latindex Dialnet | ISSN No. 1390-3748 (Edición Impresa) Catálogo Latindex No. 22956 | Edición No. 41 Vol. 11 – No. 1 - Pág#33-42 | Revista Empresarial, ICE-FEE-UCSG Enero - Marzo, 2017

ARTÍCULO

EL CAPITAL HUMANO Y SU INCIDENCIA EN LA GESTIÓN DE VENTAS DE LAS MICROEMPRESAS DEL MERCADO ARTESANAL

HUMAN CAPITAL AND ITS IMPACT ON SALES MANAGEMENT OF MICRO-COMPANIES IN THE CRAFT MARKET

Econ. Mauricio Villacreses Cobo, MF.

Magister en Finanzas, Universidad de Chile.
Diploma Superior en Diseño Curricular por Competencias, Universidad de Guayaquil.
Diploma Superior en Finanzas y Legislación Bancaria, Universidad San Francisco de Quito.
Economista, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
Docente de la Universidad de Guayaquil.
E-mail: mauricio.villacresesc@ug.edu.ec

Recepción: 15/11/2016 **Aceptación: 22/01/2017** **Publicado: 20/02/2017**

Resumen

El presente estudio de investigación de campo, se realizó con el objetivo de analizar la incidencia del capital humano en la gestión de ventas de las microempresas del mercado artesanal. Se aplicó un diseño no experimental, transversal – descriptivo, ya que sólo se lo aplicará en la población seleccionada por una sola vez en un solo momento del tiempo. Es un trabajo que sigue el paradigma cuantitativo de la investigación y al mismo tiempo pretendió lograr un alcance de investigación descriptiva de las variables: independiente capital humano y su incidencia sobre la variable dependiente gestión de ventas. Se utilizaron los métodos deductivo – inductivo e hipotético deductivo para la operacionalización de la matriz de consistencia, operacionalización de las variables, y como técnica de investigación se elaboró una encuesta con la construcción de un cuestionario de preguntas que caracterizan a las dimensiones e indicadores de ambas variables. Como resultado que se demuestra que el capital humano incide hasta en un 45% en la gestión de ventas de las microempresas del mercado artesanal de la ciudad de Guayaquil.

Palabras clave: capital humano, gestión de ventas, microempresas, mercado artesanal.

Abstract

This field research study was carried out with the aim of analyzing the impact of human capital in the sales management of micro craft market. A non-experimental, cross-sectional design was applied - descriptive, since it will be applied only once to the selected population in a single moment of time. It is a work that follows the quantitative research paradigms and at the same time sought to achieve a range of descriptive research of variables: independent human capital and its impact on the dependent variable sales management. Deductive methods were applied in one hand - inductive and hypothetical deductive for the operationalization of the matrix of consistency in the other hand, as well as for the operationalization of variables, and as a research technique a survey with the construction of a series of questions that characterize the dimensions and indicators of both variables was developed. As a result it is shown that human capital affects up to 45% in sales management of microenterprises in the craft market in the city of Guayaquil.

Key words: *human capital, sales management, micro, craft market.*

Introducción

Analizar la incidencia del capital humano en las organizaciones, en este caso en microempresas que se dedican a la comercialización de productos artesanales, es indagar cuáles son las variables/dimensiones que determinan y caracterizan al capital humano, al mismo tiempo, conocer de qué manera estas variables/ dimensiones inciden en la variable gestión de ventas, que sin lugar a dudas estará conformada por otros subindicadores que caracterizan la gestión de ventas de los microempresarios del mercado artesanal.

Desde la creación de este centro de negocios artesanales, se ha detectado como debilidad de estas organizaciones una cultura de informalidad en los aspectos administrativos y comerciales, con énfasis en las personas y los procesos de ventas que realizan. Se observan debilidades en la manera para seleccionar, inducir, capacitar y evaluar las competencias que debería tener cada colaborador según el puesto que ocupa para la realización de la gestión de ventas, esto se traduce en una ineficiente atención a clientes y por ende falta de efectividad en las ventas de los diferentes productos artesanales. Este capital humano que realiza la gestión de ventas en su mayoría son personas autóctonas de la sierra, muchos de ellos son familiares de los micro y pequeños empresarios, otros son amigos y recomendados, pero la mayoría tiene una característica en común, deben provenir de las diferentes regiones de la sierra de nuestro país.

Otra característica que tienen los gestores de ventas en micro y pequeñas empresas del mercado artesanal de Guayaquil, es que todos sin excepción deben utilizar prendas tradicionales a sus orígenes ancestrales. En su mayoría las personas que realizan la gestión de ventas, apenas han culminado la primaria, otros ciclo básico de colegio, y muy esporádico se encuentran personas que culminaron el bachillerato. Un alto porcentaje de esta población no ha recibido ningún tipo de formación en gestión comercial, servicio al cliente, técnicas de ventas, lo que se ve reflejado en la pobre atención que le dan al usuario que visita el centro comercial a realizar compras.

Las consecuencias en la gestión de ventas se refleja en los bajos ingresos por el volumen de ventas, productos que no rotan, y entre los síntomas más notables que generan malestar son clientes internos y externos insatisfechos, es decir, los gerentes-propietarios y los trabajadores gestores de ventas que experimentan insatisfacción de su trabajo, ya que ellos reciben bonos o comisiones por los montos en dólares que venden diariamente.

Los micro y pequeños empresarios no cuentan con planificación y organización de ventas, son ventas que se realizan de manera empírica, solo están esperando la llegada de los clientes; pero no tienen definido que necesitan, desean y les interesa vender en determinados productos y en determinadas cantidades. Esta es la razón de realizar esta investigación con la finalidad de encontrar soluciones que permitan fortalecer la gestión de ventas por parte del capital humano que colabora en estos negocios en el mercado artesanal de Guayaquil.

