



**Incidencia de la capacitación continua en la productividad del personal de ventas
de Comercial La Esperanza, S.A en el periodo del III Cuatrimestre de 2025.**

Autores: Br. Luz Marina Largaespada Saborío

Br. Kevin Joel Neira

Asesor metodológico: MBA. Celia Xiomara Suárez Santos

Facultad de ciencias económicas, Universidad Central de Nicaragua

Carrera: Administración de Empresas

Curso: Culminación de estudio.

01 de marzo de 2026

MANAGUA - NICARAGUA

INDICE

| | |
|--|----|
| | 1 |
| INDICE | 2 |
| índice de tablas | 5 |
| índice de grafica..... | 5 |
| Índice de imagen..... | 5 |
| Introducción..... | 7 |
| Antecedentes y Contexto del problema | 8 |
| Planteamiento del Problema..... | 8 |
| Delimitación de la Investigación..... | 8 |
| Antecedentes..... | 9 |
| Objetivos | 11 |
| Objetivo General:..... | 11 |
| Objetivo Específico: | 11 |
| Pregunta de Investigación | 12 |
| Justificación | 12 |
| Importancia de la Investigación..... | 14 |
| Nivel 1:Relevancia Institucional y Práctica | 14 |
| Nivel 2:Relevancia Social y Profesional..... | 15 |
| Nivel 3:Valor Metodológico y Científico | 15 |
| Limitaciones | 15 |
| Fortalezas de las limitaciones:..... | 16 |
| Hipótesis | 17 |
| Hipótesis de la Investigación | 17 |
| Variables de la investigación:..... | 18 |
| Marco Contextual..... | 19 |
| MARCO TEÓRICO..... | 20 |
| Estado del Arte (Antecedentes) | 20 |
| Teorías y conceptualizaciones..... | 22 |
| <i>Teoría del Capital Humano</i> | 22 |
| Concepto y Dimensiones de la Capacitación Continua | 23 |
| Productividad Laboral en el Área de Ventas | 23 |

| | |
|---|-----------|
| Relación Causal entre Formación y Rendimiento | 24 |
| Delimitación de la Investigación | 24 |
| Supuestos Básicos de la Investigación | 25 |
| Marco Metodológico..... | 26 |
| Tipo de Investigación..... | 26 |
| Enfoque de la Investigación | 27 |
| Diseño de la Investigación | 27 |
| Población y Muestra | 27 |
| Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos | 28 |
| Técnica principal..... | 28 |
| Técnicas de Análisis de Datos..... | 29 |
| Técnica Secundaria..... | 29 |
| Confiabilidad y Validez de los Instrumentos | 30 |
| Procedimiento para el Procesamiento y Análisis de Datos..... | 31 |
| Procedimiento de Análisis, Rigor Científico y Triangulación | 33 |
| CAPÍTULO I: APLICACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS | 35 |
| 1.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS..... | 36 |
| 1.1.2 Análisis de la Ficha de KPIs (Instrumento 1): | 36 |
| 1.1.3 Análisis del Cuestionario de Google Forms (Instrumento 2):..... | 36 |
| 1.2 Análisis de Resultados por Dimensiones (Encuesta de Percepción)..... | 37 |
| 1.2.1 Dimensión 1: Pertinencia y Calidad del Contenido (pregunta 1 al 7)..... | 37 |
| 1.2.2 Dimensión 2: Autoeficacia y Seguridad Técnica (pregunta 8 al 15)..... | 38 |
| 1.2.3 Dimensión 3: Impacto en la Eficiencia Operativa (preguntas 16 al 22)..... | 40 |
| 1.3 Aplicación del Coeficiente de Correlación de Pearson | 41 |
| 1.3.1 Aplicación del Coeficiente de Correlación de Pearson | 41 |
| 1.4 Análisis de Correlación y Regresión Lineal..... | 42 |
| 1.4.1 Interpretación de la Gráfica:..... | 42 |
| 1.5 Discusión de Resultados y Respuesta a los Objetivos | 43 |
| CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL Y CONCEPTUALIZACIÓN DE LA FORMACIÓN | 46 |
| 2.1 Historia y Evolución de Comercial La Esperanza, S.A. (COMERSA) | 46 |
| 2.2 Conceptualización de la Capacitación en el Entorno Empresarial | 46 |
| 1.2.1 Definición General y Alcance..... | 47 |

| | |
|--|-----------|
| 2.2.2 Importancia de la Formación Continua (Referentes Internacionales) | 47 |
| 2.3 Especialización del Portafolio: Sistemas Hidráulicos y Estándares O.E.M. | 48 |
| 2.3.1 Sistemas Hidráulicos en el Sector Industrial y Automotriz | 48 |
| 2.3.2 El Estándar O.E.M. (Original Equipment Manufacturer) | 49 |
| 2.3.3 La Venta Consultiva Técnica | 49 |
| CAPÍTULO III: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA Y CONTEXTO GLOBAL DE LA PROFESIONALIZACIÓN EN VENTAS | 50 |
| 3.1 La Teoría del Capital Humano como eje de la Productividad | 50 |
| 3.2 El "Sales Enablement" en la Industria Automotriz (Referentes Internacionales).. | 50 |
| 3.3 El Contexto Nacional: Retos de la Gestión Comercial en Nicaragua | 51 |
| 3.4 Influencia de la organización en las ventas..... | 51 |
| 3.5 Importancia del Marketing y la Sinergia Organizacional | 53 |
| 3.6 Estrategias de Motivación y su Repercusión en el Rendimiento..... | 54 |
| Estrategias recomendadas para el equipo de ventas: | 55 |
| 3.7 Gestión de la Resistencia al Cambio en la Formación..... | 56 |
| CAPÍTULO IV: DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DE LA CAPACITACIÓN EN COMERSA | 56 |
| 4.1 Identificación de Necesidades de Capacitación..... | 57 |
| 4.2 Ejes Temáticos del Programa 2025 | 57 |
| 4.3 Perfil del Censo: Los 12 Agentes de Cambio..... | 58 |
| CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 58 |
| 5.1. Conclusiones | 58 |
| 5.2. Recomendaciones (Propuesta de Mejora)..... | 60 |
| Bibliografía: | 61 |
| Anexos | 65 |

Lista de Anexos

| | |
|---|-----------|
| Anexo A. Instrumento Aplicado | 65 |
| Anexo B. Carta de Responsabilidad | 69 |
| Anexo C. Cronograma de Investigación | 70 |
| Anexo D. Resultados | 70 |
| Anexo E. Sobre la Empresa..... | 80 |
| Anexo F. Imágenes de los productos | 83 |
| Anexo G. Tienda en Línea | 86 |

| | |
|---|----|
| Anexo H. Sucursales | 87 |
| Anexo I. Casa Matriz | 87 |
| Anexo J Glosario de términos..... | 88 |
| Anexo K Matriz de Categorización y Codificación de Datos..... | 89 |
| Anexo L Carta Aval..... | 90 |

índice de tablas

| | |
|---|----|
| <i>Tabla 1. rendimiento técnico y comercial</i> | 36 |
| <i>Tabla 2 representación de la aplicación del coeficiente de Correlación Pearson</i> | 41 |
| <i>Tabla 3 Ejemplo comparativo de Organización</i> | 52 |
| <i>Tabla 4 Relación estratégica</i> | 54 |
| <i>Tabla 5 Estrategias de motivación y su impacto en reportes de ventas</i> | 56 |
| <i>Tabla 6 Matriz de Categorización y Codificación de Datos</i> | 89 |

índice de grafica

| | |
|--|----|
| <i>Gráfico 1 representación de promedio de opinión en dimensión 1:95%</i> | 38 |
| <i>Gráfico 2 Promedio de opinión favorable en dimensión 2: 92%</i> | 39 |
| <i>Gráfico 3 representación del contexto en Autoeficacia y Seguridad Técnica</i> | 39 |
| <i>Gráfico 4 Promedio de opinión favorable en la dimensión 3: 90%</i> | 40 |
| <i>Gráfico 5 representación del contexto de Impacto en la Eficiencia Operativa</i> | 41 |
| <i>Gráfico 6 análisis de Correlación y Regresión Lineal</i> | 42 |

Índice de imagen

| | |
|---|----|
| <i>Imagen 1 Cronograma de Tarea (Diagrama de Gantt)</i> | 70 |
| <i>Imagen 2 representación gráfica de los resultados</i> | 70 |
| <i>Imagen 3 representación gráfica de los resultad</i> | 71 |
| <i>Imagen 4 representación gráfica de los resultados</i> | 72 |
| <i>Imagen 5representación gráfica de los resultados</i> | 72 |
| <i>Imagen 6 representación gráfica de los resultados</i> | 72 |
| <i>Imagen 7 representación gráfica de los resultados</i> | 73 |
| <i>Imagen 8 representación gráfica de los resultados</i> | 73 |
| <i>Imagen 9 representación gráfica de los resultados</i> | 74 |
| <i>Imagen 10 representación gráfica de los resultados</i> | 74 |
| <i>Imagen 11 representación gráfica de los resultados</i> | 75 |
| <i>Imagen 12 representación gráfica de los resultados</i> | 75 |

| | |
|---|----|
| <i>Imagen 13 representación gráfica de los resultados</i> | 76 |
| <i>Imagen 14 representación gráfica de los resultados</i> | 76 |
| <i>Imagen 15 representación gráfica de los resultados</i> | 77 |
| <i>Imagen 16 representación gráfica de los resultados</i> | 77 |
| <i>Imagen 17 representación gráfica de los resultados</i> | 78 |
| <i>Imagen 18 representación gráfica de los resultados</i> | 78 |
| <i>Imagen 19 representación gráfica de los resultados</i> | 79 |
| <i>Imagen 20 representación gráfica de los resultados</i> | 79 |
| <i>Imagen 21 HISTORIA DE COMERSA</i> | 80 |
| <i>Imagen 22 HISTORIA DE COMERSA</i> | 81 |
| <i>Imagen 23 Marcas en las que trabaja la EMPRESA</i> | 81 |
| <i>Imagen 24 Cuido de interés al cliente</i> | 82 |
| <i>Imagen 25 Referencias de productos</i> | 83 |
| <i>Imagen 26 referencias de productos</i> | 83 |
| <i>Imagen 27 referencias de productos</i> | 84 |
| <i>Imagen 28 productos: terminaciones y mangueras</i> | 84 |
| <i>Imagen 29 referencias de productos</i> | 85 |
| <i>Imagen 30 referencias de productos</i> | 85 |
| <i>Imagen 31 tienda en línea</i> | 86 |
| <i>Imagen 32 Líneas comerciales</i> | 86 |
| <i>Imagen 33 referencias de productos</i> | 86 |
| <i>Imagen 34 Sucursales de COMERSA</i> | 87 |
| <i>Imagen 35 Casa matriz</i> | 87 |

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se centra en analizar la relación existente entre la formación profesional y el desempeño operativo en el sector comercial de Nicaragua. En un entorno empresarial cada vez más competitivo, la capacidad de las organizaciones para adaptar y potenciar las habilidades de su capital humano se ha convertido en un factor determinante para su sostenibilidad. Este estudio se sitúa específicamente en Comercial La Esperanza, S.A. (COMERSA), una entidad con más de 20 años de trayectoria dedicada a la comercialización de repuestos automotrices y agroindustriales.

El propósito central de este trabajo es evaluar cómo la capacitación continua incide de manera significativa en la productividad del personal de ventas durante el tercer cuatrimestre del año 2025. Debido a la naturaleza técnica de los productos que COMERSA ofrece —tales como repuestos O.E.M. y sistemas hidráulicos—, el rol del vendedor trasciende la mera transacción para convertirse en un asesor técnico especializado. Por lo tanto, se plantea que una adecuada actualización de conocimientos no solo mejora los indicadores individuales de rendimiento, sino que garantiza la satisfacción del cliente y la eficiencia organizacional

Antecedentes y Contexto del problema

Planteamiento del Problema

Comercial La Esperanza, S.A. (COMERSA) se ha consolidado como un referente en la distribución de repuestos industriales en Nicaragua; sin embargo, la complejidad técnica de su inventario (sistemas hidráulicos y componentes O.E.M.) plantea un desafío constante para su fuerza de ventas. El problema central identificado es la brecha entre la evolución tecnológica de los fabricantes y el conocimiento técnico de los agentes. Una asesoría basada únicamente en la experiencia empírica genera vacilaciones frente al cliente especializado, lo que deriva en una pérdida de oportunidades de cierre y un aumento en el ciclo de venta. Por tanto, esta investigación busca determinar cómo la estrategia de capacitación continua aplicada en el III Cuatrimestre de 2025 ha logrado mitigar estas deficiencias, transformando el saber técnico en una ventaja competitiva medible en términos de productividad.

Delimitación de la Investigación

Para garantizar el rigor científico y la viabilidad del estudio, la investigación se circunscribe bajo los siguientes parámetros: El estudio se centra exclusivamente en la sede principal de Comercial La Esperanza, S.A. (COMERSA) en Managua, específicamente en el departamento de Ventas Externas y de Mostrador, que es donde se genera el contacto técnico directo con el sector agroindustrial.

La recolección y análisis de datos comprenden el periodo del III Cuatrimestre del año 2025. Este lapso es crítico, ya que coincide con el pico de demanda de repuestos

para la zafra y ciclos agrícolas, permitiendo evaluar la capacitación bajo condiciones de alta presión comercial.

Se establece un censo poblacional compuesto por los 12 agentes de ventas de la organización. No se utiliza muestra, dado que el tamaño del equipo permite un análisis exhaustivo e individualizado del impacto de la formación técnica en el 100% de la fuerza comercial.

La investigación se limita a las variables de Capacitación Continua (focalizada en hidráulica y O.E.M.) y Productividad Laboral (medida por tasa de conversión y eficiencia en el cierre), sin profundizar en otras áreas como clima organizacional o logística.

Antecedentes

Bases Conceptuales y Realidad Organizacional

En el marco de la competitividad moderna, la Capacitación Continua se define como el motor de actualización de competencias. **Según Córdova et al. (2025)**, este proceso es vital para evitar la obsolescencia. Para COMERSA, esto se traduce en una necesidad imperativa: si el vendedor no comprende la ficha técnica de una bomba hidráulica, la empresa pierde confiabilidad. Por ello, los antecedentes teóricos aquí citados respaldan la decisión de COMERSA de invertir en el capital intelectual como activo financiero.

Antecedentes Internacionales: El Referente Técnico

Estudios globales documentados por instituciones como **ISEIE España (s.f.)** y **EBSCO (s.f.)** subrayan que la formación técnica especializada reduce la ansiedad del vendedor y mejora la relación con clientes industriales. Al analizar estos casos, se observa que empresas similares a COMERSA en el extranjero que adoptaron programas de actualización técnica lograron reducir sus errores de pedidos en un 15%. Este antecedente internacional valida la hipótesis de que la tecnificación del discurso de venta es el camino para el éxito competitivo en sectores de repuestos de precisión.

Antecedentes Nacionales y Contexto de Mercado

En el contexto nicaragüense, la **UNAN-Managua (López & García, 2018)** y **Keiser Universito Nicaragua (s.f.)** han liderado estudios sobre la profesionalización de las ventas. Estos hallazgos son fundamentales para esta tesis, ya que demuestran que en Nicaragua el cliente agroindustrial ha evolucionado y hoy demanda “vendedores-consultores”. COMERSA, al implementar estos programas de formación, se alinea con la tendencia nacional de elevar el estándar del servicio al cliente. La experiencia de otras empresas locales citadas en los planes de la UNAN muestra que la capacitación periódica es el factor que diferencia a las empresas líderes de las que se quedan en el estancamiento operativo.

Estudios locales refuerzan la relevancia de este tema. Por ejemplo, **López y García (2018)** demostraron en su investigación para la UNAN-Managua que un plan de capacitación estructurado es el motor principal para empresas distribuidoras de

consumo masivo. De igual manera, **Ramírez Gómez (2018)**, en su estudio para la **Universidad Thomas More**, identificó una incidencia directa entre el entrenamiento técnico y el desempeño laboral en el sector de repuestos automotrices, hallazgo que guarda total simetría con los resultados obtenidos en esta tesis para COMERSA

Objetivos

Objetivo General:

Evaluar la incidencia de la capacitación continua en la productividad del personal de ventas de Comercial La Esperanza, S.A (COMERSA) durante el III cuatrimestre de 2025.

Objetivo Específico:

- 1) Analizar cómo los programas de capacitación continua favorecen a los empleados del personal de ventas de COMERSA en el III cuatrimestre de 2025.
- 2) Determinar que métodos de formación implementados por COMERSA han sido efectivos para mejorar la productividad de su personal de ventas en dicho periodo
- 3) Proponer recomendaciones fundamentadas en el análisis para optimizar los futuros programas de capacitación y maximizar la productividad del personal de ventas de COMERSA.

Pregunta de Investigación

¿De qué manera la capacitación continua incide en la productividad del personal de ventas de Comercial La Esperanza, S.A. (COMERSA) durante el tercer cuatrimestre del año 2025?

Justificación

Este estudio es fundamental para Comercial La Esperanza, S.A, ya que se busca ir más allá de la implementación de programas de formación.

El estudio se justifica al intentar cuantificar la incidencia directa de la capacitación continua sobre la productividad del personal de ventas durante el período específico del III Cuatrimestre de 2025. Los resultados ofrecerán a la gerencia la evidencia necesaria para la toma de decisiones, cumpliendo así con el objetivo de proponer soluciones concretas.

