

Orientación para el desarrollo de habilidades comunicativas profesionales en estudiantes de Técnico Medio en Comercio

Orientation for the development of professional communicative skills in students of Commerce Technician

Elianni Torres Pérez¹ (eliannitorrespere@gmail.com) (<https://orcid.org/0009-0000-6800-1665>)

Yannia Torres Pérez² (yanniatp@uho.edu.cu) (<https://orcid.org/0000-0002-3082-4815>)

Marvin Miguel Téllez Garrido³ (marvinm@ult.edu.cu) (<https://orcid.org/0000-0001-7564-1257>)

Resumen

En Cuba, los cambios que se producen ante el Tercer Proceso de Perfeccionamiento del Sistema Nacional de Educación en el Nivel Educativo Técnico y Profesional, responden a la Política Económica y Social del Partido Comunista de Cuba, con la implementación de los Lineamientos y la tarea ordenamiento. Estas exigencias en los nuevos escenarios del comercio, para lograr un adecuado desarrollo territorial según el modelo económico cubano, necesitan transformaciones actualizadas en la formación y desarrollo de las habilidades profesionales de estudiantes de Técnico Medio en la especialidad de Comercio. En este sentido se encamina el presente artículo, que tiene como objetivo presentar una alternativa de orientación profesional elaborada para favorecer el desarrollo de habilidades comunicativas profesionales de estudiantes de Técnico Medio en Comercio. Ello mediante el empleo de diferentes métodos del nivel teórico: análisis-síntesis, inductivo-deductivo, modelación; del empírico: observación, encuesta, entrevista individual, que permitieron estudiar el desarrollo de las habilidades comunicativas profesionales manifestadas por estos estudiantes para la atención al cliente en la red de comercio minorista. Los resultados de la aplicación de dicha metodología condujeron al diagnóstico de potencialidades e insuficiencias en la muestra declarada. Los resultados alcanzados a partir de la implementación de la propuesta permiten concluir que esta posee potencialidades para solucionar la problemática identificada en el Centro Politécnico “Pedro Díaz Coello” del municipio Holguín.

Palabras clave: Técnico Medio en Comercio, habilidades comunicativas profesionales, Alternativa de Orientación profesional.

Abstract

In Cuba, the changes that occurred before the Third Process of Improvement of the National Education System at the Technical and Professional Educational Level

¹ Licenciada en Español-Literatura. Profesora del Centro Politécnico “Pedro Miguel Díaz Coello. Holguín, Cuba.

² Máster en Ciencias de la Educación. Profesora Auxiliar. Departamento de Pedagogía Psicología. Universidad de Holguín, Cuba.

³ Máster en Pedagogía de la Cultura Física y el Deporte. Licenciado en Cultura Física. Profesor Asistente. Departamento de Educación Física. Universidad de Las Tunas. Cuba.

responds to the Economic and Social Policy of the Communist Party of Cuba, with the implementation of the Guidelines and the ordering process. These demands in the new trade scenarios, require updated transformations in the training and development of professional skills of Medium Technician students in the specialty of Commerce to achieve adequate territorial development according to the Cuban economic model. With the use of different methods, in the theoretical level: analysis-synthesis, inductive-deductive, in the modeling level; from the empirical: observation, survey, individual interview, the development of professional communication skills expressed by these students for customer service in the retail commerce network were studied. The results of their application led to the diagnosis of potentialities and insufficiencies in the declared sample. To mitigate the identified problem, the objective is: the development of a Professional Guidance Alternative to promote the development of professional communication skills of Medium Technician in Commerce students. The results achieved from its implementation allow us to conclude that the practical contribution has potential to solve the scientific problem at “Pedro Díaz Coello” Polytechnic Center of the Holguín municipality of Cuba.

Key words: Trade Technician, professional communication skills, Orientation Alternative.

Introducción

Las habilidades profesionales comunicativas en estudiantes de Técnico Medio en Comercio

En el Nivel Educativo Técnico y Profesional, se precisa de las habilidades profesionales, las que facilitan el aprovechamiento de las potencialidades de las instalaciones productivas del centro para la solución de problemas. Se considera que las habilidades profesionales constituyen, por consiguiente, la esencia de la actuación del profesional Técnico Medio en Comercio en su accionar durante la prestación de servicio comercial y la atención al cliente y el punto de partida del Modelo del profesional. Además, descansan sobre la base de conocimientos teóricos y prácticos adquiridos por los estudiantes. Estas habilidades son aportadas fundamentalmente por las disciplinas y asignaturas del ejercicio de la profesión, las que son sistematizadas y generalizadas a lo largo de la carrera.

En correspondencia con este orden de ideas, uno de los pilares fundamentales del desarrollo de un país lo es la formación de los profesionales que lo impulsan desde los diferentes espacios donde se desempeñen. En este sentido, corresponde a las entidades educativas formar profesionales con una adecuada preparación en las diferentes materias que reciben dentro de su formación y el desarrollo de capacidades intelectuales que le permitan interactuar con el resto de las personas que le rodean, donde juega un papel fundamental el desarrollo de habilidades comunicativas, que les permitirán adecuar el vocabulario a cualquier contexto en que se encuentren.