Materiales y Métodos

Para validar las hipótesis se realizaron 212 encuestas a personas que trabajan en el mercado artesanal, entre empresarios y trabajadores, previo haber identificado el problema y definido los temas a consultar. Se utilizó papelería, impresoras, computadoras, entre otros materiales.

La parte metodológica de la investigación tiene un carácter importante porque se buscará fortalecer hábitos de trabajos adecuados para el cumplimiento de las tareas que cada colaborador debe asumir.

En el aspecto metodológico se aplicará la técnica de panel de expertos o de rondas Delphi, que es un diálogo interno con los empresarios propietarios de las microempresas, con la finalidad de determinar en el puesto de trabajo cual es la percepción que tienen de sus negocios, que debilidades y fortalezas ellos reconocen, con esta valiosa información se darán soluciones específicas a problemas específicos, ordenándolos en orden de importancia; en otras palabras se dilucidarán las dimensiones que caracterizan a cada variable, cómo los indicadores que forman parte de las variables.

Se debe considerar que se ha realizado un diseño de investigación no experimental de tipo cuantitativa, transaccional con un alcance descriptivo, esta investigación de campo y aplicada; empleará una tabla de valoración porcentual, donde se indicarán las frecuencias de respuestas de cada uno de los personas que fueron encuestados, donde se plasmaron las dimensiones con sus indicadores cuya finalidad fue describir de qué manera incide el capital humano en la gestión de ventas de las microempresas.

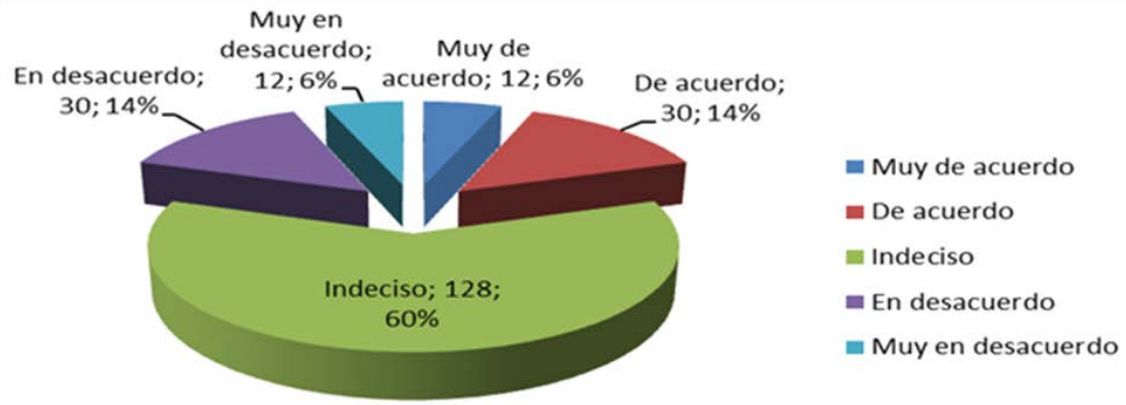
Resultados

Los resultados se expresan en gráficos con valores porcentuales, que recogen los datos aportados por la muestra de la población encuestada, con el análisis descriptivo de cada una de las preguntas realizadas.

Gráfico 1 ¿Conoce las funciones y responsabilidades de su puesto de trabajo?

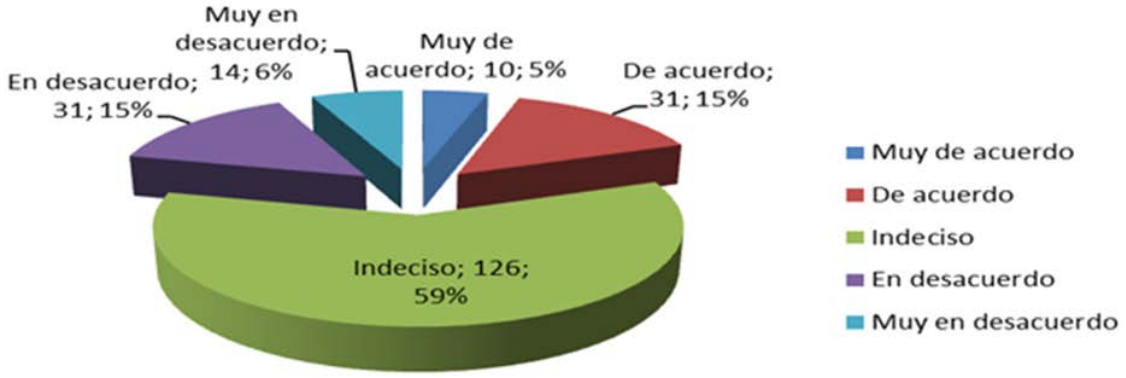
El gráfico 1 indica que 127 personas (60%) que están indecisos de conocer las funciones y responsabilidades de su puesto de trabajo. 39 personas (19%) están en la escala acuerdo. Le siguen 33 personas (15%) que están en desacuerdo, y 13 (6%) que están muy en desacuerdo.

Gráfico 2 ¿Recibió indicaciones de sus funciones y responsabilidades del puesto asignado?