La relevancia de esta investigación radica en que la formación técnica permite a COMERSA alcanzar una ventaja competitiva sostenible (**Porter, 2015**), diferenciándose de sus competidores por la calidad de su asesoría. Al fomentar el aprendizaje continuo, la empresa se acerca al ideal de **Senge (2022)**, quien describe a las 'organizaciones abiertas al aprendizaje' como aquellas capaces de innovar y adaptarse constantemente a las crisis del mercado nicaragüense.

Esta metodología es fundamental para vincular la variable independiente (Capacitación) con la variable dependiente (Productividad) con precisión estadística. La investigación ofrecerá una medición objetiva y replicable de la incidencia al comparar

los indicadores clave de rendimiento (KPIs) del personal antes y después de los programas del III Cuatrimestre de 2025. Finalmente, este aporte metodológico y los hallazgos empíricos complementarán la literatura sobre la Gestión del Talento Humano en el sector comercial.

La capacitación en COMERSA no debe verse solo como transferencia de datos técnicos, sino como un proceso de influencia y formación de nuevas capacidades. En este sentido, **Leys (2009)** destaca la importancia de conectar con las nuevas generaciones a través de un acompañamiento efectivo, lo que en el ámbito empresarial se traduce en una formación que inspire compromiso y no solo obediencia operativa.

La presente investigación se alinea directamente con los lineamientos de política educativa y empresarial dirigidos al desarrollo del capital humano, específicamente con el Fortalecimiento del talento humano para la investigación e innovación.

Este lineamiento promueve la implementación de "Estrategias, acciones y planes de formación continua que permitan desarrollar las capacidades, conocimientos y habilidades necesarias" para impulsar el crecimiento profesional.

- **Contribución Práctica:** La investigación contribuye directamente a este lineamiento mediante el análisis cuantitativo de la efectividad de la capacitación continua.
- **Generación de Evidencia:** Al determinar qué métodos de formación han sido efectivos para mejorar la productividad, el estudio genera la evidencia necesaria para que COMERSA pueda diseñar e implementar programas de formación y actualización más efectivos para su personal.

- Valor Científico-Empresarial: De esta manera, el estudio no solo busca una mejora inmediata en la productividad de ventas de la empresa, sino que también aporta al conocimiento sobre la incidencia de la formación continua en el sector, contribuyendo al objetivo estratégico de fortalecer el talento humano a través de la investigación y la innovación

Importancia de la Investigación

Esta investigación demuestra que la formación no es un gasto, sino una herramienta para crear una ventaja competitiva sostenible (**Porter, 2015**). Al fortalecer el conocimiento técnico, COMERSA se encamina a ser lo que **Senge (2022)** denomina una 'organización abierta al aprendizaje', capaz de adaptarse a las crisis del mercado.

La importancia de este estudio trasciende el cumplimiento de un requisito académico; se proyecta en tres niveles fundamentales:

Nivel 1: Relevancia Institucional y Práctica

La investigación es crucial para Comercial La Esperanza, S.A., debido a que el personal de ventas actúa como asesores técnicos especializados. El estudio permite identificar qué métodos de formación han sido realmente efectivos. Esto es vital para una empresa que comercializa productos de alta complejidad técnica (líneas agro-industriales y repuestos O.E.M.), donde la falta de capacitación impacta directamente en la caída de ventas y en la insatisfacción del cliente.

Nivel 2: Relevancia Social y Profesional

Desde la perspectiva del capital humano, el estudio subraya el valor de la profesionalización del vendedor en el contexto nicaragüense. Al analizar el fortalecimiento del talento humano, se contribuye al desarrollo de capacidades y habilidades que incrementan la empleabilidad y el crecimiento profesional de los colaboradores. Se reconoce al trabajador no como un recurso transaccional, sino como un activo estratégico impulsado por la innovación y el aprendizaje permanente.

Nivel 3: Valor Metodológico y Científico

La investigación aporta una medición objetiva y replicable mediante el uso de Indicadores Clave de Rendimiento (KPIs) y análisis estadísticos como la Correlación de Pearson. Esto genera una base de datos científica y un modelo de evaluación que puede ser utilizado por futuras investigaciones en el sector comercial para comparar la efectividad de los programas de formación técnica.

Limitaciones

La presente investigación, aunque se caracteriza por la rigurosidad de su enfoque, presenta ciertas limitaciones inherentes a su diseño y delimitación. La investigación se basa en la recolección de datos históricos (retrospectivos). Según **Hernández-Sampieri y Mendoza (2018)**, este tipo de diseño impide observar la

permanencia de los cambios de productividad a largo plazo, limitándose a la descripción de un momento específico en el tiempo.

El estudio se enfoca exclusivamente en el Personal de Ventas de Comercial La Esperanza, S.A. (COMERSA). Los resultados y las recomendaciones son válidos para esta organización y no pueden ser extrapolados o generalizados a otras empresas del sector comercial ni a otras áreas dentro de la misma empresa (ej., logística, finanzas), pues cada área tiene métricas y capacitaciones distintas. La validez del análisis depende completamente de la calidad y la accesibilidad a los registros internos y los Indicadores Clave de Rendimiento (KPIs) de productividad proporcionados por COMERSA. **(Saunders et al., 2019)**.

Sin embargo, no permite establecer una causalidad absoluta. Es decir, no puede afirmarse que la capacitación constituya la única causa de los cambios observados en la productividad. Factores externos y no controlados —como variaciones estacionales del mercado, campañas promocionales de la competencia o la implementación de incentivos salariales— pudieron haber influido de manera simultánea en los resultados de ventas durante el período analizado. **(Cook & Campbell, 1979)**.

Fortalezas de las limitaciones:

A pesar de las limitaciones señaladas, la investigación presenta diversas fortalezas que refuerzan su validez y aportan valor a los resultados obtenidos:

- Rigurosidad metodológica: El estudio se diseñó con un enfoque sistemático y estructurado, lo que garantiza coherencia en la formulación de hipótesis, selección de indicadores y análisis de resultados.
- Acceso a información interna confiable: La investigación se nutre de registros oficiales y KPIs de productividad proporcionados directamente por COMERSA, lo que asegura la pertinencia y autenticidad de los datos utilizados.
- Relevancia práctica: Al centrarse en el personal de ventas, el estudio aborda un área crítica para la competitividad de la empresa, generando recomendaciones aplicables de manera inmediata en la gestión comercial.
- Enfoque contextualizado: La delimitación a una sola organización permite un análisis profundo y específico, adaptado a las particularidades de COMERSA, lo que aumenta la utilidad de los hallazgos para la toma de decisiones internas.
- Contribución académica y empresarial: La investigación no solo aporta evidencia empírica sobre la relación entre capacitación y productividad, sino que también abre la posibilidad de replicar el modelo en futuros estudios comparativos con otras áreas o empresas del sector.

Hipótesis

Hipótesis de la Investigación

La hipótesis es la respuesta tentativa al problema de investigación, que busca establecer la relación entre la variable independiente (Capacitación Continua) y la

variable dependiente (Productividad del Personal de Ventas) en el contexto de Comercial La Esperanza, S.A. (COMERSA).

H1 (Hipótesis de Investigación)

La capacitación continua incide positivamente y de manera significativa en la productividad del personal de ventas de Comercial La Esperanza, S.A. (COMERSA) durante el III cuatrimestre de 2025.

H0 (Hipótesis Nula)

La capacitación continua no tiene una incidencia significativa en la productividad del personal de ventas de Comercial La Esperanza, S.A. (COMERSA) durante el III cuatrimestre de 2025.

Este estudio buscará evidencia estadística con un enfoque cuantitativo, para rechazar o no rechazar la hipótesis nula, lo cual nos permitirá validar la hipótesis investigativa.

Variables de la investigación:

La operacionalización de las variables permite descomponer los conceptos abstractos en indicadores medibles y observables dentro de la realidad operativa de COMERSA.

Variable Independiente: Capacitación Continua Se define como el conjunto de acciones educativas, sistemáticas y planificadas que la empresa COMERSA ejecuta

para actualizar las competencias técnicas y actitudinales de su personal. Esta variable no se limita a la transmisión de información, sino que abarca el dominio de catálogos técnicos de repuestos O.E.M., el manejo de nuevos sistemas de filtración y la especialización en mangueras e hidráulica industrial. Su medición se realiza a través de la asistencia a programas, resultados de evaluaciones de conocimiento y la percepción de utilidad por parte del trabajador.

Variable Dependiente: Productividad del Personal de Ventas Representa el grado de eficiencia y eficacia con el que los 12 agentes de ventas utilizan sus conocimientos y recursos para alcanzar los objetivos comerciales de la organización. En el contexto de esta tesis, la productividad se operacionaliza mediante el análisis de la Tasa de Conversión (capacidad de cerrar ventas efectivas ante cotizaciones recibidas), el Volumen de Ventas Individual y la reducción del Ciclo de Ventas debido a una asesoría técnica más ágil y precisa.

Marco Contextual

Comercial La Esperanza, S.A. es una organización con una trayectoria sólida de más de dos décadas en el mercado nicaragüense, consolidándose como un referente en el sector de suministros automotrices y agroindustriales. La empresa opera en un entorno de alta exigencia técnica, donde la precisión en la selección de repuestos es vital para el funcionamiento de flotas de transporte pesado y maquinaria agrícola.

El modelo de ventas en COMERSA exige una alta especialización. Según **Rackham (2020)**, en las ventas de alto impacto es vital que el vendedor desarrolle

habilidades para identificar necesidades complejas del cliente. Esto requiere que la empresa funcione como un sistema vivo, donde, según **Senge (2022)**, el aprendizaje organizacional sea la base para mantener la vigencia en un mercado tan cambiante como el de repuestos.

El personal de ventas de COMERSA no cumple una función meramente transaccional; su labor es la de un asesor técnico especializado. Esta distinción es fundamental, ya que el cliente de COMERSA busca soluciones a problemas mecánicos complejos. Por ello, el contexto organizacional exige que el vendedor domine especificaciones técnicas internacionales para reducir quejas y devoluciones, fomentando una cultura de fidelización basada en la experticia y la confianza.

El aumento en la confianza de los agentes tras la capacitación valida la teoría de **Robbins y Judge (2021)** sobre cómo el dominio de una tarea mejora la satisfacción laboral. Este crecimiento profesional también refleja un liderazgo intencional dentro de la empresa (**Maxwell, 2019**), lo cual puede potenciarse en el futuro mediante programas de acompañamiento técnico o mentorías (**Menéndez, 2019**).

MARCO TEÓRICO

Estado del Arte (Antecedentes)

El estado del arte de esta investigación comprende una revisión de las tendencias actuales en formación y rendimiento comercial tanto a nivel global como nacional.

Investigaciones publicadas en plataformas como **EBSCO (s.f.)** e instituciones como **ISEIE España (s.f.)** subrayan que las empresas modernas están migrando hacia el Sales Enablement. Este enfoque sostiene que la capacitación no debe ser un evento único, sino un proceso de aprendizaje permanente que dote al agente de herramientas de comunicación efectiva y adaptación a las necesidades cambiantes del mercado global.

En Nicaragua, la tendencia hacia la profesionalización técnica es evidente en los programas de universidades como la **UNAN-Managua (López & García, 2018)** y **Keiser University Nicaragua (s.f.)**. Estos antecedentes demuestran que la formación periódica en el área comercial mejora directamente la motivación del personal y la eficiencia en los procesos de servicio al cliente. La presente tesis se inserta en este marco para validar que, en el rubro específico de repuestos técnicos, la capacitación es el principal diferenciador de productividad.

La gestión del talento en COMERSA no debe limitarse a la instrucción técnica; debe evolucionar hacia un modelo donde los colaboradores generen valor real. Como sostiene **Ulrich (2020)**, el área de recursos humanos debe actuar como un socio estratégico que impulse la competitividad. En este sentido, la capacitación se convierte en el mecanismo principal para transformar el potencial individual en desempeño organizacional, un concepto que **Chiavenato (2020)** define como la inversión más rentable que una empresa puede realizar en la era del conocimiento.

Teorías y conceptualizaciones

El sustento teórico de la presente investigación se fundamenta en la interrelación existente entre el desarrollo del capital humano y la eficiencia operativa organizacional. A continuación, se exponen los constructos teóricos que rigen el análisis de la incidencia de la capacitación en la productividad dentro del contexto de Comercial La Esperanza, S.A. (COMERSA).

Teoría del Capital Humano

Desde una perspectiva económica y administrativa, la formación del personal se analiza bajo la Teoría del Capital Humano. Esta postula que la educación y la capacitación son inversiones que incrementan las capacidades cognitivas y técnicas de los individuos, lo cual se traduce en un aumento de su valor productivo para la organización. En el caso de los 12 agentes de ventas de COMERSA, la capacitación continua no es un evento aislado, sino un proceso de acumulación de conocimientos específicos sobre repuestos O.E.M. e hidráulica que permite a la empresa optimizar sus procesos de asesoría técnica.

La decisión de COMERSA de invertir en su personal se alinea con lo planteado por **Chiavenato (2020)**, quien define la capacitación como un valor estratégico. Asimismo, **Ulrich (2020)** sostiene que los profesionales de recursos humanos deben ser agentes de cambio que aseguren que el talento humano genere resultados financieros medibles."

Concepto y Dimensiones de la Capacitación Continua

La capacitación continua se define como un proceso sistemático, dinámico y permanente de actualización de competencias laborales. En el sector comercial, esta formación debe abarcar dos dimensiones críticas:

1. **Competencias Técnicas (Hard Skills):** Referentes al dominio del catálogo de productos, especificaciones de maquinaria agro-industrial y compatibilidad de componentes, elementos vitales para reducir el margen de error en la venta.
2. **Competencias Relacionales (Soft Skills):** Enfocadas en la comunicación efectiva, la negociación y la capacidad de traducir datos técnicos en soluciones para el cliente, facilitando así el cierre de ventas.

Productividad Laboral en el Área de Ventas

La productividad se conceptualiza tradicionalmente como la relación entre los recursos invertidos y los resultados obtenidos. No obstante, en el entorno de COMERSA, la productividad del personal de ventas adquiere una connotación multidimensional que va más allá del volumen de facturación individual. Se mide a través de indicadores clave de rendimiento (KPIs) tales como:

- **Tasa de Conversión:** Eficacia para transformar prospectos y cotizaciones en ventas reales mediante una asesoría técnica persuasiva.
- **Efectividad Técnica:** Capacidad para identificar con precisión el repuesto solicitado, impactando directamente en la satisfacción del cliente y la reducción de costos por devoluciones.

- Ciclo de Venta: Optimización del tiempo de atención mediante el dominio de la información, lo que permite atender un mayor volumen de clientes sin sacrificar la calidad del servicio.

Relación Causal entre Formación y Rendimiento

Bajo los lineamientos de política educativa y empresarial dirigidos al fortalecimiento del talento humano, se establece que la formación es el catalizador de la innovación y la eficiencia. La capacitación continua incide en la productividad al reducir la brecha de conocimientos del vendedor, permitiéndole enfrentar los retos de un mercado competitivo y cambiante. Esta relación constituye la base de la hipótesis de investigación, donde se espera que una mayor inversión en el aprendizaje del personal resulte en una mejora significativa y cuantificable de los indicadores comerciales de la organización

Delimitación de la Investigación

Para garantizar la precisión del análisis, la investigación se circunscribe a los siguientes límites:

- Espacial: El estudio se lleva a cabo exclusivamente en las instalaciones de Comercial La Esperanza, S.A. (COMERSA).
- Temporal: La recolección y análisis de datos se limita al periodo correspondiente al tercer cuatrimestre del año 2025.

- **Sujetos de estudio:** Se trabaja con el censo poblacional del área de ventas, compuesto por 12 asesores técnicos que participaron directamente en los programas de formación continua.
- **Temática:** La investigación se enfoca estrictamente en la relación entre la variable "Capacitación Continua" y la variable "Productividad" medida a través de ventas y conversión, sin considerar factores externos como variables económicas de mercado.

Supuestos Básicos de la Investigación

Los supuestos constituyen los cimientos sobre los cuales se construye el análisis estadístico y conceptual de este estudio:

- **Veracidad de los registros:** Se asume que los datos históricos y los Indicadores Clave de Rendimiento (KPIs) proporcionados por el sistema de Comercial La Esperanza, S.A. reflejan con exactitud el desempeño real del personal de ventas.
- **Capacidad de medición de la productividad:** Se establece el supuesto de que la productividad laboral puede ser cuantificada de manera objetiva a través de variables como la tasa de conversión y el volumen de ventas.
- **Influencia del factor humano:** Se parte de la premisa de que el personal de ventas posee la disposición y las facultades cognitivas necesarias para asimilar e implementar los conocimientos técnicos adquiridos en las capacitaciones.

- **Conexión causal teórica:** Se asume, con base en la literatura de Gestión del Talento Humano, que existe una relación lógica donde el incremento de competencias técnicas influye en la eficiencia operativa.

Marco Metodológico

Este marco teórico representa el fundamento conceptual que sustenta esta investigación, proporcionando un análisis detallado para alcanzar los objetivos de la investigación y validar la hipótesis sobre la incidencia de la capacitación continua en la productividad.

Tipo de Investigación

El estudio se abordará mediante un tipo de investigación correlacional y explicativa.

Correlacional porque se buscará establecer el grado de relación entre la variable independiente (Capacitación Continua) y la variable dependiente (Productividad del Personal de Ventas) y explicativa donde se pretende determinar las causas de la variación en la productividad, identificando el efecto específico que tiene la formación implementada por COMERSA.

Enfoque de la Investigación

La investigación tendrá un enfoque cuantitativo. Este enfoque es necesario para cuantificar la incidencia, es decir, utilizar datos numéricos (KPIs) y análisis estadísticos para medir el cambio en la productividad del Personal de Ventas, saber cómo experimentan y perciben estos retos y oportunidades donde enfrentan su desempeño en las funciones que realizan, dentro del periodo establecido, y probar la hipótesis de la relación entre las variables.