El desarrollo de habilidades comunicativas profesionales, constituye un desafío desde la formación inicial para dotar a los estudiantes de recursos que faciliten su labor como futuros comerciantes. Razón por la cual la apropiación de recursos procedimentales y el fortalecimiento de la motivación y la creatividad revisten gran importancia en el desarrollo de habilidades comunicativas para su desempeño profesional.

Investigadores en el ámbito nacional y extranjero han dedicado un lugar especial al estudio de los hábitos, aptitudes, habilidades y capacidades profesionales que debe poseer el comerciante. Entre ellos se encuentran: Aldama (2016), Ongallo (2012), Sánchez (1995), con una visión integral en la formación y desarrollo de los comerciantes. No obstante, se revelan inconsistencias metodológicas para el desarrollo de las habilidades comunicativas que deben poseer los estudiantes de esta especialidad para su desempeño profesional.

De acuerdo con los planteamientos de los autores antes mencionados, en la observación directa a diferentes actividades del centro politécnico “Pedro Miguel Díaz Coello” se pudieron constatar tales inconsistencias. Además, en entrevistas a estudiantes, docentes, tutores, directivos, se detectaron las siguientes insuficiencias:

- Los estudiantes concluyen la especialidad sin la seguridad de sostener una conversación con solturas, demostrando imprecisión en los juicios, en el orden lógico de las ideas y falta de elegancia expresiva.
- Descuidan su vocabulario al emplear frases y palabras vulgares y obscenas.
- La ausencia de términos que diferencien o distingan a las personas con las que interactúan.
- El empleo de un vocabulario idéntico para interactuar en situaciones cotidianas de la vida, como en aquellas que son más formales.

Estas limitaciones, en relación con el desarrollo de habilidades comunicativas profesionales, indicaron la necesidad de la implementación de la orientación educativa en la institución, lo que da la pertinencia de investigar la temática y ha conducido a precisar como objetivo de este artículo, presentar una Alternativa de Orientación profesional elaborada para favorecer el desarrollo de habilidades comunicativas profesionales en estudiantes de Técnico Medio en Comercio.

Materiales y métodos

Para el desarrollo de esta propuesta se utilizaron métodos y técnicas de nivel teórico y empírico como: análisis-síntesis, inductivo-deductivo, modelación; del empírico: observación, encuesta, entrevista individual.

Para la validación de los resultados se utilizaron: Experimentación sobre el terreno y Criterio de expertos.

Resultados

Alternativa de Orientación profesional para el desarrollo de las habilidades profesionales comunicativas del Técnico Medio en Comercio

La propuesta está en correspondencia con la corriente integrativa y la orientación profesional. Se integran, además, otras áreas de orientación como la escolar y la personal. Está conformada por talleres de orientación profesional, dirigidos a establecer la relación profesional de ayuda del docente hacia estudiantes de segundo año de Técnico Medio en Comercio.

La aplicación de la Alternativa, pretende que el estudiante no solamente aprenda a comunicarse correctamente en su desempeño, sino que estas habilidades se desarrollen continuamente para contribuir a que sea un comerciante competente ante las exigencias que le imponga el mundo laboral. Para su estructuración se tuvieron en cuenta las investigaciones de García y Pérez (2014), quienes aportan etapas, recomendaciones y exigencias que deben cumplir esta modalidad de orientación; la misma se caracteriza por ser:

- Integradora: En correspondencia con la corriente integrativa de orientación, se relacionan diferentes áreas, vías, tipos y modalidades de orientación. Se integran, además, métodos propios de la didáctica, la investigación y la orientación educativa.
- Flexible: Es posible aplicarla en diferentes contextos de la práctica educativa y laboral y adecuarla a las condiciones concretas del medio.
- Dinámica: Las relaciones entre las etapas que la forman y entre el trabajo individual y grupal persiguen y muestran la evolución en la formación del Técnico Medio en Comercio, por medio de la actualización del diagnóstico.
- Formativa: Persigue el desarrollo de habilidades individuales para el crecimiento personal desde el trabajo en el grupo.

La presente alternativa tiene la cualidad de ser flexible, en tanto permite que, aunque el orientador proponga inicialmente objetivos derivados del diagnóstico - pronóstico realizado en la primera etapa de la alternativa, los definitivos sean aprobados de manera conjunta entre los sujetos de la investigación y que se enriquezcan con el transcurso de la aplicación. Se enfatiza en estimular la motivación por el desarrollo de habilidades comunicativas profesionales. Entre los aspectos a tener en cuenta por el orientador en la determinación de los objetivos de orientación se encuentran los siguientes:

- La relación de los objetivos con los resultados del diagnóstico-pronóstico; la determinación de los contenidos orientacionales; la selección y el empleo de los

métodos, técnicas e instrumentos de orientación; así como con la evaluación de la transformación en los estudiantes.