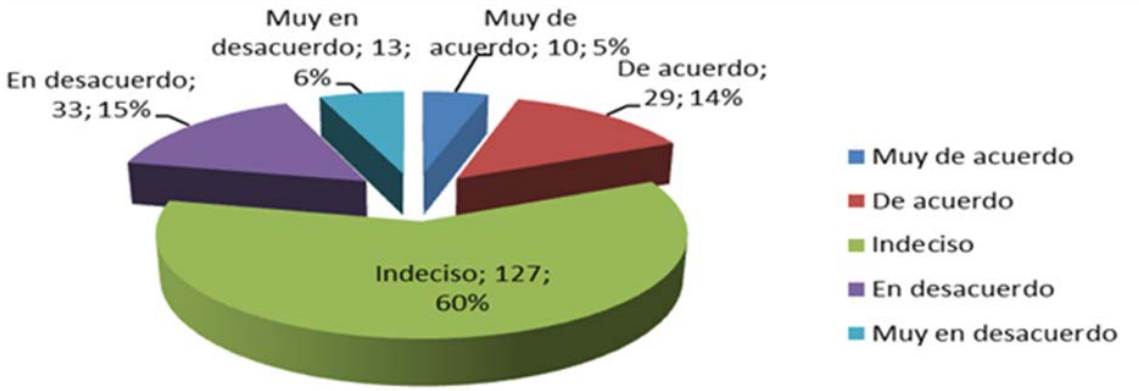
En el gráfico 2 vemos que 42 personas (20%) están en la escala acuerdo, 42 personas (20%) en la escala desacuerdo; y, finalmente 128 personas (60%) que están indecisos de haber recibido indicaciones de sus funciones y responsabilidades del puesto de trabajo.

Gráfico 3 ¿Ha recibido capacitación para mejorar su desempeño laboral?



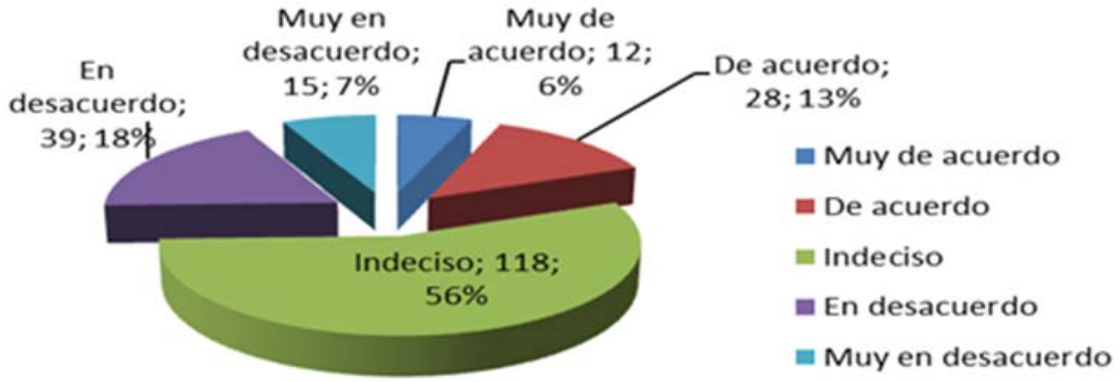
Del total de personas encuestadas, el 21% (45) están desacuerdo, como lo muestra el gráfico 3. 41 personas (20%) se encuentran en la escala acuerdo; y, 126 personas (59%) están indecisos de haber recibido capacitación para mejorar su desempeño laboral.

Gráfico 4 ¿Tiene relación de dependencia laboral con un contrato de trabajo con su empresa?



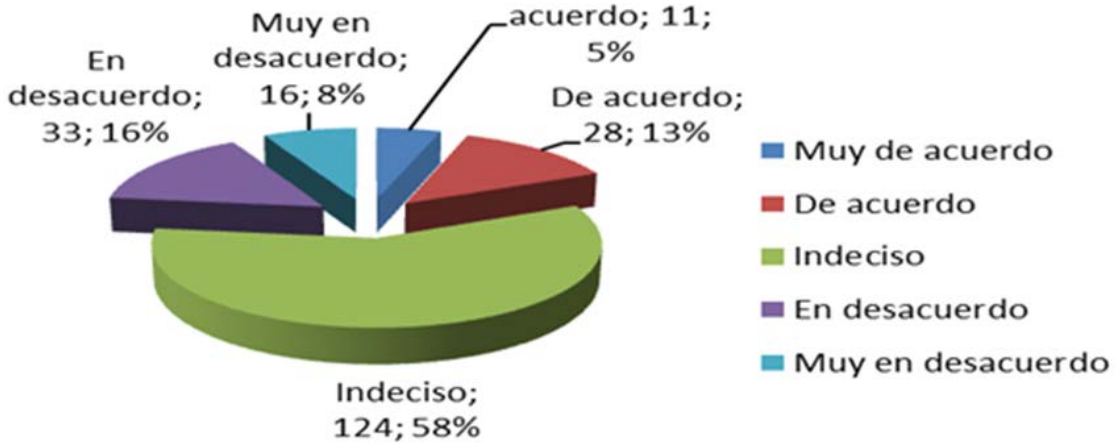
En el gráfico 4 se observa que 39 personas saben que tiene relación de dependencia con un contrato de trabajo con su empresa. 39 personas (19%) están en la escala acuerdo. Le siguen 46 personas (21%) para la escala desacuerdo. Y por último 127 personas (60%) que están indecisas.

Gráfico 5 ¿Se encuentra identificado con el trabajo que realiza?



Únicamente 41 personas (19%) se encuentran identificadas con el trabajo que realizan. Le siguen 44 personas (25%) en la escala desacuerdo, y, finalmente 118 personas (56%) que están indecisas, ver gráfico 5.

Gráfico 6 ¿La comunicación entre jefe y empleado es accesible?