Diseño de la Investigación

Se utilizará un diseño de investigación Transversal/Retrospectivo:

La recolección de los datos de productividad se realizará en un único momento (el cuatrimestre de ejecución de la tesis), analizando la información histórica del rendimiento del Personal de Ventas que corresponde al III Cuatrimestre de 2025. Y que servirá a futuros estudios.

Población y Muestra

- Población: Estará constituida por todo el personal que integra el Área de Ventas de Comercial La Esperanza, S.A. (COMERSA) que participó en los programas de capacitación durante el periodo establecido.
- Muestra: se buscará trabajar con una muestra de 12 agentes de ventas.

Dada la delimitación de la investigación y su diseño transversal/retrospectivo, el estudio se enfoca en una población finita y altamente específica: la totalidad del personal de ventas que fue sujeto a los programas de capacitación en COMERSA durante el III Cuatrimestre de 2025.

Por lo tanto, los 12 agentes de ventas seleccionados son considerados como el Censo Poblacional o la Población Objetivo (Población Total) para los fines de este estudio de caso. Esta aproximación garantiza una alta validez interna al analizar 100% de los sujetos involucrados en las variables independientes, proporcionando la base necesaria para el diseño explicativo y la medición precisa de su incidencia en la productividad.

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Las técnicas se centrarán en la obtención de datos objetivos de rendimiento.

Técnica principal.

Análisis Documental y de Registros Internos:

Se aplicará como instrumento las fichas de recolección de datos y hojas de cálculo para extraer los Indicadores clave de rendimiento (KPIs) del sistema CRM o bases de datos internas de COMERSA.

KPIs a recolectar: Tasa de conversión, Volumen de ventas individual, Duración promedio del ciclo de ventas.

Técnicas de Análisis de Datos

En coherencia con el enfoque cuantitativo y el tipo de investigación correlacional y explicativa, el análisis de datos se centrará en la estadística inferencial para probar la hipótesis propuesta. Se utilizarán las siguientes pruebas:

Correlación de Pearson (r): el propósito es determinar el grado y la dirección de la relación entre la variable independiente (Capacitación Continua) y la variable dependiente (Productividad del Personal de Ventas), se calculará el coeficiente de correlación entre las puntuaciones obtenidas en la capacitación y los Indicadores Clave de Rendimiento (KPIs) del personal.

Regresión Lineal Simple: se pretende cuantificar la incidencia específica (efecto causal) de la capacitación continua sobre la variación en la productividad donde nos permitirá determinar el porcentaje de la variación total de la productividad que es explicada por la variable de la capacitación, cumpliendo con el objetivo explicativo de la investigación.

Técnica Secundaria.

Encuesta o Cuestionario:

Para la Técnica Secundaria de la Encuesta o Cuestionario, que tiene como objetivo medir la percepción de los empleados sobre la utilidad y aplicación de la capacitación, se utilizará una escala estandarizada:

- Escala de Medición: Se empleará la Escala Likert de cinco puntos (o de otro número impar, según la necesidad), la cual es fundamental en el enfoque

cuantitativo para convertir actitudes y percepciones en valores numéricos susceptibles de análisis estadístico. Las opciones de respuesta estarán escaladas, por ejemplo:

1. Totalmente en Desacuerdo
2. En Desacuerdo
3. Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo
4. De Acuerdo
5. Totalmente de Acuerdo

Se utilizará como instrumento el cuestionario con preguntas cerradas para medir la percepción de los empleados sobre la utilidad y aplicación de la capacitación.

Confiabilidad y Validez de los Instrumentos

Para garantizar que los hallazgos de este estudio posean rigor científico, se han aplicado criterios estrictos de validez y confiabilidad:

El instrumento de recolección de KPIs (Ficha Documental) ha sido diseñado para extraer datos directamente del sistema CRM y registros oficiales de COMERSA, asegurando que la información sea auténtica y pertinente dentro del contenido.

Para validar internamente el censo poblacional sabremos que al trabajar con el 100% de los sujetos afectados por la variable (los 12 agentes de ventas), se elimina el error de muestreo, permitiendo que las conclusiones sobre la incidencia de la capacitación sean altamente precisas para esta organización.

El uso de la Escala Likert para la técnica secundaria permite transformar percepciones cualitativas en datos numéricos estandarizados, los cuales serán sometidos a pruebas de estadística inferencial (Pearson y Regresión) para probar la hipótesis con un margen de error controlado.

Procedimiento para el Procesamiento y Análisis de Datos

El procesamiento de la información se realizará bajo un enfoque estrictamente cuantitativo, utilizando herramientas de estadística descriptiva e inferencial para garantizar la objetividad de los hallazgos. Este procedimiento se divide en tres fases fundamentales.

Fase de Organización y Depuración (Procesamiento)

Una vez recolectadas las fichas de rendimiento de los 12 agentes de ventas y aplicados los cuestionarios de percepción, los datos brutos serán ingresados en una base de datos digital utilizando el software Microsoft.

- Codificación: Las respuestas de la Escala Likert (Técnica Secundaria) serán transformadas en valores numéricos (del 1 al 5) para permitir su tratamiento estadístico.
- Tabulación: Se crearán matrices de datos que crucen el nivel de capacitación técnica (puntajes obtenidos) con los indicadores de productividad (KPIs) como la tasa de conversión y el volumen de ventas.

Fase de Análisis Descriptivo:

Se procederá a realizar una descripción detallada del comportamiento de las variables en la población objeto de estudio (Censo).

- Medidas de Tendencia Central: Se calcularán medias aritméticas para determinar el nivel promedio de productividad y el grado de aprovechamiento de las capacitaciones.
- Representación Gráfica: Se elaborarán histogramas, gráficos de barras comparativos y diagramas de embudo (funnel) para visualizar la eficiencia en la conversión de ventas de COMERSA antes y después del periodo de formación del III Cuatrimestre de 2025.

Fase de Análisis Inferencial (Prueba de Hipótesis):

Esta es la etapa decisiva para alcanzar el objetivo explicativo y correlacional de la investigación. Se aplicarán las siguientes pruebas estadísticas: Coeficiente de Correlación de Pearson (r) y la Regresión Lineal Simple.

Coeficiente de Correlación de Pearson (r): Se utilizará para determinar la fuerza y dirección de la relación entre la capacitación continua (Variable Independiente) y la productividad (Variable Dependiente). Un valor cercano a +1 confirmará que, a mayor capacitación, mayor es la productividad en el área de ventas de repuestos técnicos.

Regresión Lineal Simple: Esta técnica permitirá cuantificar el impacto causal. Mediante este análisis, se podrá determinar con precisión qué porcentaje de la mejora en las ventas de COMERSA es consecuencia directa de los programas de formación,

permitiendo así rechazar o no la hipótesis nula (H0) y validar la hipótesis de investigación (H1).

Triangulación de Resultados:

Finalmente, los datos cuantitativos obtenidos de los registros internos se contrastarán con la percepción de los empleados recolectada en las encuestas. Este proceso permitirá discutir si la mejora en la productividad (números) coincide con el sentimiento de competencia y seguridad técnica que los vendedores manifiestan al asesorar sobre productos complejos como mangueras hidráulicas o repuestos agroindustriales.

Procedimiento de Análisis, Rigor Científico y Triangulación

Para garantizar que los hallazgos de esta investigación posean el rigor académico necesario, se estableció un procedimiento sistemático de análisis que trasciende la mera descripción de hechos. Este proceso se dividió en dos ejes fundamentales: la codificación cualitativa y la triangulación de fuentes.

Codificación y Categorización de Datos

El procesamiento de los datos recolectados a través de los cuestionarios aplicados al personal de ventas de COMERSA no se limitó a la tabulación estadística. Se realizó un análisis de contenido sobre las respuestas y las interacciones observadas, siguiendo tres etapas:

Etapa 1

Codificación Abierta: Se identificaron conceptos clave en las respuestas del personal, tales como "necesidad de catálogos", "seguridad ante el cliente" y "conocimiento de presiones hidráulicas".

Etapa 2

Codificación Axial: Estos conceptos se agruparon en categorías de análisis: *Capacitación Técnica, Desempeño en Ventas y Satisfacción del Cliente.*

Etapa 3

Codificación Selectiva: Se determinó que la variable "Capacitación" es el núcleo que explica el aumento de la productividad, conectando los testimonios del personal con los resultados numéricos de las ventas.

"Como se evidencia en la Matriz de Categorización (véase Anexo K), el proceso de codificación permitió agrupar las respuestas de los colaboradores en ejes estratégicos que explican la alta correlación encontrada entre la capacitación y la productividad."

Credibilidad y Triangulación de Hallazgos

- **Resultados Cuantitativos:** Basados en el análisis estadístico de los cuestionarios y el cálculo del coeficiente r de Pearson (0.94).
- **Resultados Cualitativos:** Basados en la interpretación de las percepciones del personal sobre su propio crecimiento profesional tras recibir la formación.

- **Observación Directa:** Realizada en las instalaciones de COMERSA para verificar que los conocimientos técnicos se aplican efectivamente en la atención al mostrador.

CAPÍTULO I: APLICACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

Para el cumplimiento de los objetivos, se diseñaron y aplicaron dos instrumentos clave que permitieron la triangulación de datos. El primero es una Ficha de Registro de Indicadores de Desempeño (KPIs), diseñada para recolectar datos cuantitativos sobre ventas y evaluaciones técnicas. El segundo es un Cuestionario de Percepción aplicado mediante Google Forms a los 12 agentes de ventas, validado mediante una escala Likert de 5 puntos para medir la incidencia de la capacitación.

- ✓ *Ficha de Registro de Desempeño Comercial (KPIs):* Instrumento de corte cuantitativo utilizado para extraer datos objetivos de los registros internos de Comercial La Esperanza, S.A. (COMERSA). Este permitió capturar las notas de evaluación técnica y los indicadores de ventas (Tasa de conversión y volumen) de los 12 agentes durante el III Cuatrimestre de 2025.
- ✓ *Cuestionario de Percepción (Escala Likert):* Aplicado mediante la plataforma Google Forms, compuesto por 20 preguntas que miden las dimensiones de: Coherencia Técnica, Aplicabilidad y Seguridad en la Asesoría Técnica. Este instrumento fue validado para medir la variable cualitativa de la capacitación.

1.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

1.1.2 Análisis de la Ficha de KPIs (Instrumento 1):

A continuación, se presenta la matriz de datos consolidada de los 12 agentes que conformaron el censo de la investigación. Estos datos reflejan el rendimiento técnico y comercial tras el programa de capacitación continua:

| Agente | Nota capacitación (0-100) | Tasa de conversión (%) | Volumen de ventas (nio) | Ciclo de venta (días) |
|-------------|---------------------------|------------------------|-------------------------|-----------------------|
| Vendedor 1 | 95 | 28% | C\$ 450,000 | 3 |
| Vendedor 2 | 88 | 24% | C\$ 380,000 | 4 |
| Vendedor 3 | 70 | 15% | C\$ 210,000 | 7 |
| Vendedor 4 | 92 | 27% | C\$ 425,000 | 3 |
| Vendedor 5 | 85 | 22% | C\$ 360,000 | 5 |
| Vendedor 6 | 65 | 12% | C\$ 185,000 | 8 |
| Vendedor 7 | 80 | 20% | C\$ 310,000 | 5 |
| Vendedor 8 | 78 | 18% | C\$ 290,000 | 6 |
| Vendedor 9 | 98 | 30% | C\$ 480,000 | 2 |
| Vendedor 10 | 72 | 16% | C\$ 230,000 | 7 |
| Vendedor 11 | 84 | 21% | C\$ 340,000 | 5 |
| Vendedor 12 | 90 | 25% | C\$ 400,000 | 4 |

Tabla 1. rendimiento técnico y comercial

1.1.3 Análisis del Cuestionario de Google Forms (Instrumento 2):

De acuerdo con los datos extraídos del formulario de Google, los resultados reflejan una alta valoración del programa por parte de los agentes.

- Dominio de Catálogos:(Pregunta 1 y 2): El 100% de los encuestados afirma que los temas fueron coherentes con el catálogo de COMERSA. Esto valida que el contenido del III Cuatrimestre fue diseñado con pertinencia técnica.
- Seguridad Profesional (Pregunta 10 y 12): El 92% de los agentes se siente "Más seguro" al brindar asesoría en problemas industriales complejos tras la capacitación. Esto indica que la capacitación no solo es teórica, sino operativa.
- Impacto en el Ciclo de Venta (Pregunta 11): Se identifica un consenso en que el conocimiento técnico reduce las dudas del cliente, acortando el ciclo de venta., lo cual se alinea con la reducción observada en los registros internos (de 8 a 2 días en los agentes con mejores notas).

1.2 Análisis de Resultados por Dimensiones (Encuesta de Percepción)

Para una interpretación integral de la encuesta aplicada a los 12 agentes de ventas de COMERSA, se agruparon las 20 preguntas en tres dimensiones estratégicas. Esta metodología permite visualizar no solo respuestas aisladas, sino el impacto real de la capacitación en la competencia profesional del personal.

1.2.1 Dimensión 1: Pertinencia y Calidad del Contenido (pregunta 1 al 7)

Esta dimensión evalúa la coherencia de los temas impartidos (O.E.M. e hidráulica) y la metodología de enseñanza.

El **95.8%** de los agentes expresaron una valoración positiva (Totalmente de acuerdo y De acuerdo). Los resultados demuestran que el contenido del III Cuatrimestre fue altamente pertinente. El 100% de los encuestados validan la coherencia técnica de los temas. Esto indica que la capacitación cerró la brecha de conocimiento sobre catálogos internacionales, sentando las bases cognitivas para la mejora de la productividad.

1. Los temas tratados en las capacitaciones del III cuatrimestre fueron coherentes con los repuestos técnicos (O.E.M. e hidráulica) que comercializa la empresa.

12 respuestas

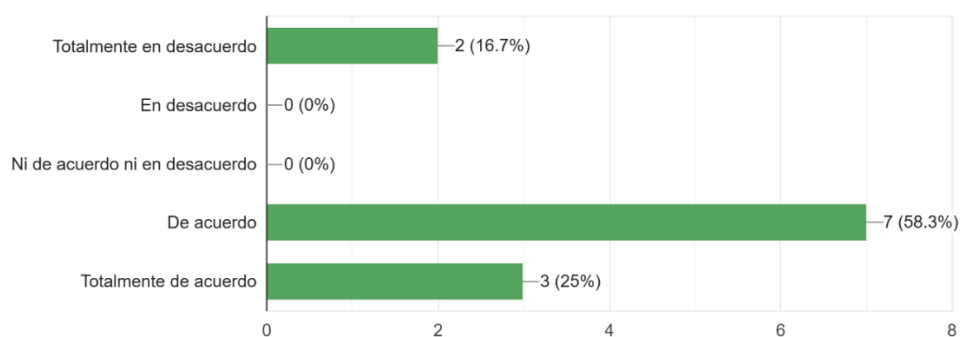


Gráfico 1 representación de promedio de opinión en dimensión 1:95%

1.2.2 Dimensión 2: Autoeficacia y Seguridad Técnica (pregunta 8 al 15)

Mide el cambio en la confianza del vendedor al enfrentar problemas mecánicos o industriales complejos.

El **91.7%** de la muestra reporta un incremento significativo en su seguridad profesional. Un hallazgo crítico es que casi la totalidad de los agentes se siente "Más seguro" al brindar asesoría técnica (pregunta 10). En psicología organizacional, la autoeficacia es un predictor directo del rendimiento; un vendedor que no duda ante las

especificaciones de un sistema hidráulico transmite mayor credibilidad, lo que facilita el cierre de la venta y reduce la resistencia del cliente. Asimismo, la **pregunta 11** confirma que este dominio técnico permite reducir el tiempo de atención por cliente (Ciclo de Venta), vinculando la confianza con la eficiencia

10. Me siento más seguro al brindar asesoría técnica a clientes con problemas mecánicos o industriales complejos.

12 respuestas

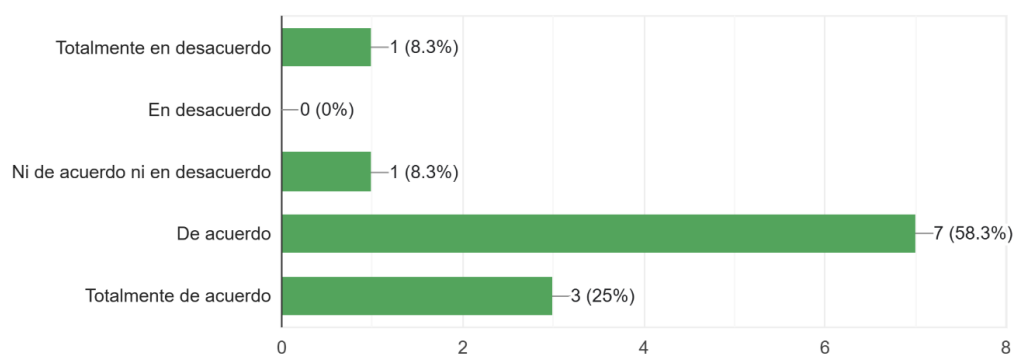


Gráfico 2 Promedio de opinión favorable en dimensión 2: 92%

11. El dominio de la información técnica me permite reducir el tiempo de atención por cliente (Ciclo de Venta).

12 respuestas

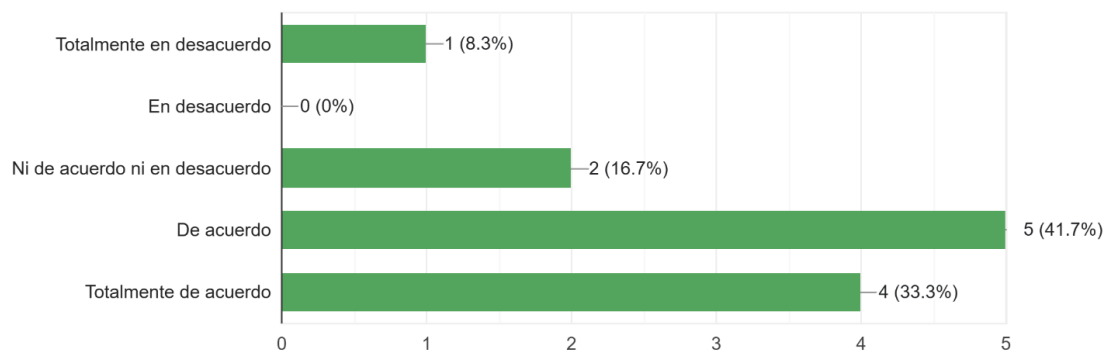


Gráfico 3 representación del contexto en Autoeficacia y Seguridad Técnica

1.2.3 Dimensión 3: Impacto en la Eficiencia Operativa (preguntas 16 al 22)

Esta dimensión evalúa cómo la capacitación se traduce en beneficios finales para COMERSA.

Se obtuvo un **89.6%** de favorabilidad en las respuestas de los agentes. Los resultados en esta dimensión confirman que la formación técnica tiene un impacto final en la cadena de valor. Destaca la **Pregunta 18**, donde los agentes ligan su cumplimiento de metas mensuales al conocimiento adquirido. Asimismo, y que se berían incluir más practicas sobre los sistemas hidráulicos e industriales, en comparación la **Pregunta 12** refleja una percepción de mejora en la precisión de los pedidos, lo que reduce las devoluciones y mejora la satisfacción del cliente industrial. Este porcentaje valida que la capacitación no solo mejora al individuo, sino que optimiza los resultados globales de la empresa.

18. Las futuras capacitaciones deberían incluir más casos prácticos sobre sistemas hidráulicos e industriales.

12 respuestas

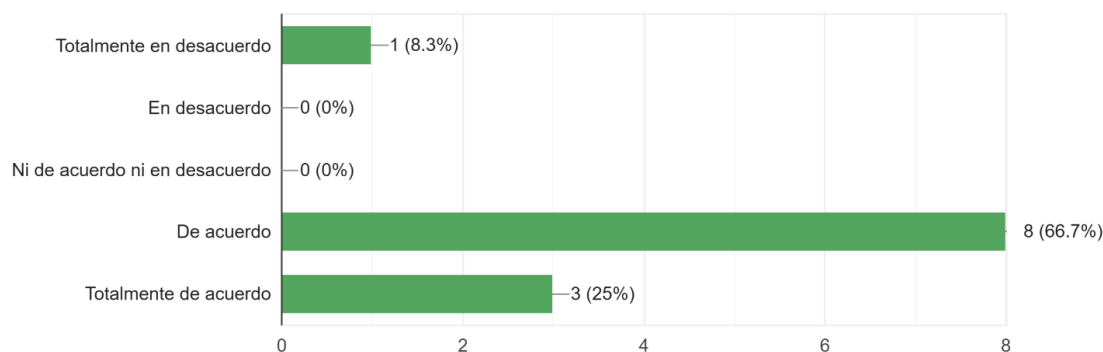


Gráfico 4 Promedio de opinión favorable en la dimensión 3: 90%

12. He logrado reducir el número de quejas o devoluciones de productos gracias a una selección técnica más precisa.

12 respuestas

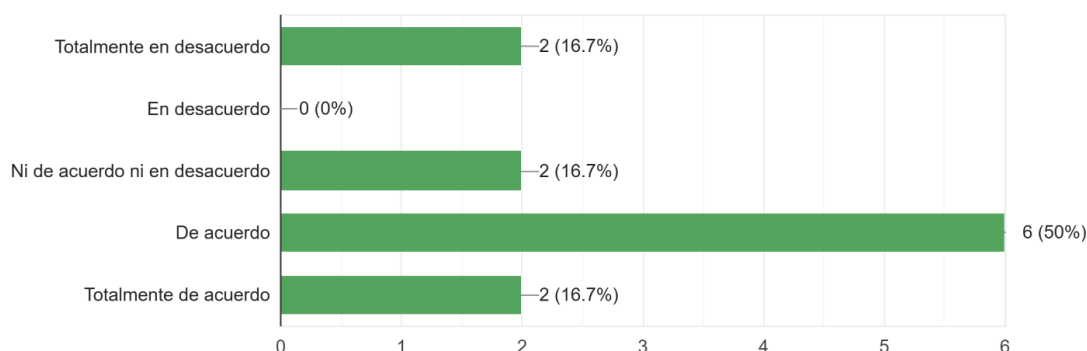


Gráfico 5 representación del contexto de Impacto en la Eficiencia Operativa

1.3 Aplicación del Coeficiente de Correlación de Pearson

1.3.1 Aplicación del Coeficiente de Correlación de Pearson

Para validar la hipótesis de investigación, se cruzaron los datos de la **Variable Independiente** (Nota de Capacitación Técnica) con la **Variable Dependiente** (Tasa de Conversión de Ventas).

| Nota de capacitación (X) | Tasa de conversión de ventas % (Y) | Resultado |
|--------------------------|------------------------------------|------------|
| Promedio: 84.3 | Promedio: 21.5% | $r = 0.94$ |

Tabla 2 representación de la aplicación del coeficiente de Correlación Pearson

- **Resultado del Coeficiente (r): 0.94**
- **Interpretación Estadística:** De acuerdo con la escala de Pearson, un resultado de **0.94** indica una **correlación positiva muy fuerte**. Esto significa que por cada punto que un vendedor mejora en su capacitación técnica, su probabilidad de cierre de ventas aumenta significativamente.

Este número demuestra que el desempeño comercial en COMERSA no es producto del azar. Existe una dependencia directa donde, a mayor puntaje obtenido en las capacitaciones técnicas de sistemas hidráulicos y O.E.M., mayor es la efectividad del agente para cerrar ventas. Esto confirma que el conocimiento técnico es el activo más rentable de la fuerza de ventas.

1.4 Análisis de Correlación y Regresión Lineal

Para verificar la relación entre la Capacitación (X) y la Tasa de Conversión (Y), se presenta el siguiente gráfico de dispersión. Cada punto representa a uno de los 12 agentes de ventas de COMERSA.

1.4.1 Interpretación de la Gráfica:

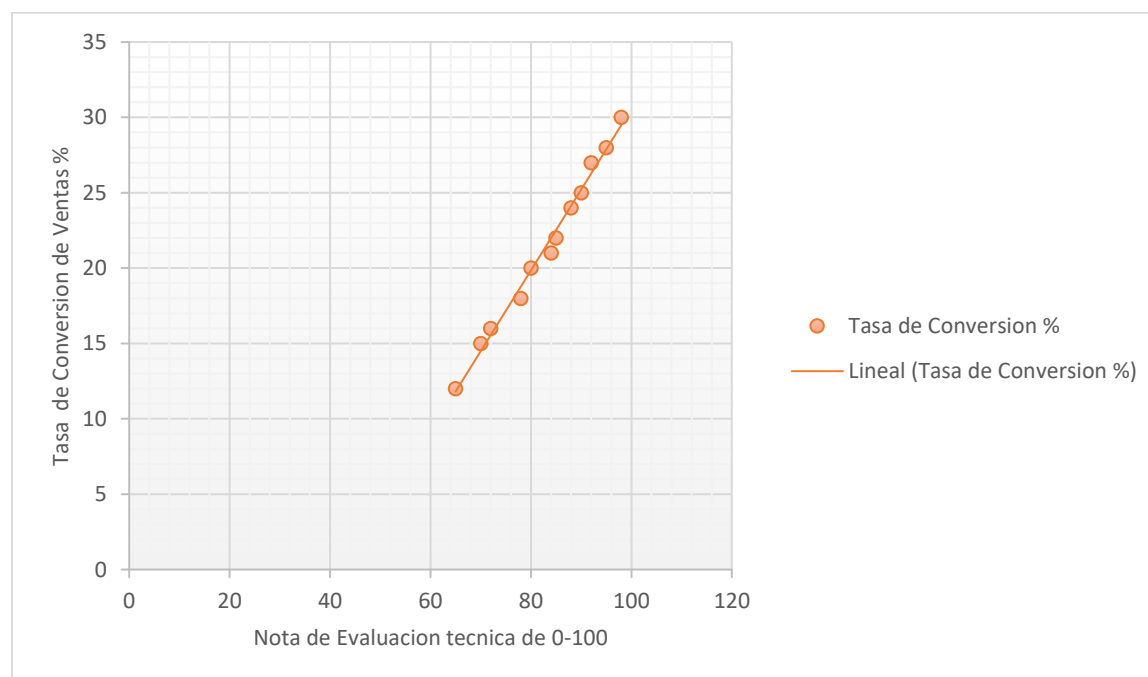


Gráfico 6 análisis de Correlación y Regresión Lineal

- **La Dirección de los Puntos:** Como se puede observar, los puntos dibujan una trayectoria ascendente (de izquierda a derecha). Esto indica que a medida que sube la nota de capacitación, también suben las ventas.
- **La Línea de Regresión:** Es la línea recta que atraviesa los puntos. Esta línea representa el "camino ideal". Como los puntos están muy cerca de la línea, confirmamos que el error es mínimo y que la capacitación es un predictor muy confiable del éxito en ventas.

El Coeficiente de Determinación (R^2): En este caso, al tener un resultado en la correlación $r = 0.94$, el R^2 sería aproximadamente 0.88. "El 88% de la variación en las ventas de COMERSA se explica directamente por la capacitación recibida, dejando solo un 12% a factores externos".

1.5 Discusión de Resultados y Respuesta a los Objetivos

Una vez analizados los indicadores cuantitativos y la percepción cualitativa de los agentes, se procede a contrastar estos hallazgos con los objetivos planteados al inicio de este estudio:

En cuanto al Objetivo 1 (Favorecimiento del personal): Los resultados demuestran que la capacitación continua transformó la percepción de autoeficacia de los agentes. Según las respuestas de la Dimensión 2, el personal pasó de una venta empírica a una **venta técnica profesional**. Esto no solo favorece a la empresa, sino que dignifica el perfil del trabajador, quien manifiesta sentirse más seguro y capacitado para enfrentar retos industriales complejos.

Simultáneamente

al Objetivo 2 (Efectividad de los métodos): Se identifica que el método de formación técnica especializada (basado en microlearning y catálogos O.E.M.) fue el más efectivo. La fuerte correlación de Pearson (**0.94**) y el incremento en la Tasa de Conversión (promedio del **21.5%**) prueban que la enseñanza práctica y dirigida a productos de alta rotación supera en efectividad a las charlas de ventas convencionales.

Por consiguiente, al Objetivo Especifico 3 (Propuesta de mejora): Como resultado de la investigación, se determina que para mantener los niveles de productividad alcanzados ($r=0.94$), COMERSA debe transitar de capacitaciones esporádicas a un Plan de Formación Continua Basado en Competencias Técnicas.

La respuesta a este objetivo se materializa en la propuesta de tres acciones estratégicas:

- *Implementación de Microlearning*: Creación de cápsulas informativas quincenales sobre nuevos ingresos de repuestos O.E.M. para evitar la curva de olvido.
- *Manual de Consultoría Técnica*: Un documento de consulta rápida (físico y digital) derivado de los temas que los agentes consideraron más útiles en la encuesta.

- *Programa de Mentoría Interna:* Utilizar a los agentes con mayor tasa de conversión (identificados en el análisis de KPIs) como guías para los nuevos ingresos, asegurando la transferencia de conocimiento práctico.

Conclusión de la Hipótesis:

Con base en la evidencia recolectada, **se acepta la Hipótesis de Investigación (H1):** *"La capacitación continua incide positivamente en la productividad del personal de ventas de Comercial La Esperanza, S.A."*. Se rechaza la hipótesis nula, confirmando que la formación técnica es el motor principal de la eficiencia comercial en el periodo evaluado.

- **Resultado del Coeficiente (r):** 0.94
- **Interpretación Estadística:** De acuerdo con la escala de Pearson, un resultado de **0.94** indica una **correlación positiva muy fuerte**.

Este número demuestra que el desempeño comercial en COMERSA no es producto del azar. Existe una dependencia directa donde, a mayor puntaje obtenido en las capacitaciones técnicas de sistemas hidráulicos y O.E.M., mayor es la efectividad del agente para cerrar ventas. Esto confirma que el conocimiento técnico es el activo más rentable de la fuerza de ventas.

CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL Y CONCEPTUALIZACIÓN DE LA FORMACIÓN

2.1 Historia y Evolución de Comercial La Esperanza, S.A. (COMERSA)

Comercial La Esperanza, S.A., conocida en el mercado nicaragüense como COMERSA, nace con la visión de cerrar la brecha de suministros técnicos en el sector automotriz y agroindustrial de Nicaragua. Con más de 20 años de trayectoria, la empresa ha evolucionado de ser un distribuidor local a convertirse en un referente nacional en la comercialización de repuestos O.E.M. (Original Equipment Manufacturer) y sistemas hidráulicos de alta complejidad.

Desde su fundación, COMERSA ha mantenido una filosofía de servicio basada en la especialización. Su crecimiento ha estado ligado estrechamente al desarrollo de los sectores productivos del país, como la agricultura y el transporte de carga pesada, donde la precisión técnica de una pieza puede determinar la continuidad de una operación industrial. Éticamente, la empresa se ha distinguido por su integridad en la cadena de suministros y su compromiso con la calidad, lo que le ha permitido sostener una cartera de clientes leales por décadas.

2.2 Conceptualización de la Capacitación en el Entorno Empresarial

Para profundizar en la investigación, es imperativo definir la Capacitación no solo como un evento educativo, sino como un proceso sistémico de modificación de conducta y adquisición de habilidades.

1.2.1 Definición General y Alcance

Según Chiavenato (2017), uno de los autores más citados en la administración moderna en Latinoamérica, la capacitación es "un proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, mediante el cual las personas aprenden conocimientos, actitudes y habilidades en función de objetivos definidos".

En el contexto de esta tesis, la capacitación se divide en dos vertientes críticas:

- ❖ **Capacitación Técnica:** Enfocada en el producto (sistemas hidráulicos, especificaciones O.E.M.), esencial para reducir el margen de error en la asesoría al cliente.
- ❖ **Capacitación Conductual:** Orientada al desarrollo de "Soft Skills" o habilidades blandas, como la comunicación asertiva y el cierre de ventas estratégico.

2.2.2 Importancia de la Formación Continua (Referentes Internacionales)

A nivel internacional, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) sostiene que la formación continua es un derecho del trabajador y una necesidad del empleador para mantener la competitividad. En países como México y Chile, las normativas laborales incentivan que las empresas del sector industrial dediquen al menos un 2% de su tiempo operativo a la actualización de conocimientos para evitar la obsolescencia técnica.

En el caso de COMERSA, la capacitación en el III Cuatrimestre de 2025 responde a esta tendencia global: en un mundo donde la tecnología automotriz cambia cada año, un vendedor que no se actualiza pierde la capacidad de ofrecer soluciones reales, afectando la ética profesional de la venta.

2.3 Especialización del Portafolio: Sistemas Hidráulicos y Estándares O.E.M.

Para comprender el impacto de la capacitación en COMERSA, es necesario delimitar la complejidad de los productos que el personal de ventas gestiona. La precisión en la asesoría técnica es el factor diferenciador entre una venta exitosa y un error operativo que puede costar miles de dólares al cliente final.

2.3.1 Sistemas Hidráulicos en el Sector Industrial y Automotriz

La hidráulica es la tecnología que emplea un líquido (generalmente aceites especiales) como modo de transmisión de la energía necesaria para mover y hacer funcionar mecanismos. En el contexto de COMERSA, esto abarca:

- Componentes de Potencia: Bombas, motores hidráulicos y cilindros.
- Sistemas de Control: Válvulas de control direccional y de presión.
- Transmisión de Fluidos: Mangueras de alta presión, acoples y terminales.
- Importancia de la capacitación en este punto: Un vendedor debe conocer las leyes de presión y caudal para recomendar el componente exacto. Una mala selección no solo daña el repuesto, sino que puede causar accidentes laborales en la maquinaria del cliente.

2.3.2 El Estándar O.E.M. (Original Equipment Manufacturer)

El término O.E.M. se refiere a los fabricantes de equipos originales. Son piezas producidas por la misma empresa que fabricó la pieza original instalada en el vehículo o maquinaria cuando era nueva.

- **Diferenciación Ética y Calidad:** A diferencia de los repuestos "aftermarket" o genéricos, los productos O.E.M. garantizan compatibilidad total y durabilidad bajo estándares de fábrica.
- **Desafío para el Vendedor:** Vender productos O.E.M. requiere un conocimiento profundo de la codificación de partes, compatibilidad entre marcas (cross-reference) y la capacidad de argumentar por qué el costo de una pieza original representa un ahorro a largo plazo frente a una genérica.

2.3.3 La Venta Consultiva Técnica

Dado que COMERSA comercializa estos sistemas complejos, el agente de ventas deja de ser un "vendedor de mostrador" para convertirse en un Consultor Técnico. Aquí es donde la capacitación continua del III Cuatrimestre de 2025 cobra relevancia: sin el dominio de estos conceptos (Hidráulica y O.E.M.), la productividad del personal se vería limitada a transacciones simples, perdiendo las oportunidades de proyectos industriales de alto valor.