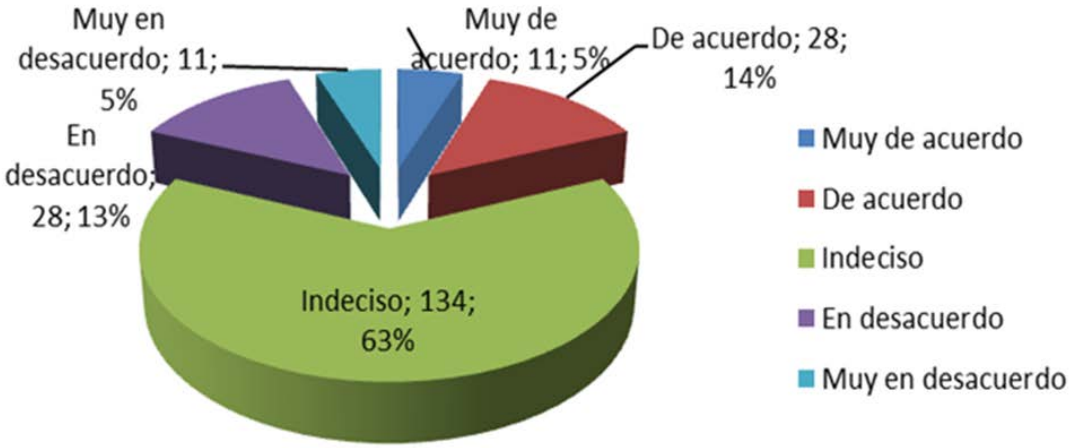
En el gráfico 6 se muestra que 39 personas (18%) están en la escala acuerdo de que la comunicación entre jefe y empleado es accesible. 49 personas (24%) se encuentran en la escala desacuerdo; y, finalmente 124 personas (58%) que están indecisas.

ISSN No. 1390-3748 (Edición Impresa)
Catálogo Latindex No. 22956
Edición No. 41
Vol. 11 – No. 1 - Pág#33-42
Revista Empresarial, ICE-FEE-UCSG
Enero - Marzo, 2017

Gráfico 7 ¿La remuneración que recibe por el trabajo que realiza cubre sus expectativas?

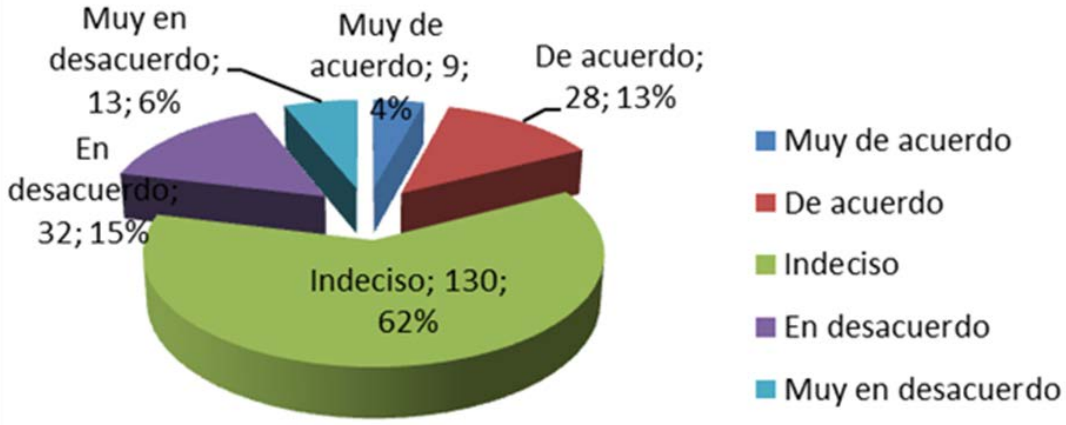
Vemos en el gráfico 7 que 37 personas (17%) se encuentran en la escala acuerdo. Le siguen 40 personas (19%) para la escala desacuerdo; y, finalmente 135 personas (64%) que están indecisos de saber si la remuneración que recibe por el trabajo que realiza cubre sus expectativas.

Gráfico 8 ¿Planifican las ventas para cada mes?



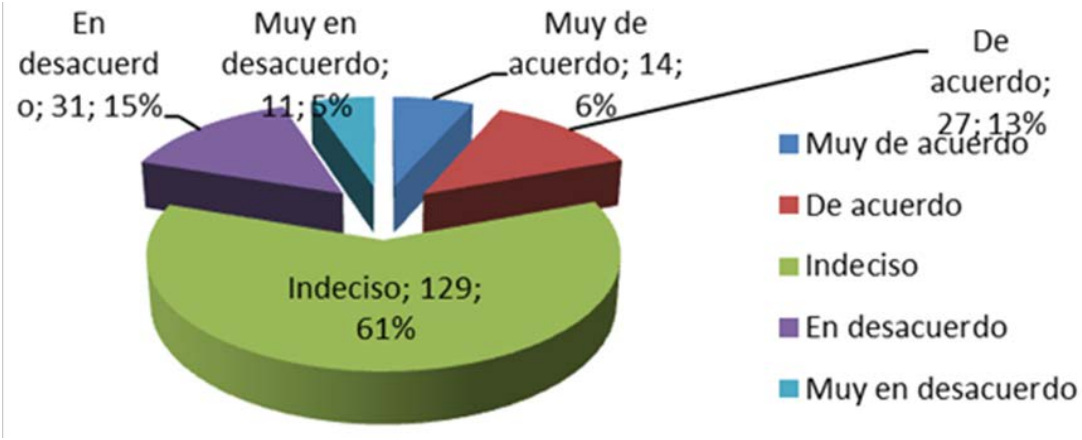
El gráfico 8 muestra que 39 personas (19%) están en la escala acuerdo de planificar las ventas para cada mes. 39 personas (18%) para la escala desacuerdo y finalmente 134 personas (63%) que están indecisas.

Gráfico 9 ¿Conoce cuáles son las tareas a realizar para vender lo planificado?