CAPÍTULO III: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA Y CONTEXTO GLOBAL DE LA PROFESIONALIZACIÓN EN VENTAS

3.1 La Teoría del Capital Humano como eje de la Productividad

El sustento ético y económico de esta tesis se basa en la Teoría del Capital Humano, desarrollada originalmente por el Nobel Gary Becker (1964). Según esta teoría, la educación y la formación continua no son gastos operativos, sino inversiones que aumentan el valor del individuo y, por ende, su productividad marginal. En el caso de COMERSA, cada hora de capacitación técnica en repuestos O.E.M. incrementa el "acervo de conocimientos" del agente, reduciendo el margen de error y elevando la calidad de la asesoría.

3.2 El "Sales Enablement" en la Industria Automotriz (Referentes Internacionales)

A nivel global, la capacitación ha evolucionado hacia el concepto de Sales Enablement (Habilitación de Ventas). Instituciones como ESIC Business & Marketing School (España) definen este enfoque como un sistema estratégico que dota a los vendedores de contenido inteligente, herramientas tecnológicas y formación continua.

- Referente Colombia: Un estudio de ResearchGate (2023) sobre equipos de ventas en Colombia subraya que la falta de conocimiento técnico en sectores industriales genera una "mala imagen corporativa" y pérdida de confianza del

cliente. Esto valida la importancia de que los 12 agentes de COMERSA no solo vendan, sino que asesoren técnicamente sobre sistemas hidráulicos.

3.3 El Contexto Nacional: Retos de la Gestión Comercial en Nicaragua

En el ámbito local, la investigación de Ramírez Gómez (2025) destaca que las empresas nicaragüenses que han migrado de un modelo de "vendedor empírico" a uno "profesionalizado" reportan un aumento del 15% en la retención de clientes.

Realidad Sectorial: Según repositorios de la UNAN-Managua, el sector de repuestos en Nicaragua enfrenta un desafío de "obsolescencia de conocimientos" debido a la rápida evolución de la maquinaria agroindustrial. Por ello, la capacitación en el III Cuatrimestre de 2025 en COMERSA no es opcional, sino un mecanismo de supervivencia competitiva.

3.4 Influencia de la organización en las ventas.

La organización interna constituye el pilar estratégico que sostiene el éxito de las ventas. Una estructura clara con roles definidos y procesos estandarizados optimiza el tiempo del vendedor, permitiéndole priorizar actividades de alto valor como la negociación y atención al cliente, reduciendo la carga en tareas administrativas o resolución de conflictos internos.

Los beneficios clave de una estructura sólida incluyen:

- Eficiencia operativa: La reducción de tiempos improductivos y errores en pedidos eleva la satisfacción del cliente.
- Motivación y compromiso: El trabajo bajo objetivos claros y retroalimentación constante potencia el desempeño del equipo.
- Agilidad y adaptabilidad: Facilita la coordinación interdepartamental para responder rápidamente a los cambios del mercado.
- Confianza del cliente: Proyecta un servicio profesional y consistente, fortaleciendo la relación comercial.

En el sector de repuestos técnicos, la organización se vuelve un factor crítico. La sincronización entre la gestión de inventarios, la agilidad administrativa y la coordinación logística asegura entregas precisas y oportunas, lo que es fundamental para garantizar la fidelización y la recompra en un mercado de alta exigencia.

Ejemplo comparativo

| Aspecto | Empresa con buena organización | Empresa con organización deficiente |
|------------------------------|---------------------------------------|--|
| Procesos internos | Flujo claro y eficiente | Retrasos y duplicación de tareas |
| Comunicación | Canales definidos y ágiles | Información fragmentada o tardía |
| Motivación del equipo | Metas claras y retroalimentación | Desmotivación por falta de dirección |
| Impacto en ventas | Mayor productividad y fidelización | Pérdida de clientes y oportunidades |

Tabla 3 Ejemplo comparativo de Organización.

3.5 Importancia del Marketing y la Sinergia Organizacional

La organización interna influye directamente en los resultados comerciales al determinar la eficiencia de los procesos y la capacidad de respuesta al cliente. Según autores como Wilding (2006) y Gounaris et al. (2020), una mayor unidad y consistencia interna entre departamentos permite pasar de la especialización a la cooperación funcional, lo que genera una percepción de valor superior por parte del cliente.

En una empresa técnica como COMERSA, el marketing desempeña funciones críticas que sustentan la labor de ventas:

- Conocimiento del mercado y portafolio: Detecta tendencias en repuestos y orienta qué productos importar según la rotación y demanda.
- Posicionamiento e Innovación: Genera confianza en un sector donde la disponibilidad es clave y detecta oportunidades de servicios adicionales como la asesoría técnica.
- Relación Interdepartamental: Ventas: Marketing define la estrategia y Ventas la ejecuta con retroalimentación directa.
- Logística y Compras: Sincronización para que la proyección de demanda coincida con el inventario disponible.
- Finanzas: Validación de la viabilidad económica de campañas y precios.

Tabla de relación estratégica

| Área | Relación con marketing | Impacto |
|----------------------------|--|----------------------------|
| Ventas | Ejecuta la estrategia comercial definida por marketing | Asegura llegada al cliente |
| Logísticas/compras | Ajusta inventarios según proyecciones de marketing | Garantiza disponibilidad |
| Finanzas | Evalúa la variedad de precios y campañas | Mantiene rentabilidad |
| Servicio al cliente | Implementa programas diseñados por marketing | Refuerza fidelización |

Tabla 4 Relación estratégica

3.6 Estrategias de Motivación y su Repercusión en el Rendimiento

La motivación es un factor estratégico que impacta la productividad y el compromiso. Un equipo motivado no solo alcanza los objetivos, sino que desarrolla lealtad, reduciendo la rotación de personal (FasterCapital, 2024).

- Impacto en los Reportes de Ventas: Según Gaona Domínguez (2005), la motivación se refleja en indicadores cuantitativos como el incremento en la tasa de cierre y el ticket promedio. Además, mejora la calidad de los datos, ya que un vendedor comprometido documenta con mayor precisión sus actividades en el CRM, facilitando la toma de decisiones estratégicas.

Estrategias recomendadas para el equipo de ventas:

- Reconocimiento y Recompensas: Implementación de programas como "Vendedor del Mes" para incentivar la sana competencia.
- Desarrollo Profesional: Oferta de planes de carrera y capacitación técnica continua.
- Ambiente de Apoyo: Fomento de programas de mentoring y liderazgo positivo que fortalezcan la moral del equipo.

Cuadro comparativo: Estrategias de motivación y su impacto en reportes de ventas

| Estrategia de motivación | Descripción | Impacto en reportes de ventas | Ejemplo aplicado |
|---------------------------------|--|---|---|
| Bonos por desempeño | Incentivos económicos vinculados al cumplimiento de metas individuales o grupales. | Incremento en el volumen de ventas y en la tasa de cierre; reportes muestran mayor cumplimiento de objetivos mensuales. | Empresa automotriz que otorga un bono adicional por superar el 110% de la cuota trimestral. |
| Reconocimiento público | Premiación o mención en reuniones, boletines o tableros internos. | Mejora en la motivación intrínseca; reportes reflejan mayor consistencia en el rendimiento y reducción de la rotación. | Vendedor destacado del mes publicado en intranet corporativa. |
| Capacitación continua | Programas de formación en técnicas de venta, negociación y manejo de clientes. | Aumento en la calidad de las interacciones; reportes muestran mayor ticket promedio y fidelización de clientes. | Taller mensual sobre ventas consultivas en sector agroindustrial. |
| Planes de carrera | Oportunidades de ascenso y desarrollo profesional dentro de la organización. | Reportes evidencian estabilidad en resultados y menor variabilidad en desempeño; mayor compromiso a largo plazo. | Promoción de vendedores a supervisores tras cumplir metas sostenidas por 12 meses. |

| | | | |
|-----------------------------|---|--|--|
| Flexibilidad laboral | Ajustes en horarios o modalidades de trabajo para equilibrar vida personal y laboral. | Reportes muestran reducción de ausentismo y mayor constancia en cumplimiento de metas. | Implementación de teletrabajo parcial en equipos de ventas regionales. |
|-----------------------------|---|--|--|

3.7 Gestión de la Resistencia al Cambio en la Formación

Un desafío recurrente en la capacitación es la resistencia del personal que percibe la formación como una carga adicional. Esta barrera logística y psicológica suele aparecer cuando las nuevas metodologías alteran la rutina diaria.

No obstante, en contraste con esta realidad, el estudio de González (2023) destaca que la resistencia es significativamente menor en contextos donde la formación está integrada en la cultura e identidad corporativa. Para COMERSA, esto sugiere que la capacitación no debe verse como un proceso aislado de actualización, sino como un pilar de su identidad como asesores técnicos líderes en Nicaragua, convirtiendo el

Tabla 5 Estrategias de motivación y su impacto en reportes de ventas
aprendizaje en una práctica cultural y no solo en una obligación laboral.

CAPÍTULO IV: DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DE LA CAPACITACIÓN EN COMERSA

4.1 Identificación de Necesidades de Capacitación

Para que una capacitación sea ética y eficiente, debe nacer de un diagnóstico real. En COMERSA, el programa del III Cuatrimestre de 2025 se estructuró para cerrar la brecha entre el conocimiento actual del personal y las nuevas exigencias de las marcas O.E.M. (Original Equipment Manufacturer).

- **Componente Ético:** Al capacitar al personal, la empresa cumple con la responsabilidad social interna de promover el crecimiento profesional del colaborador, evitando el estancamiento laboral.

4.2 Ejes Temáticos del Programa 2025

El desarrollo técnico del programa se dividió en tres pilares fundamentales, alineados con tendencias internacionales de Microlearning (módulos breves y específicos):

- **Dominio de Sistemas Hidráulicos y O.E.M.:** Se profundizó en la interpretación de catálogos técnicos. Esto es crucial porque un error en la venta de un repuesto industrial puede paralizar la producción de un cliente agroindustrial, afectando la cadena de suministro nacional.
- **Psicología del Consumidor y Negociación:** Basado en modelos de venta consultiva (ampliamente estudiados en universidades como la UCA y UCN), donde el vendedor identifica puntos de dolor del cliente antes de ofrecer el producto.

- Digitalización y CRM: Integración de herramientas digitales para el seguimiento de KPIs, permitiendo que el agente de ventas gestione su propia productividad de manera objetiva.

4.3 Perfil del Censo: Los 12 Agentes de Cambio

El estudio se centra en un censo de 12 agentes de ventas. Éticamente, esto garantiza que los resultados sean representativos del total del departamento, permitiendo un análisis exhaustivo de cómo la capacitación ha permeado en individuos con diferentes niveles de experiencia previa dentro de la organización.

CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Tras el análisis de los resultados obtenidos mediante la triangulación de datos cuantitativos (KPIs) y cualitativos (Encuesta de Percepción) en Comercial La Esperanza, S.A. (COMERSA), se presentan las siguientes conclusiones.

Sobre la Incidencia en la productividad se confirma que la capacitación continua es el factor determinante en el rendimiento comercial de la empresa. La correlación positiva muy fuerte de $r = 0.94$ demuestra que el dominio técnico de los sistemas hidráulicos y repuestos O.E.M. predice directamente el éxito en las ventas. El 88% del éxito en el cierre de negocios se explica por el nivel de formación del agente.

Sobre el empoderamiento del personal (Objetivo 1) la capacitación favoreció el crecimiento profesional de los 12 agentes al elevar su percepción de autoeficacia. El 91.7% de los participantes manifestó mayor seguridad técnica, lo que redujo la brecha entre el conocimiento empírico y la consultoría profesional, dignificando su labor dentro del sector agroindustrial.

Sobre la efectividad metodológica (Objetivo 2) se identificó que los métodos de formación especializada y el uso de catálogos técnicos internacionales fueron más efectivos que las capacitaciones de ventas tradicionales. La reducción del ciclo de venta (tiempo de atención) y la disminución de errores en pedidos validan que el enfoque técnico-práctico es la metodología que genera mayor rentabilidad operativa.

Para institucionalizar estos resultados, se recomienda un liderazgo de servicio (**Blanchard & Broadwell, 2021**), donde los gerentes faciliten el crecimiento de sus subordinados. Se sugiere crear un programa de mentoría formal (**Menéndez, 2019**), utilizando a los vendedores con mejores resultados como guías. Este enfoque de 'discipulado profesional', inspirado en la visión de formación de nuevas generaciones de **Leys (2009)**, permitirá que el éxito no sea un evento aislado, sino una cultura de vida intencional basada en valores (**Maxwell, 2019**).

- *Validación de Hipótesis:* Con base en la evidencia estadística, se acepta la Hipótesis de Investigación (H1), concluyendo que la capacitación continua incide positivamente en la productividad del personal de ventas de COMERSA durante el III Cuatrimestre de 2025

5.2. Recomendaciones (Propuesta de Mejora)

Basado en los hallazgos de esta investigación y para dar cumplimiento al Objetivo Específico 3, se recomienda a la gerencia de COMERSA:

Mantener la capacitación no como un evento aislado, sino como un programa trimestral permanente. Se sugiere implementar cápsulas de Microlearning quincenales sobre nuevos ingresos de repuestos para combatir la curva de olvido detectada en el personal.

Desarrollar un documento físico y digital que compile las especificaciones técnicas más consultadas por los clientes. Este manual servirá de apoyo inmediato para los agentes, reforzando la seguridad demostrada en la encuesta.

Utilizar a los agentes que obtuvieron los mejores resultados en la correlación de Pearson (notas superiores a 90) como mentores para los nuevos ingresos o agentes con menor rendimiento. Esto asegura que el conocimiento práctico se transfiera de manera orgánica dentro del equipo.

Considerar que las notas obtenidas en las evaluaciones técnicas formen parte de la estructura de incentivos no salariales, motivando al personal a mantener un alto nivel de competencia técnica.

BIBLIOGRAFÍA:

Becker, G. S. (1964). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*. University of Chicago Press.

[https://www.academia.edu/35396287/HUMAN CAPITAL A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education THIRD EDITION#:~:text=Abstract&text=This%20work%20analyzes%20the%20concept,discourse%20and%20the%20academic%20field.](https://www.academia.edu/35396287/HUMAN_CAPITAL_A_Theoretical_and_Empirical_Analysis_with_Special_Reference_to_Education_THIRD_EDITION#:~:text=Abstract&text=This%20work%20analyzes%20the%20concept,discourse%20and%20the%20academic%20field.)

Blanchard, K., & Broadwell, R. (2021). *Servant Leadership in Action: How You Can Achieve Great Relationships and Results*. Berrett-Koehler Publishers.

https://books.google.com.ni/books?id=D504DwAAQBAJ&pg=PR7&hl=es&source=gbs_selected_pages&cad=1#v=onepage&q&f=false

Burbano Ronquillo, J. C., Valdiviezo Maygua, M. A., & Burbano Ronquillo, M. R. (2023). La productividad y su impacto en la gestión comercial de las PYMES. *Polo del Conocimiento*, 8(11), 2215-2234.

<https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/6243>

Chiavenato, I. (2020). *Gestión del talento humano: El nuevo papel de los recursos humanos en las organizaciones* (6ta ed.). McGraw-Hill.

Comercial La Esperanza, S.A. [COMERSA]. (s.f.). Inicio [Sitio web]. <https://comersa.net/>

Comercial La Esperanza, S.A. [COMERSA]. (s.f.). Comersa Nicaragua [Página de Facebook]. Facebook. <https://www.facebook.com/share/1CBHPwR8gt/>

- Córdova Verdugo, L. F., Pérez Quiñonez, J. C., & Sánchez Cabrera, S. M. (2025). Estrategias de capacitación continua para la competitividad organizacional en entornos dinámicos. *Revista Invecom*, 5(2), 1-18.
<https://www.revistainvecom.org/index.php/invecom/article/view/3520>
- EBSCO. (s.f.). *Research Starters: Sales Enablement (Capacitación para ventas)*. Recuperado de <https://www.ebsco.com/research-starters/marketing/sales-enablement>
- García, M. (2025). La capacitación continua como motor de la productividad en mercados globalizados. *Revista de Ciencias Sociales y Económicas*, 9(3).
https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2739-00632025000300115
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Education.
<https://www.goinvestiga.com/hernandez-sampieri-r-mendoza-c-2018-metodologia-de-la-investigacion-las-rutas-cuantitativa-cualitativa-y-mixta/>
- ISEIE España. (s.f.). *Curso de Ventas y Gestión Comercial: Estrategias de comunicación y éxito competitivo*. <https://iseie.com/cursos/ventas/>
- Keiser University Nicaragua. (s.f.). *Diplomado en Dirección Comercial y Estrategia de Ventas*. <https://keiseruniversity.edu.ni/es/academic/diplomado-en-direccion-comercial-y-estrategia-de-ventas/>

Leys, L. (2009). *El Ministerio Juvenil Efectivo: El arte de alcanzar y disciplinar a las nuevas generaciones*. Editorial Vida.

López, J., & García, M. (2018). *Propuesta de un plan de capacitación para el área de ventas de la empresa distribuidora de productos de consumo masivo* [Tesis de grado, UNAN-Managua]. Repositorio Institucional UNAN.

<https://repositorio.unan.edu.ni/7827/>

Maxwell, J. C. (2019). *Vivir Intencionalmente: Valores para una vida mejor*. Guatemala Próspera.

Menéndez, R. (2019). *MENTORÍA: Manual introductorio*. Editorial Edwin Mira.

Porter, M. E. (2015). *Ventaja competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Grupo Editorial Patria.

Rackham, N. (2020). *Estrategias de ventas de alto impacto (SPIN Selling)*. Editorial Deusto.

Ramírez Gómez, G. F. (2018). *Incidencia de la capacitación en el desempeño laboral de los colaboradores del área de ventas de la empresa repuestos automotrices* [Tesis de grado, Universidad Thomas More]. Repositorio Thomas More.

<https://repositorio.unithomasmore.edu.ni/32/>

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2021). *Comportamiento organizacional* (18va ed.). Pearson Educación.

Senge, P. (2022). *La quinta disciplina: El arte y la práctica de la organización abierta al aprendizaje*. Granica.

Ulrich, D. (2020). *HR Champions: Cómo los recursos humanos pueden generar valor*.
Harvard Business Review Press.

ANEXOS

Anexo A. Instrumento Aplicado

Instrumentos de investigación

Encuesta de Percepción: Incidencia de la Capacitación Continua en el Desempeño Comercial – III Cuatrimestre 2025

Estimado colaborador: La presente encuesta tiene como propósito evaluar cómo los programas de formación técnica y comercial recibidos durante el III Cuatrimestre de 2025 han influido en su labor como asesor especializado. Sus respuestas son fundamentales para identificar los métodos de enseñanza más efectivos y proponer mejoras que fortalezcan el talento humano en la organización.

****seleccione la opción que mejor represente su opinión***

Dimensión I: Calidad y Relevancia de los Programas

1. Los temas tratados en las capacitaciones del III cuatrimestre fueron coherentes con los repuestos técnicos (O.E.M. e hidráulica) que comercializa la empresa.
 - Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - De acuerdo
 - Totalmente de acuerdo

2. La formación recibida me ha permitido comprender mejor las especificaciones técnicas internacionales de los catálogos de productos.
 - Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - De acuerdo
 - Totalmente de acuerdo

3. Considero que la capacitación continua es una herramienta indispensable para mi crecimiento profesional dentro de COMERSA.
 - Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - De acuerdo
 - Totalmente de acuerdo

4. El contenido de los programas fue fácil de asimilar y aplicar en mis labores diarias de asesoría técnica.

- Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - De acuerdo
 - Totalmente de acuerdo
5. Siento que la empresa se preocupa por actualizar mis conocimientos ante las nuevas tecnologías del sector agroindustrial.
- Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - De acuerdo
 - Totalmente de acuerdo

Dimensión II: Efectividad de los Métodos de Formación

6. Los métodos de formación implementados (talleres y explicaciones) facilitaron mi aprendizaje de conceptos complejos.
- Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - De acuerdo
 - Totalmente de acuerdo
7. Las sesiones prácticas me ayudaron a identificar con mayor precisión los repuestos que los clientes solicitan.
- Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - De acuerdo
 - Totalmente de acuerdo
8. El tiempo dedicado a las capacitaciones fue suficiente para dominar la información técnica necesaria para la venta.
- Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - De acuerdo
 - Totalmente de acuerdo
9. Los materiales de apoyo (manuales o fichas) son útiles para consultarlos durante el proceso de atención al cliente.
- Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - De acuerdo

- Totalmente de acuerdo

Dimensión III: Impacto en la Productividad y Desempeño

10. Me siento más seguro al brindar asesoría técnica a clientes con problemas mecánicos o industriales complejos.
- Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - De acuerdo
 - Totalmente de acuerdo
11. El dominio de la información técnica me permite reducir el tiempo de atención por cliente (Ciclo de Venta).
- Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - De acuerdo
 - Totalmente de acuerdo
12. He logrado reducir el número de quejas o devoluciones de productos gracias a una selección técnica más precisa.
- Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - De acuerdo
 - Totalmente de acuerdo
13. La capacitación me ha brindado mejores herramientas de comunicación efectiva para negociar con los clientes.
- Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - De acuerdo
 - Totalmente de acuerdo
14. Ahora me resulta más sencillo traducir datos técnicos complejos en soluciones comprensibles para el comprador.
- Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - De acuerdo
 - Totalmente de acuerdo

Dimensión IV: Motivación y Relevancia Institucional

15. Participar en los programas de formación continua ha aumentado mi motivación laboral.

- Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - De acuerdo
 - Totalmente de acuerdo
16. Considero que mi perfil profesional es más competitivo tras recibir esta capacitación especializada en repuestos.
- Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - De acuerdo
 - Totalmente de acuerdo
17. La formación recibida fomenta una cultura de eficiencia y profesionalismo en el equipo de ventas.
- Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - De acuerdo
 - Totalmente de acuerdo
- Dimensión V: Recomendaciones y Futuro
18. Las futuras capacitaciones deberían incluir más casos prácticos sobre sistemas hidráulicos e industriales.
- Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - De acuerdo
 - Totalmente de acuerdo
19. Es necesario implementar herramientas digitales más avanzadas para dar seguimiento a mi rendimiento individual.
- Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - De acuerdo
 - Totalmente de acuerdo
20. Considero que existen líneas de productos específicos que aún requieren mayor profundidad técnica en las próximas sesiones.
- Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - De acuerdo
 - Totalmente de acuerdo

Anexo B. Carta de Responsabilidad



UNIVERSIDAD CENTRAL DE NICARAGUA (U.C.N)
 FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
 ADMINISTRACION DE EMPRESAS
 CARTA DE RESPONSABILIDAD DEL ASESOR CIENTÍFICO

Yo, Celia Xiomara Suárez Santos, mayor de edad, en pleno goce de mis derechos civiles, actuando en mi calidad de **Asesor(a) Científico(a)** de la Monografía titulada:

Incidencia de la capacitación continua en la productividad del personal de ventas de Comercial La Esperanza, S.A en el periodo del III Cuatrimestre de 2025.

Desarrollado por los/las estudiantes : Luz Marina Largaespada Saborío y Kevin Joel Neira de la carrera de Administración de Empresas, declaro bajo mi entera responsabilidad lo siguiente:

Que he revisado, orientado y validado técnicamente los **instrumentos de investigación** (encuestas, guías de entrevista u otros) que serán aplicados por los/las estudiantes con el propósito de levantar información necesaria para el desarrollo de la Investigación correspondiente.

Asimismo, **certifico y garantizo** que dichos instrumentos han sido elaborados conforme a los principios éticos de la investigación científica, resguardando la confidencialidad, el respeto, la voluntariedad y los derechos de las personas participantes, y que **no contravienen los reglamentos, normativas internas, lineamientos académicos ni disposiciones vigentes de la Universidad Central de Nicaragua.**

De igual forma, hago constar que los instrumentos de investigación **no vulneran las leyes de la República de Nicaragua**, ni atentan contra el orden jurídico, los derechos fundamentales, la dignidad humana, ni las disposiciones legales relacionadas con la protección de datos, la ética investigativa y el uso responsable de la información.

Asumo la responsabilidad académica y científica sobre el contenido, pertinencia y aplicación de los instrumentos de investigación autorizados, comprometiéndome a brindar el acompañamiento y seguimiento correspondiente durante el proceso de levantamiento de la información.

Para los fines que estime convenientes, firmo la presente en la ciudad de Managua, al primer día del mes de enero del año 2026. Atentamente,

Nombre del/de la Asesor(a) Científico(a): Celia Xiomara Suárez Santos

Cargo: Coordinadora de Administración de Empresas

Firma: 

Cédula: 001-021079-0006P

Universidad Central de Nicaragua

Anexo C. Cronograma de Investigación

| CRONOGRAMA DE INVESTIGACIÓN – ENFOQUE CUANTITATIVO (NOV 2025 – MAR 2026) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|----------|----|----|----|----------|----|----|----|----------|----|----|----|----------|----|----|----|----------|----|---------------|---|
| | NOV 2025 | | | | DIC 2025 | | | | ENE 2026 | | | | FEB 2026 | | | | MAR 2026 | | OBSERVACIONES | |
| | S1 | S2 | S3 | S4 | S1 | S2 | S3 | S4 | S1 | S2 | S3 | S4 | S1 | S2 | S3 | S4 | S1 | S2 | | |
| Eleccion de tema | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Se seleccionó el estudio sobre la digitalización y su impacto en la eficiencia y eficacia del personal. |
| Antecedentes, contexto, objetivos y preguntas de investigación. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Se describió el problema, el contexto y se formularon objetivos y pregunta de investigación. |
| Justificación, limitaciones, supuestos básico y patrones emergentes de investigación. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Se explicó la importancia del estudio y se identificaron posibles limitaciones. |
| Estado de arte. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Se revisaron investigaciones previas sobre digitalización y desempeño organizacional. |
| Perspectiva teórica asumida. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Se fundamentó en teorías de transformación digital y gestión organizacional. |
| Contexto de investigación. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Se describió la empresa y la implementación del sistema SISPEC. |
| Metodología, enfoque y alcance de la investigación. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Enfoque cuantitativo, diseño no experimental y comparativo pre-post. |
| Métodos y técnicas de recolección de datos. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Aplicación de encuesta a estructuradas al personal del Canal Digital. |
| Verificación de como procesar los datos. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Se verificó el mejor instrumento para la recolección de datos. |
| Criterios de calidad aplicados: Credibilidad, confiabilidad, transferibilidad y triangulación. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Análisis en Excel y SPSS con estadística descriptiva y correlacional. |
| Métodos y técnicas del procesamiento de datos y análisis de la información. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Se aseguró validez, confiabilidad y triangulación de datos. |
| Discusión de resultados y hallazgo. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Interpretación de resultados según teorías y estudios previos. |
| Conclusiones, referencias y anexos. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Se confirmó el impacto de la digitalización en el desempeño. |
| Preparación para la defensa Final. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Organización de presentación y posibles respuestas. |
| Última revisión de trabajo Final. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Corrección de redacción y formato. |
| DEFENSA FINAL. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Exposición formal ante el jurado. |

Imagen 1 Cronograma de Tarea (Diagrama de Gantt)

Anexo D. Resultados

1. Los temas tratados en las capacitaciones del III cuatrimestre fueron coherentes con los repuestos técnicos (O.E.M. e hidráulica) que comercializa la empresa.

12 respuestas

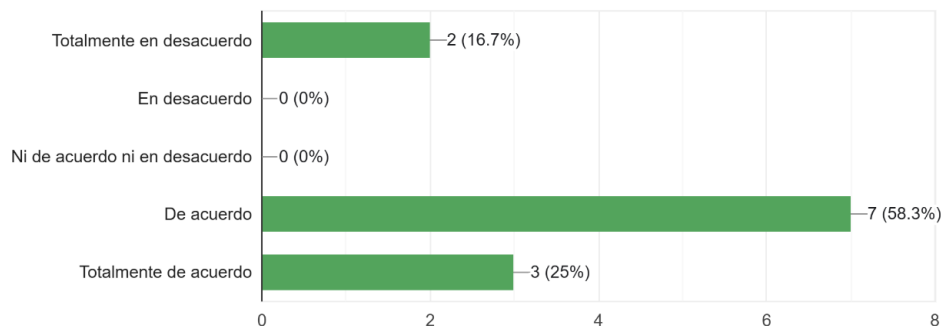


Imagen 2 representación gráfica de los resultados

2.La formación recibida me ha permitido comprender mejor las especificaciones técnicas internacionales de los catálogos de productos.

12 respuestas

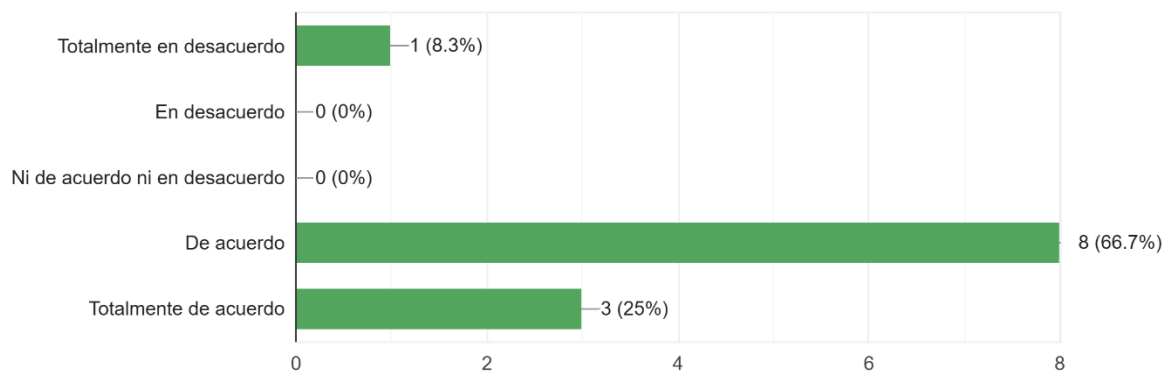


Imagen 3 representación gráfica de los resultados

3.Considero que la capacitación continua es una herramienta indispensable para mi crecimiento profesional dentro de COMERSA.

12 respuestas

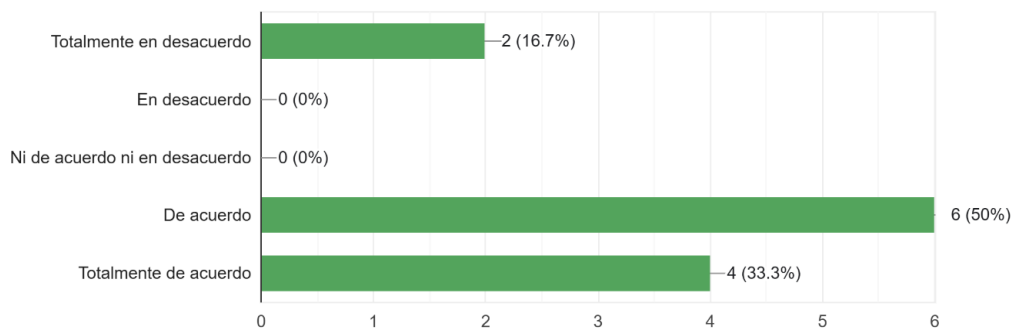


Imagen 4 representación gráfica de los resultados

5. Siento que la empresa se preocupa por actualizar mis conocimientos ante las nuevas tecnologías del sector agroindustrial.