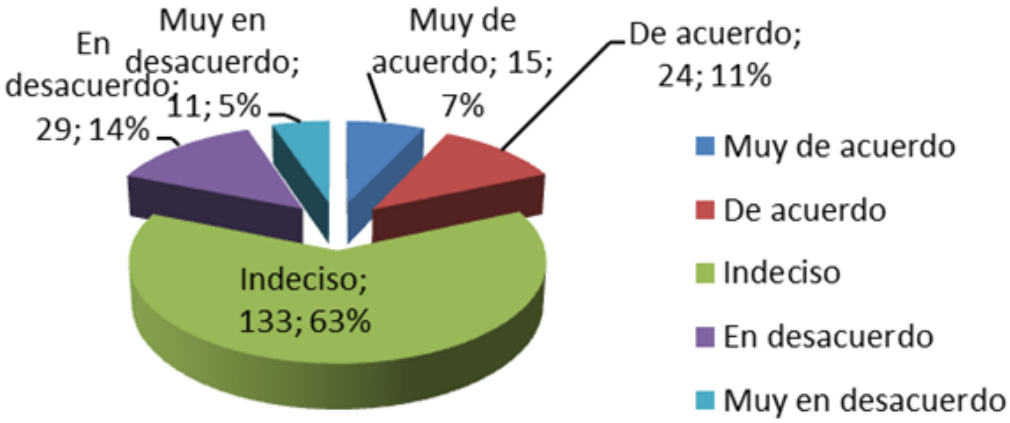
37 personas (17%) están en la escala acuerdo de conocer cuáles son las tarea a realizar para vender lo planificado. 45 personas (21%) están en la escala desacuerdo; y, finalmente 130 personas (62%) que están indecisos, ver gráfico 9.

Gráfico 10 ¿Tiene comunicación con su jefe sobre los problemas que generan las ventas de productos artesanales?



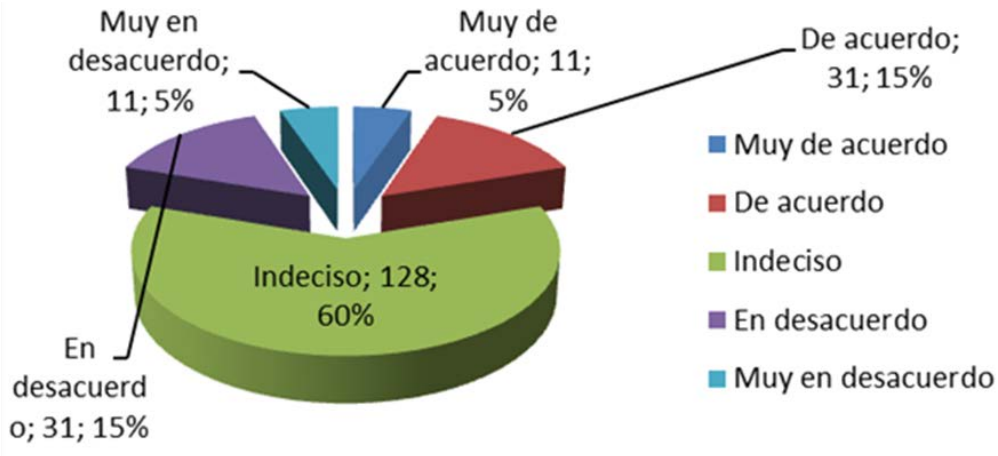
En el gráfico 10 vemos que 41 personas (19%) están en la escala acuerdo de tener comunicación con su jefe sobre los problemas que generan las ventas de productos artesanales. 42 personas (16%) están en la escala desacuerdo; y, finalmente 129 personas (61%) están indecisas.

Gráfico 11 ¿Recibe recomendaciones de su jefe para mejorar las ventas de los productos artesanales?



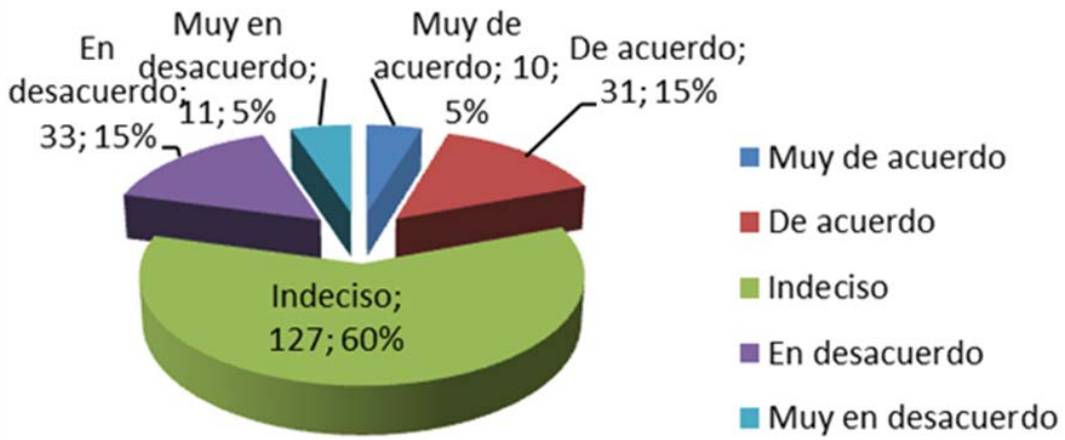
El gráfico 11 muestra que 39 personas (18%) se encuentran en la escala acuerdo de recibir recomendaciones de su jefe para mejorar las ventas de los productos artesanales. 40 personas (19%)están en la escala desacuerdo; y, finalmente 133 personas (63%) están indecisas.

Gráfico 12 ¿Realizan seguimiento los jefes del cumplimiento de ventas mensual?