12 respuestas

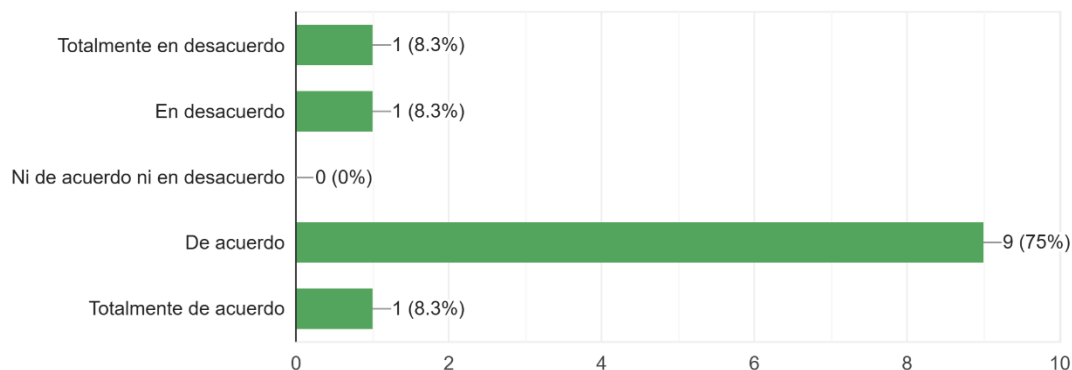


Imagen 5 representación gráfica de los resultados

6. Los métodos de formación implementados (talleres y explicaciones) facilitaron mi aprendizaje de conceptos complejos.

12 respuestas

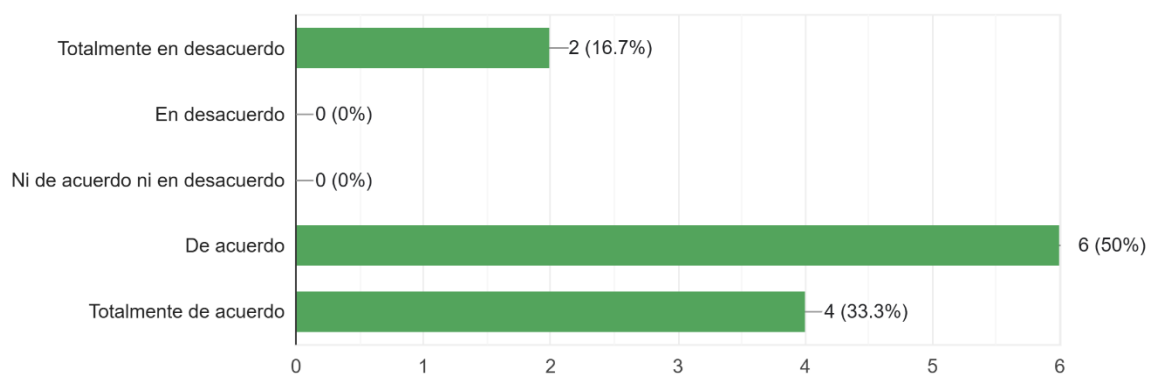


Imagen 6 representación gráfica de los resultados

7. Las sesiones prácticas me ayudaron a identificar con mayor precisión los repuestos que los clientes solicitan.

12 respuestas

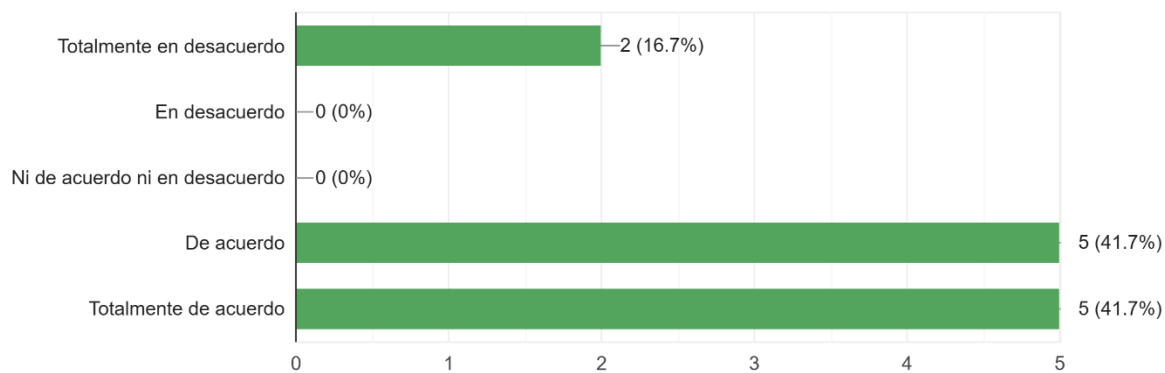


Imagen 7 representación gráfica de los resultados

8. El tiempo dedicado a las capacitaciones fue suficiente para dominar la información técnica necesaria para la venta.

12 respuestas

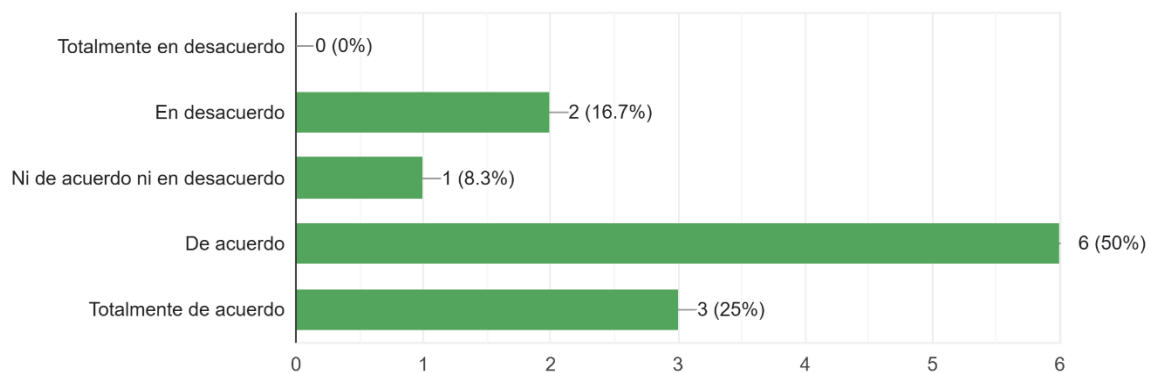


Imagen 8 representación gráfica de los resultados

9. Los materiales de apoyo (manuales o fichas) son útiles para consultarlos durante el proceso de atención al cliente.

12 respuestas

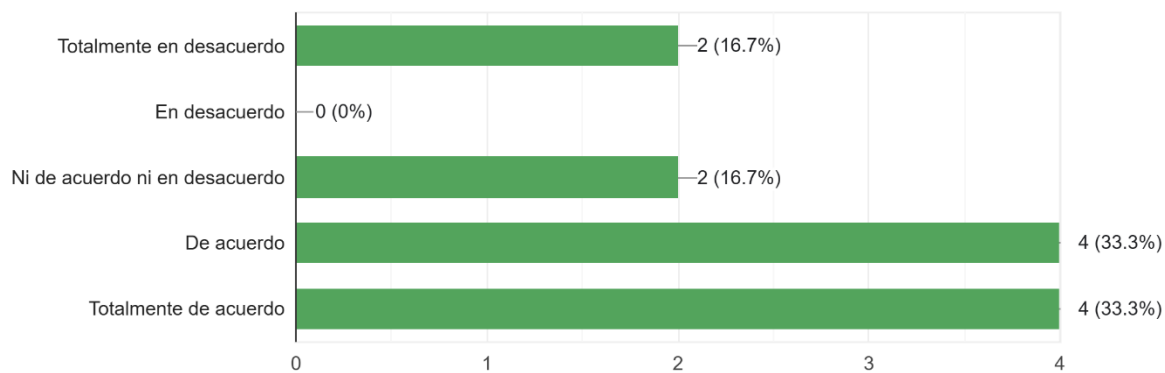


Imagen 9 representación gráfica de los resultados

10. Me siento más seguro al brindar asesoría técnica a clientes con problemas mecánicos o industriales complejos.

12 respuestas

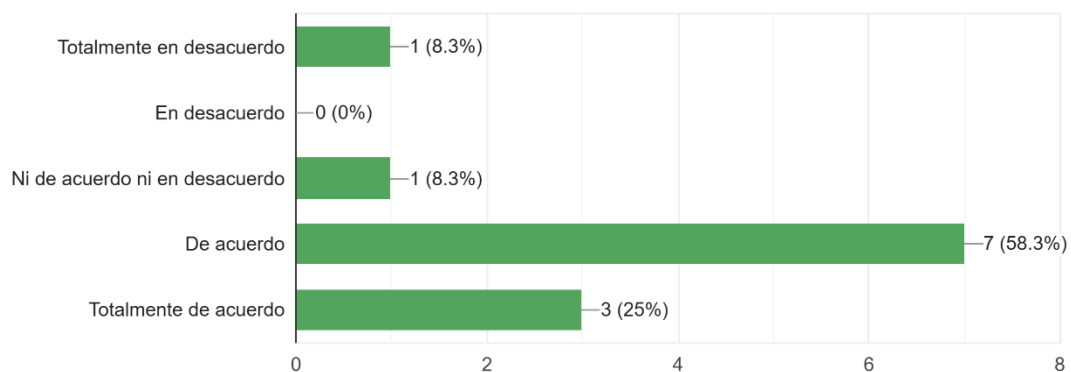


Imagen 10 representación gráfica de los resultados

11. El dominio de la información técnica me permite reducir el tiempo de atención por cliente (Ciclo de Venta).

12 respuestas

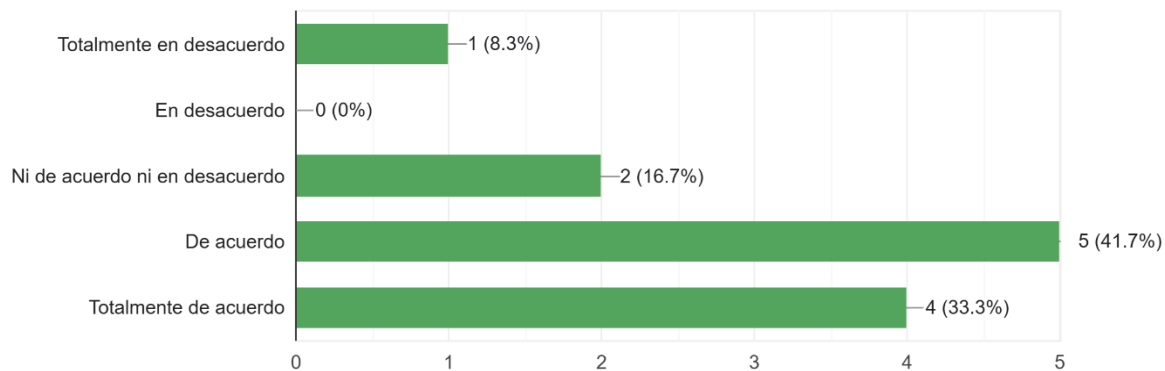


Imagen 11 representación gráfica de los resultados

12. He logrado reducir el número de quejas o devoluciones de productos gracias a una selección técnica más precisa.

12 respuestas

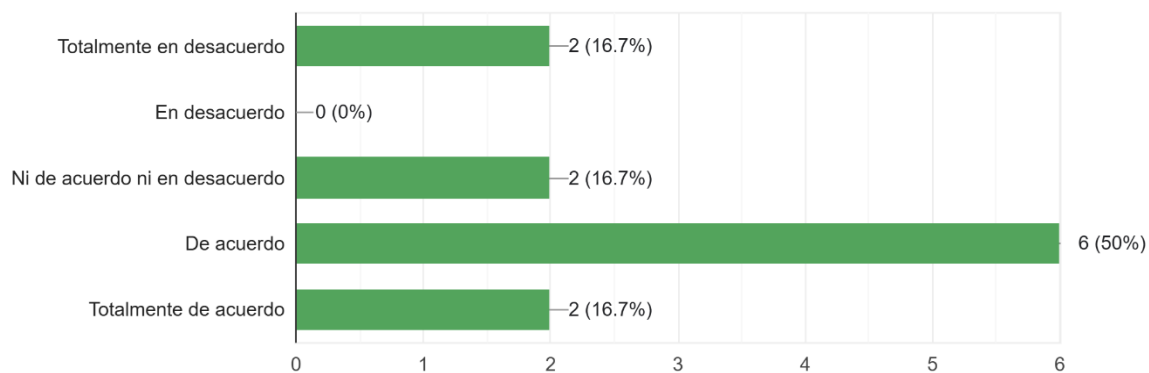


Imagen 12 representación gráfica de los resultados

13. La capacitación me ha brindado mejores herramientas de comunicación efectiva para negociar con los clientes.

12 respuestas

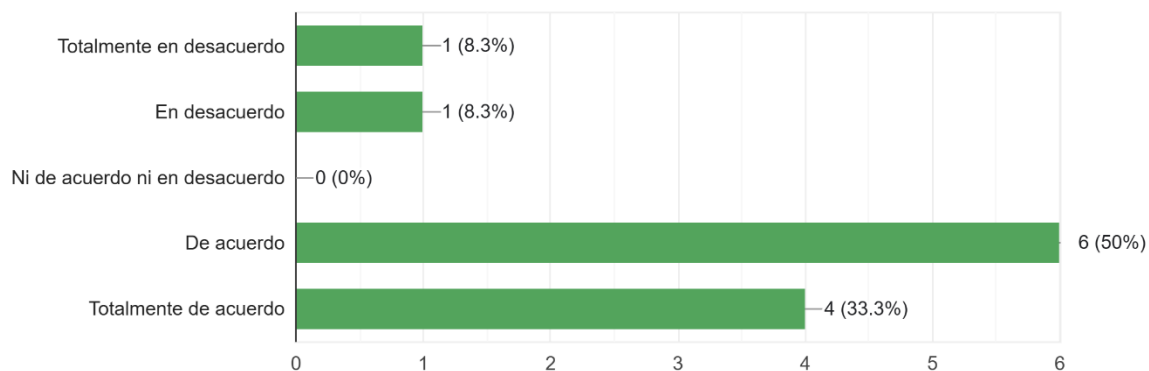


Imagen 13 representación gráfica de los resultados

14. Ahora me resulta más sencillo traducir datos técnicos complejos en soluciones comprensibles para el comprador.

12 respuestas

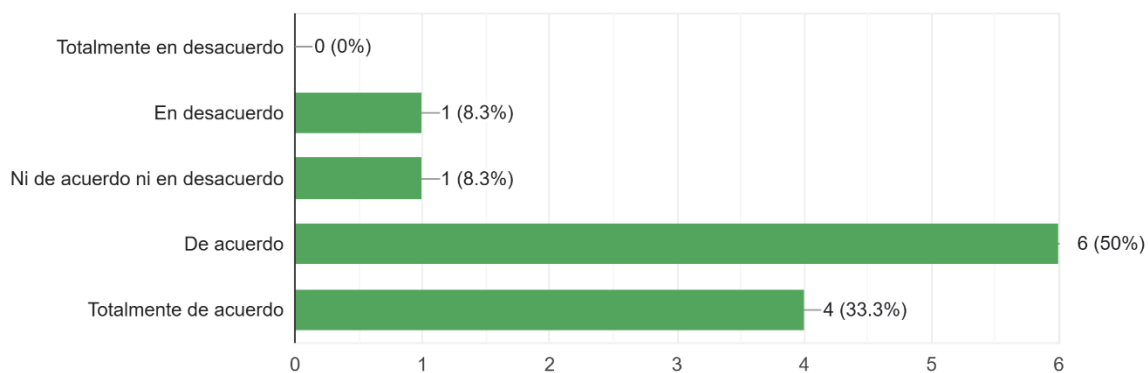


Imagen 14 representación gráfica de los resultados

15. Participar en los programas de formación continua ha aumentado mi motivación laboral.

12 respuestas

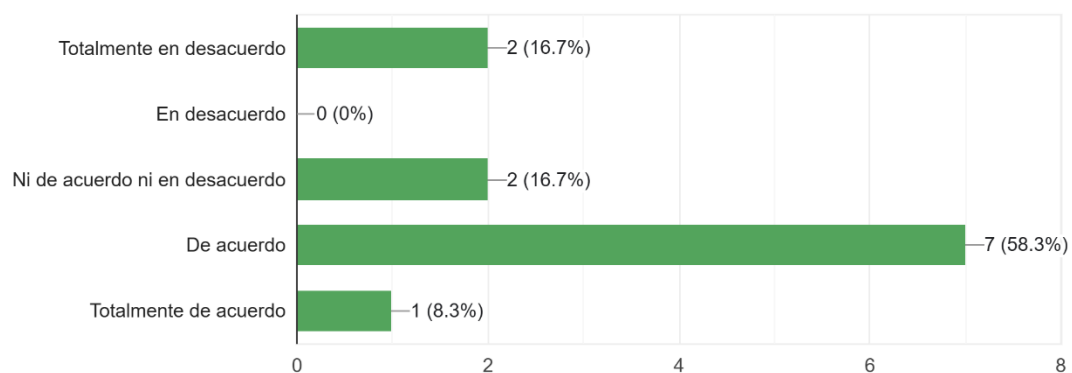


Imagen 15 representación gráfica de los resultados

16. Considero que mi perfil profesional es más competitivo tras recibir esta capacitación especializada en repuestos.

12 respuestas

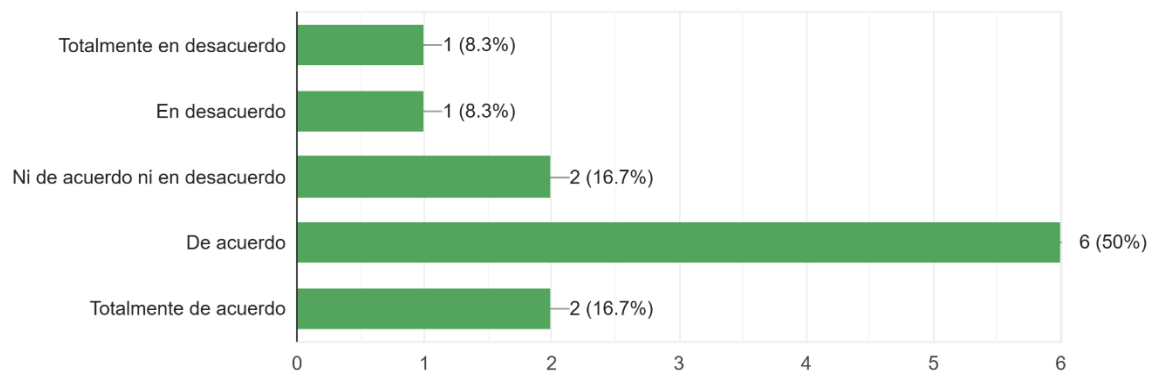


Imagen 16 representación gráfica de los resultados

17. La formación recibida fomenta una cultura de eficiencia y profesionalismo en el equipo de ventas.

12 respuestas

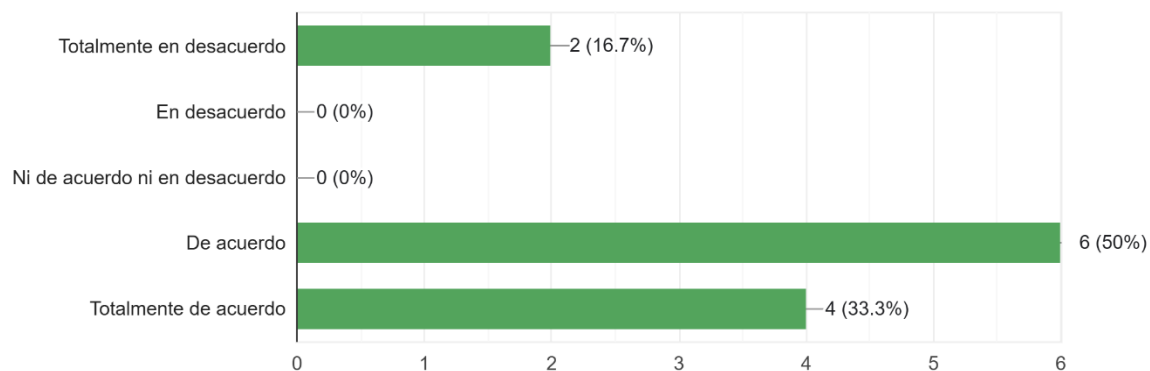


Imagen 17 representación gráfica de los resultados

18. Las futuras capacitaciones deberían incluir más casos prácticos sobre sistemas hidráulicos e industriales.

12 respuestas

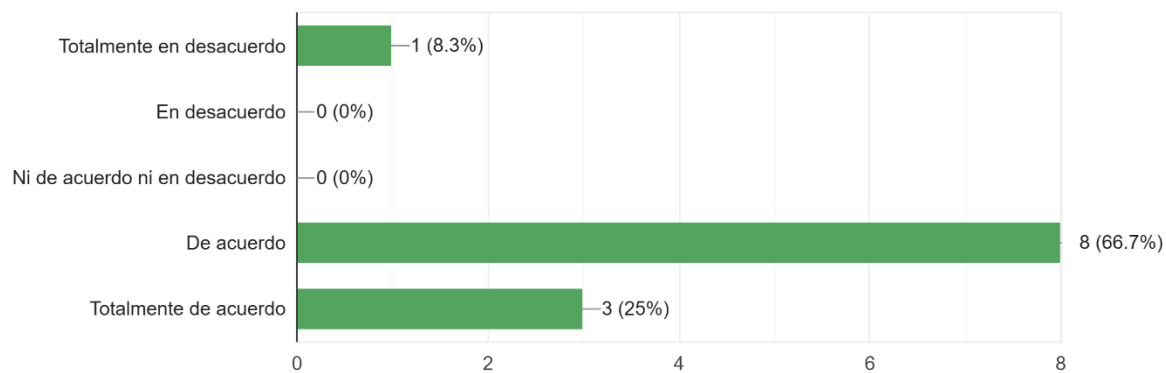


Imagen 18 representación gráfica de los resultados

19. Es necesario implementar herramientas digitales más avanzadas para dar seguimiento a mi rendimiento individual.

12 respuestas

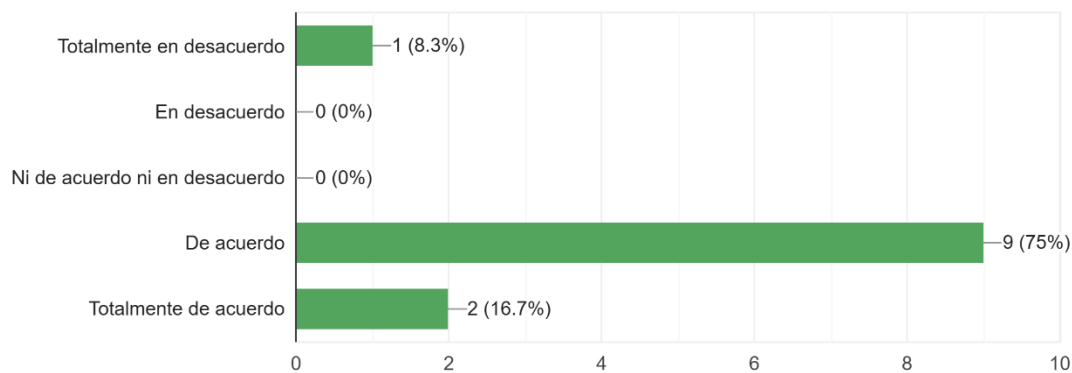


Imagen 19 representación gráfica de los resultados

20. Considero que existen líneas de productos específicos que aún requieren mayor profundidad técnica en las próximas sesiones.

12 respuestas

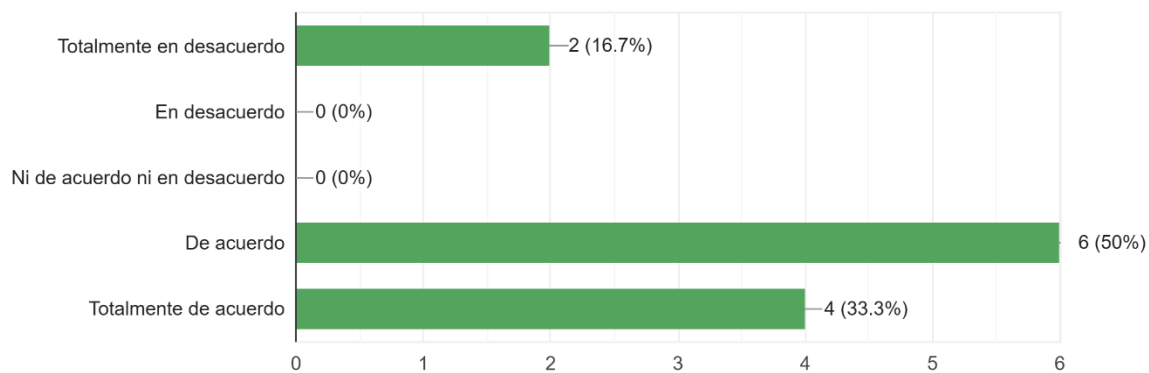


Imagen 20 representación gráfica de los resultados

Anexo E. Sobre la Empresa

GRUPO COMERSA es una empresa familiar que inició con una pequeña tienda de repuestos en Managua Nicaragua.

-
- A vertical timeline with three orange circular markers connected by a thin orange line. Each marker is positioned to the left of a text block describing a key event in the company's history.
- 1994** ● Se creó el taller de revestimiento de fricciones, conocido como “La esperanza”.
 - 2004** ● Fue creado jurídicamente como **Comercial La Esperanza, S.A. (COMERSA)**, el 27 de octubre del 2004.
 - 2024** ● 20 años después, somos Importadores Directos de Repuestos y Accesorios Automotrices. Ofreciendo una amplia gama de repuestos que combinan precio y calidad.

Imagen 21 HISTORIA DE COMERSA

Nosotros

En **GRUPO COMERSA** somos un **O.E.S.** (Original Equipment Supplier).

Somos **distribuidores de repuestos automotrices e industriales**, de productos manufacturados por fábricas de equipos originales, con la misma calidad O.E.M. con garantía de compatibilidad.

Especialistas en equipos pesado, livianos y agroindustrial, ofrecemos servicios de ensamble de mangueras hidráulicas y revestimiento de fricciones.



Visión

Mantener vivo el legado familiar.

Queremos aportar al desarrollo económico del país, apoyando a dueños de negocios y generando empleos. Ofrecer a nuestros clientes una amplia gama de productos de las mejores marcas con garantía de compatibilidad.



Misión

Distribuir repuestos de calidad con precios asequibles, reduciendo sus costos y alargando su vida útil, ofrecer productos de estándares internacionales, creando alianzas estratégicas que ayuden al crecimiento del negocio.

Imagen 22 HISTORIA DE COMERSA



Imagen 23 Marcas en las que trabaja la EMPRESA

¡Cuidamos tus intereses!

GRUPO COMERSA es una empresa que busca satisfacer las necesidades de sus clientes y aliados estratégicos en Nicaragua y el mundo.

Combinamos la calidad con los buenos precios y nos diversificamos para abastecer a nuestros diferentes clientes en el mercado a través de nuestras líneas comerciales.

Creemos que la confianza es la base de una sólida relación comercial duradera. Por eso trabajamos día a día en crear lazos que transmitan seguridad.

Queremos ayudar a la gente y ser su aliado brindando los mejores productos y el mejor servicio, ya que en tu camino necesitará una buena compañía y eso somos para el mundo, una empresa que te dará seguridad en tu camino.

Anexo F. Imágenes de los productos

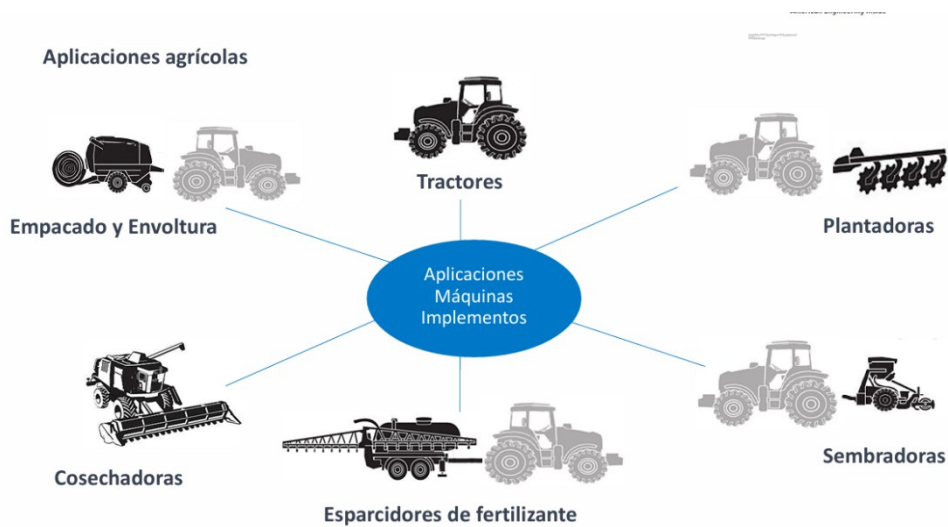


Imagen 25 Referencias de productos



Imagen 26 referencias de productos



Imagen 27 referencias de productos



Imagen 28 productos: terminaciones y mangueras

Productos

Nos especializamos en ofrecer repuestos para equipos pesados, livianos y agroindustriales

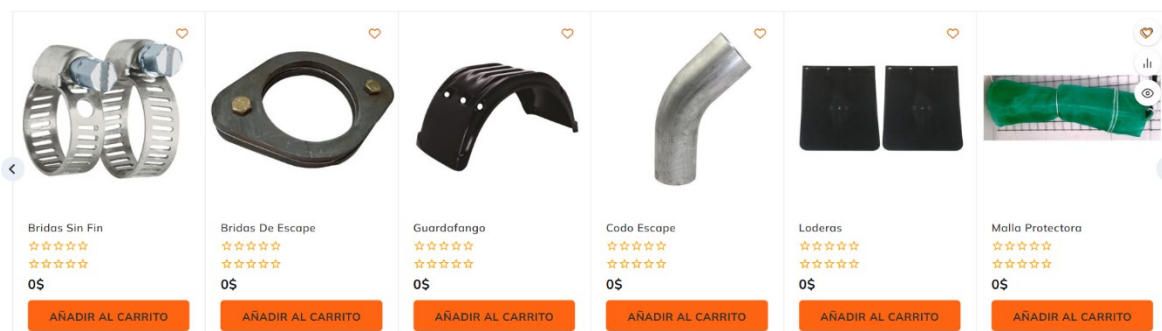


Imagen 29 referencias de productos



Imagen 30 referencias de productos

Anexo G. Tienda en Línea

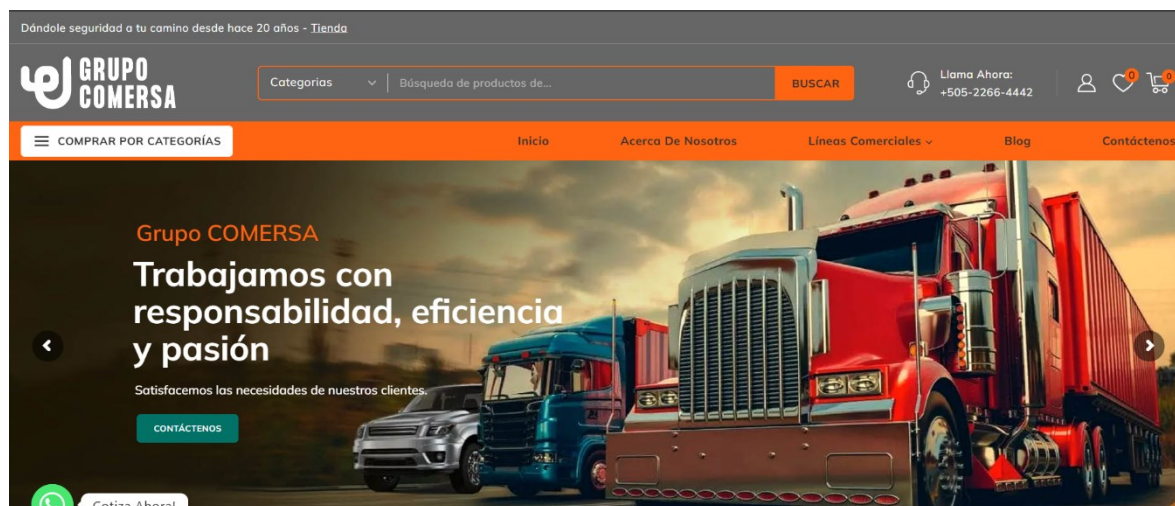


Imagen 31 tienda en línea

Líneas comerciales

Contamos con asesores de venta especializados, para responder todas tus dudas y consultas.



Línea Pesada



Línea Liviana



Línea
Agricultural



Mangueras y Conexiones

Imagen 32 Líneas comerciales



Imagen 33 referencias de productos

Anexo H. Sucursales

The screenshot displays the website's navigation and branch information. On the left, the logo for 'GRUPO COMERSA' is shown with the tagline 'Seguridad en tu camino'. Below the logo are social media icons for Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, and WhatsApp. The main navigation menu includes 'INFORMACIÓN', 'Inicio', 'Acerca de Nosotros', 'Líneas Comerciales', 'Blog', and 'Contáctenos'. The 'SUCURSALES' section lists three branches: 'Casa Matriz' (Cementerio General, 2c al Este, 75 vrs al Lago, Managua, Nicaragua), 'Sucursal Montoya' (Estatua, Montoya 3 1/2 cuadras al norte, Mano Izquierda), and 'Sucursal Iván Montenegro' (Semáforos del Iván Montenegro, 50 metros al Norte). The 'CONTÁCTANOS' section provides phone numbers for each branch and an email address (info@comersa.net), along with a link to the 'Políticas de Privacidad'.

Imagen 34 Sucursales de COMERSA

Anexo I. Casa Matriz



Imagen 35 Casa matriz

Anexo J Glosario de términos

- **Capacitación Continua:** Proceso sistemático y permanente de actualización de competencias laborales para evitar la obsolescencia técnica.
- **Capital Humano:** Conjunto de habilidades, conocimientos y experiencias que posee el personal y que generan valor económico para la organización.
- **Ciclo de Venta:** Tiempo transcurrido desde el primer contacto con el cliente hasta el cierre efectivo de la transacción.
- **KPI (Key Performance Indicator):** Indicador clave de desempeño utilizado para medir el nivel de éxito de un proceso o actividad específica.
- **Microlearning:** Metodología de aprendizaje basada en cápsulas de información breves y enfocadas en temas específicos para mejorar la retención.
- **O.E.M. (Original Equipment Manufacturer):** Repuestos fabricados por la empresa original que ensambló el equipo, garantizando estándares internacionales de calidad.
- **Productividad Laboral:** Relación entre los resultados comerciales obtenidos (ventas) y los recursos utilizados (tiempo y conocimientos técnicos)
- **Sales Enablement:** Enfoque estratégico que dota a los vendedores de recursos, herramientas y capacitación para optimizar cada interacción con el cliente.
- **Sistemas Hidráulicos:** Conjunto de componentes que utilizan fluidos a presión para generar movimiento en maquinaria pesada y agroindustrial.
- **Tasa de Conversión:** Porcentaje de cotizaciones o prospectos que se transforman exitosamente en ventas cerradas.

Anexo K Matriz de Categorización y Codificación de Datos

Esta matriz sistematiza la información recolectada mediante los instrumentos de investigación (cuestionarios y observación), transformando los datos brutos en categorías que sustentan los resultados de la tesis.

| Categoría Temática | Código Axial | Fuente de Evidencia (Resumen de hallazgos) | Vinculación con la Productividad |
|----------------------------------|---------------------------------|---|---|
| I. Competencia Técnica | <i>Conocimiento de producto</i> | El personal identifica correctamente presiones (R1, R2) y terminaciones hidráulicas tras la capacitación. | Reduce el tiempo de búsqueda en catálogos y evita errores en el despacho. |
| II. Seguridad Profesional | <i>Confianza en la venta</i> | Los vendedores reportan mayor seguridad al asesorar a clientes de maquinaria pesada. | La confianza se traduce en un lenguaje persuasivo que facilita el cierre de ventas. |
| III. Eficiencia Operativa | <i>Precisión técnica</i> | Disminución de devoluciones de productos por errores de especificación técnica. | Impacta directamente en el KPI de rentabilidad al reducir costos por logística inversa. |
| IV. Calidad de Servicio | <i>Venta Consultiva</i> | El vendedor deja de ser un "tomador de pedidos" para convertirse en un asesor de soluciones. | Genera fidelización del cliente y aumenta el ticket promedio de compra en COMERSA. |

Tabla 6 Matriz de Categorización y Codificación de Datos



UNIVERSIDAD CENTRAL DE NICARAGUA
"Agnitio Ad Verum Ducit"



Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

CARTA AVAL TUTOR METODOLÓGICO

MSc. Kariela Valezca Montes Aguilar
DECANA
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
UCN

Por medio de la presente, hago constar que he revisado y verificado el informe final del trabajo monográfico elaborado por el egresado **Br. Luz Marina Largaespada Saborío y Br Kevin Joel Neira**, Sede Central; como requisito para optar al título de **Licenciado/a en Administración de Empresas**.

El trabajo monográfico, titulado: **"Incidencia de la capacitación continua en la productividad del personal de ventas de Comercial La Esperanza, S.A en el periodo del III Cuatrimestre de 2025."**. Cumple con los criterios científicos establecidos en el **Capítulo VIII** del Reglamento Académico, correspondiente a las formas de culminación de estudios. En virtud de ello, considero que está apto para ser presentado ante el Comité Evaluador.

En la ciudad de Managua a los dieciocho días del mes de febrero del año 2026

MBA. Celia Suárez Santos
 Tutora Metodológica

Autorizado por el CNU en sesión No. 10-98, del 18 de noviembre de 1998

Recinto Central: De los semáforos del Zumen 3 cuadras abajo 1 cuadra al norte, 2279-1160 2269-310
 Recinto Doral: De la Entrada al Mayoreo 2C. Arriba 1 C. al Sur Praderas del Doral, Teléfonos: 50522240684 /50522240699
 Recinto Jinotepe: De la Iglesia San Antonio 3C. al Oeste Teléfonos: +50525323106 /50525321429
 Recinto Estelí: De la Entrada al Rosario, 500 mts al oeste, 200 mts al norte, Barrio el Jazmín 27102628 27102627 27102626