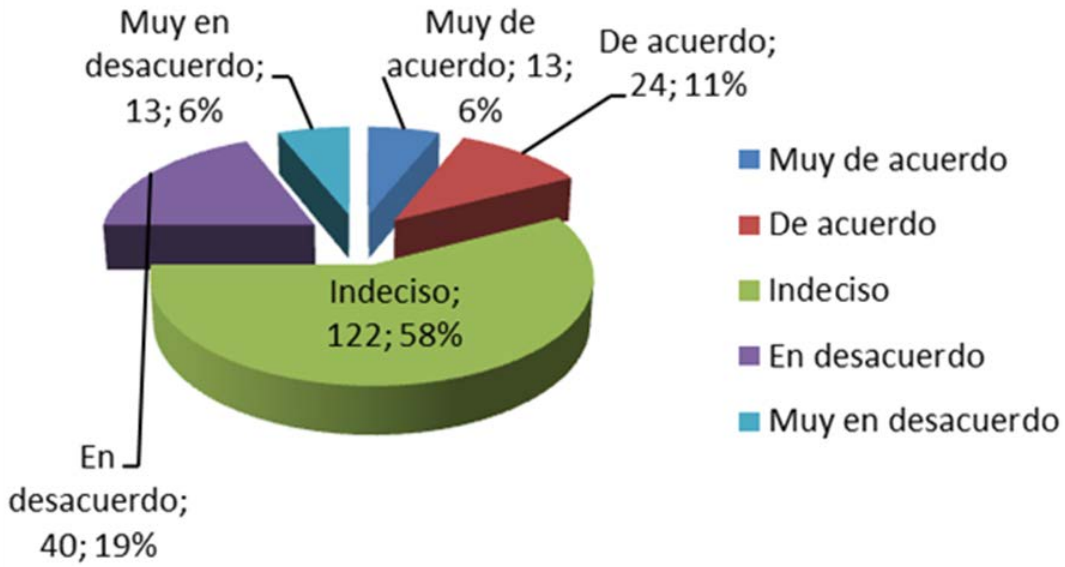
42 personas (20%) están en la escala acuerdo de que los jefes realizan seguimiento del cumplimiento de ventas mensual. Las misma cantidad 42 personas (20%) están en la escala desacuerdo; y, finalmente 128 personas (60%) que están indecisas.

Gráfico 13 ¿Conoce las ventajas y beneficios de los productos que vende?



En el gráfico 13 vemos que 41 personas (20%) están en la escala acuerdo de conocer las ventajas y beneficios de los productos que venden. 44 personas (20%) se encuentran en la escala desacuerdo; y, finalmente 127 personas (60%) están indecisas.

Gráfico 14 ¿Ha recibido en los últimos 6 meses capacitación en servicio y atención al cliente?



37 personas (17%) están en la escala acuerdo de haber recibido en los últimos 6 meses capacitación en servicio y atención al cliente. 53 personas (25%)están en la escala desacuerdo; y, finalmente 122 personas (58%) que están indecisas. Ver gráfico 14.

Discusión

De los resultados encontrados, se rechaza la hipótesis nula, el capital humano no incide positivamente en la gestión de ventas de las microempresas del mercado artesanal, y se acepta la hipótesis de investigación; la misma que a continuación se detalla, considerando primeramente una generalización de todas las dimensiones e indicadores por cada variable. Este procesamiento se realiza con el propósito de demostrar el alcance descriptivo planteado desde el inicio de la investigación, como meta de analizar la incidencia de las variables capital humano sobre la gestión de ventas.

Los resultados de la encuesta realizada para determinar la participación de la variable independiente capital humano; en todas sus dimensiones e indicadores tuvieron como mayor frecuencia de respuesta al 61% de la población en la escala 3 INDECISOS, esto caracteriza a las microempresas con una mediana gestión del capital humano, lo que representa que la gran mayoría afirma que el capital humano influye positivamente en la gestión de ventas de las microempresas del mercado artesanal.

Los encuestados respondieron a la variable Capital humano, con una frecuencia de 5.763 afirmaciones que corresponden al 61% que están indecisos con haber recibido indicaciones de sus funciones, y el resto de respuestas se repartieron con una frecuencia de 195 afirmaciones que corresponde al 2% para la respuesta muy en desacuerdo, 940 afirmaciones que corresponde al 10% para la respuesta en desacuerdo, 1704

afirmaciones que corresponden al 18 % que están de acuerdo y 840 afirmaciones que corresponde al 9 % que están muy de acuerdo. Estos resultados mencionan que la gran mayoría de la población representada por el 61% de los encuestados consideró que existe una mediana gestión del Capital humano, esto se traduce a muy poca atención al desarrollo de los aspectos correspondiente a las competencias laborales y profesionales de los trabajadores.

Los encuestados respondieron a la variable Capital humano, con respecto a la dimensión formación y desarrollo con una frecuencia de 3.465 afirmaciones que corresponden al 57% que están indecisos con haber recibido indicaciones de sus funciones, y el resto de respuestas se repartieron con una frecuencia de 39 afirmaciones que corresponde al 1% para la respuesta muy en desacuerdo, 372 afirmaciones que corresponde al 6% para la respuesta en desacuerdo, 1376 afirmaciones que corresponden al 23% que están de acuerdo y 825 afirmaciones que corresponde al 13% que están muy de acuerdo. Estos resultados mencionan que la gran mayoría de la población representada por el 57% de los encuestados consideró que existe una mediana gestión del Capital Humano en el área de formación y desarrollo, esto se traduce a muy poca atención al desarrollo de los aspectos correspondiente a la capacitación para desarrollar competencias laborales y profesionales de los trabajadores.

Los encuestados respondieron a la variable Capital humano, con respecto a la retribución salarial con una frecuencia de 3.438 afirmaciones que corresponden al 57% que están indecisos con la retribución salarial, y el resto de respuestas se repartieron con una frecuencia de 39 afirmaciones que corresponde al 1% para la respuesta muy en desacuerdo, 380 afirmaciones que corresponde al 6% para la respuesta en desacuerdo, 1.408 afirmaciones que corresponden al 23 % que están de acuerdo y 800 afirmaciones que corresponde al 13 % que están muy de acuerdo. Estos resultados mencionan que la gran mayoría de la población representada por el 57% de los encuestados consideró que existe una mediana gestión del Capital humano en el área de retribución salarial, esto se traduce a muy poca atención al desarrollo de los aspectos correspondiente a la satisfacción laboral de los trabajadores por cuestiones de salario.

Los encuestados respondieron a la variable Capital humano, con respecto al Clima laboral con una frecuencia de 3.285 afirmaciones que corresponden al 54% que están indecisos con el Clima laboral, y el resto de respuestas se repartieron con una frecuencia de 48 afirmaciones que corresponde al 1% para la respuesta muy en desacuerdo, 392 afirmaciones que corresponde al 7% para la respuesta en desacuerdo, 1.408 afirmaciones que corresponden al 23 % que están de acuerdo y 925 afirmaciones que corresponde al 15 % que están muy de acuerdo. Estos resultados mencionan que la gran mayoría de la población representada por el 54% de los encuestados consideró que existe una mediana gestión del Capital humano en el área de Clima laboral, esto se traduce a muy poca atención al desarrollo de los aspectos correspondiente a la calidad de vida laboral de los trabajadores por cuestiones de ambiente de trabajo.

Los encuestados respondieron a la variable Capital Humano, con respecto la Gestión de personal con una frecuencia de 3.591 afirmaciones que corresponden al 59% que están indecisos con la gestión de personal que realizan las microempresas, y el resto de respuestas se repartieron con una frecuencia de 37 afirmaciones que corresponde al 1% para la respuesta muy en desacuerdo, 356 afirmaciones que corresponde al 6% para la respuesta en desacuerdo, 1168 afirmaciones que corresponden al 19 % que están de acuerdo y 950 afirmaciones que corresponde al 15 % que están muy de acuerdo. Estos resultados mencionan que la gran mayoría de la población representada por el 59% de los encuestados consideró que existe una mediana gestión del Capital humano en el área de Gestión de personal, esto se traduce a muy poca atención al desarrollo de los aspectos sociales de la vida laboral de los trabajadores por cuestiones de beneficios, incentivos, ascensos.

Los resultados de la encuesta de la variable dependiente GESTIÓN DE VENTAS, en todas sus dimensiones e indicadores tuvieron como mayor frecuencia de respuesta al 62% de la población en la escala 3 INDECISOS, esto según la tabla 40 caracteriza a las microempresas con una mediana gestión de ventas, lo que representa que la gran mayoría afirma que la gestión de ventas depende de las competencias y gestión del capital humano de las microempresas del mercado artesanal.

Los encuestados respondieron a la variable Gestión de ventas, con una frecuencia de 5.853 afirmaciones que corresponden al 62% que están indecisos con haber recibido indicaciones de sus funciones, y el resto de respuestas se repartieron con una frecuencia de 191 afirmaciones que corresponde al 2% para la respuesta muy en desacuerdo, 908 afirmaciones que corresponde al 10% para la respuesta en desacuerdo, 1656 afirmaciones que corresponden al 17 % que están de acuerdo y 850 afirmaciones que corresponde al 9 % que están muy de acuerdo.

Los encuestados respondieron a la variable Gestión de ventas, con respecto a la Planeación de ventas con una frecuencia de 3582 afirmaciones que corresponden al 59% que están indecisos con la gestión de personal que realizan las microempresas, y el resto de respuestas se repartieron con una frecuencia de 35 afirmaciones que corresponde al 0% para la respuesta muy en desacuerdo, 344 afirmaciones que corresponde al 6% para la respuesta en desacuerdo, 1376 afirmaciones que corresponden al 22 % que están de acuerdo y 775 afirmaciones que corresponde al 13 % que están muy

de acuerdo. Estos resultados mencionan que la gran mayoría de la población representada por el 59% de los encuestados consideró que existe una mediana gestión en el área de planeación de ventas, esto se traduce a muy poca atención al desarrollo de los aspectos administrativos - comerciales y de negociación de las microempresas del mercado artesanal de Guayaquil.

Los encuestados respondieron a la variable Gestión de ventas, con respecto a la Dirección de ventas con una frecuencia de 3.501 afirmaciones que corresponden al 56% que están indecisos con la gestión de ventas - Dirección que realizan las microempresas, y el resto de respuestas se repartieron con una frecuencia de 37 afirmaciones que corresponde al 1% para la respuesta muy en desacuerdo, 352 afirmaciones que corresponde al 6% para la respuesta en desacuerdo, 1296 afirmaciones que corresponden al 21 % que están de acuerdo y 725 afirmaciones que corresponde al 12 % que están muy de acuerdo. Estos resultados mencionan que la gran mayoría de la población representada por el 60% de los encuestados consideró que existe una mediana gestión de en el área de dirección de ventas, esto se traduce en liderazgo poco asertivo de los aspectos administrativos- comerciales y de negociación de las microempresas del mercado artesanal de Guayaquil.

Los encuestados respondieron a la variable Gestión de ventas, con respecto al Control de ventas con una frecuencia de 3501 afirmaciones que corresponden al 56% que están indecisos con la gestión de ventas - control que realizan las microempresas, y el resto de respuestas se repartieron con una frecuencia de 37 afirmaciones que corresponde al 1% para la respuesta muy en desacuerdo, 352 afirmaciones que corresponde al 6% para la respuesta en desacuerdo, 1296 afirmaciones que corresponden al 21 % que están de acuerdo y 725 afirmaciones que corresponde al 12 % que están muy de acuerdo. Estos resultados mencionan que la gran mayoría de la población representada por el 60% de los encuestados consideró que existe una mediana gestión en el control de ventas, esto se traduce a muy poca seguimiento al cumplimiento de objetivos y resultados de los aspectos administrativos- comerciales y de negociación de las microempresas del mercado artesanal de Guayaquil.

Los encuestados respondieron a la variable Gestión de ventas, con respecto al Control de ventas con una frecuencia de 3393 afirmaciones que corresponden al 60% que están indecisos con la gestión de ventas - control que realizan las microempresas, y el resto de respuestas se repartieron con una frecuencia de 42 afirmaciones que corresponde al 1% para la respuesta muy en desacuerdo, 120 afirmaciones que corresponde al 6% para la respuesta en desacuerdo, 1280 afirmaciones que corresponden al 22 % que están de acuerdo y 850 afirmaciones que corresponde al 15 % que están muy de acuerdo. Estos resultados mencionan que la gran mayoría de la población representada por el 60% de los encuestados consideró que existe una mediana gestión en capacitación de ventas, esto se traduce a muy pocas competencias en técnicas, cierres de ventas, servicio al cliente en los aspectos administrativos- comerciales y de negociación de las microempresas del mercado artesanal de Guayaquil.

Conclusiones

El trabajo de investigación realizado en las microempresas del mercado artesanal de Guayaquil entrega las siguientes conclusiones con respecto a los resultados de caracterización de las variables independiente capital humano e independiente gestión de ventas:

- Se comprueba la participación e incidencia del capital humano en la gestión de ventas de las microempresas del mercado artesanal, en este caso se establece que existe una mediana gestión del capital humano en cada una de sus dimensiones lo que repercute en la gestión de ventas que realizan los colaboradores en las microempresas del mercado artesanal de la ciudad de Guayaquil.

- La investigación identificó que el perfil del capital humano que realiza la gestión de ventas en las microempresas del mercado artesanal de Guayaquil, tiene muchas debilidades en las diferentes dimensiones caracterizadas, puesto que los procesos de selección de personal son inadecuados, no existen programas de capacitación del personal ni evaluaciones periódicas para medir el desempeño alcanzado.

- Con el conocimiento obtenido en las encuestas se determina que las competencias en gestión de ventas del capital humano deben fortalecerse de manera que estas incidan positivamente en los resultados de la gestión de ventas de las microempresas del mercado artesanal de Guayaquil.

- Finalmente con la identificación de las necesidades de capacitación del capital humano se podrán implementar programas cortados a las medidas de aquellas necesidades urgentes que requieren las microempresas con el objeto de fortalecer la gestión del capital humano y de ventas, y así mejorar las oportunidades de negocios y la competitividad de las microempresas del mercado artesanal de Guayaquil.

Listado de Referencias

Chiavenato, I. (2000). Administración de recursos humanos. Bogotá: Mc Graw Hill Interamericana, S. A.

Conde, E. (2011). Factores de exitos en las ventas. Recuperado el 15 de 07 de 2015, de http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1228/integracion-formacion-desarrollo-equipo-ventas.html

Davenport, T. O. (2000). Capital humano: Creando ventajas competitivas a través de las personas. . Barcelona - España: Ediciones Gestión 2000 S. A.

García López, J. (Diciembre de 2011). "El proceso de capacitación, sus etapas e implementación para mejorar el desempeño del recurso humano en las organizaciones". Recuperado el 10 de 07 de 2015, de en Contribuciones a la Economía,: http://www.eumed.net/ce/2011b/

García, M., & Ibarra, L. (24 de 05 de 2015). Diagnóstico de Clima Organizacional del Departamento de Educación de la Universidad de Guanajuato. Obtenido de http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1158/index.htm, ISBN-13: 978-84-15547-26-6 : http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1158/index.htm, ISBN-13: 978-84-15547-26-6

Gerrero, M., & Perez, Y. (06 de 2012). Procedimiento para el proceso de comercialización en cadenas de tiendas. Recuperado el 10 de 07 de 2015, de Consideraciones teórico conceptuales sobre la comercialización: http://www.eumed.net/libros-gratis/2009a/504/Comercializacion%20y%20la%20Gestion%20Comercial%20a%20traves%20de%20Tiendas.htm

Hinojosa, S., & Rivas, D. (2007). "La capacitación en las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) de México". Recuperado el 12 de 07 de 2015, de en Observatorio de la Economía Latinoamericana, Nº 82: http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2007/shdr.htm

Luna, J. (2012). Influenciad del Capital Humano para la Competitividad de las Pymes en el Sector Manufacturero de Celaya, Guanajuato. Recuperado el 10 de 07 de 2015, de Enciclopedia virtual eumed: SBN-13: 978-84-15774-61-7: http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2013/jelc/

Mendoza, R., Méndez, F., & Millan, A. (2002). Competitividad de la Logística de distribución física Internacional en Cartagena de Indias Caso: Cadena de frio para importación y exportación de productos perecederos vía marítima. Auto. Cartagena: Universidad de Cartagena. Biblioteca Campus Piedra de Bolivar.

Mira, J. (07 de 2009). El control de gestión. Recuperado el 15 de 07 de 2015, de Apuntes de auditoría: http://www.eumed.net/libros-gratis/2006a/jcmn/1f.htm

Olleros, M. (2000). El proceso de captación y selección de personal. Barcelona: Ediciones Gestión 2000, S. A.

Plaza, & Editores, J. (1992). La empresa: dirección y administración. España: Imprenta Hispano - Americana.

Robbins, S. (2014). Administración. México: Pearson.

Rubio, P. (05 de 2010). Como llegar a ser un experto en marketing. La dirección de ventas. Recuperado el 15 de 07 de 2015, de Biblioteca virtual: http://www.eumed.net/libros-gratis/2009a/506/Responsabilidades%20de%20la%20Direccion%20Comercial.htm

Solomon, M., & Stuart, E. (2001). Marketing: Personas reales, decisiones reales. Bogota: Pearson Educacion de Colombia Ltda.

Valderrama, S. (2014). Pasos para elaborar proyectos de Investigación Científica: Cuantitativa, Cualitativa, Mixta. Lima: San Marcos.