- Cómo se integran las áreas de orientación profesional y personal.

El objetivo general de la propuesta es: favorecer el desarrollo de habilidades comunicativas profesionales de estudiantes de Técnico Medio en Comercio.

Como objetivos específicos se plantean:

- Brindar información sobre las habilidades comunicativas profesionales y su empleo en la labor del comerciante.
- Motivar el uso de las habilidades comunicativas profesionales como vía para lograr mejores resultados en el trabajo.
- Orientar elementos a tener en cuenta relacionados con el contexto donde se desplieguen las habilidades comunicativas profesionales.

Para dar cumplimiento al objetivo de la investigación y caracterizar el estado inicial del desarrollo de habilidades comunicativas profesionales en estudiantes de Técnico Medio en Comercio, se realizó un estudio diagnóstico en el curso: 2022-2023 en el que se aplicaron diferentes instrumentos de la metodología de investigación científica como: análisis-síntesis, observación, encuesta y entrevista a estudiantes. Se tomó como muestra un grupo de 32 estudiantes de segundo año de la especialidad Comercio del CP "Pedro Díaz Coello", en el municipio Holguín, donde labora la investigadora.

Entre las acciones que se proponen para el diagnóstico-pronóstico está la caracterización del grupo escolar. Se dirige a identificar no solo el lugar que ocupa cada estudiante en el grupo, cuán activa es su participación o el nivel de aceptación del que es objeto, sino además las características de la dinámica grupal durante el proceso de enseñanza-aprendizaje, cómo se desarrolla el estudio y el clima psicológico presente durante esta actividad. En esta etapa el orientador concibe el diagnóstico como un proceso que, a partir de las potencialidades y necesidades educativas determinadas, tributa al pronóstico de la transformación en el estudiante. Se coincide con Páez (1998), quien plantea que el diagnóstico debe ser continuo, dinámico, sistémico, participativo, lo cual implica un acercamiento a la realidad educativa para conocerla, analizarla y evaluarla.

La triangulación de los resultados obtenidos, permite señalar que se aprecia un reconocimiento a la importancia que adquiere desarrollar habilidades comunicativas profesionales por los estudiantes para la atención al cliente. No obstante, no siempre se dedica el tiempo que ello requiere en clases ni en otros espacios del proceso formativo del Técnico Medio en Comercio.

Entre las causas que originan los problemas en el desarrollo de habilidades comunicativas profesionales, se pudo advertir que no existe conocimiento sólido en los estudiantes de las habilidades comunicativas que deben desarrollar durante el estudio

de la especialidad. Es insuficiente la corrección ante el error por parte de docentes y tutores. Existe abuso de determinados procedimientos o recursos en detrimentos de otros.

Resulta insuficiente la materialización de actividades en las que se promueva el diálogo y el debate entre los miembros implicados, por lo que se hace necesario que se tracen acciones encaminadas en este sentido, en correspondencia con las aspiraciones de esta Educación. A esto se añade la no consideración del diagnóstico real de los estudiantes para trazar estrategias a partir de sus dificultades y potencialidades y el excesivo énfasis en aspectos formales o convencionales durante el trabajo para el desarrollo de habilidades comunicativas profesionales.

Potencialidades:

- Los estudiantes demostraron una actitud autocrítica en relación con las habilidades comunicativas profesionales desarrolladas.
- El 100% muestra motivación por el ejercicio futuro de la especialidad que estudian.

Los resultados anteriores, correspondientes al diagnóstico realizado, permiten reconocer la necesidad de ofrecer ayuda a los estudiantes por medio de métodos y técnicas de orientación, para contribuir a que desarrollen habilidades comunicativas necesarias para su desempeño futuro como comerciante. Se pronostica que es posible el desarrollo de habilidades comunicativas profesionales en el 100% de la muestra en estudio, a partir de que todos aceptaron sus utilidades y la necesidad de usarlas en la labor del comerciante. Se prevé obtener mejores resultados en los indicadores de trabajo, específicamente en la atención al cliente a partir de que los estudiantes comiencen a recibir esta Alternativa de orientación profesional.

La propuesta a desarrollar es un Taller de Orientación Profesional conformado por nueve sesiones de trabajo, para favorecer el desarrollo de habilidades comunicativas profesionales de 32 estudiantes de un grupo de Técnico Medio en Comercio del Centro Politécnico "Pedro Díaz Coello". Esta propuesta permite el intercambio de vivencias, saberes, entre los miembros que afrontan situaciones comunes en sus prácticas laborales. Se pretende su desarrollo con la utilización de técnicas participativas de dinámica grupal, que propicien la sensibilización, reflexión y búsqueda de nuevas soluciones o alternativas en el cumplimiento de su función educativa.

La estructura que asume la propuesta para el desarrollo de cada sesión del Taller de Orientación Profesional es la abordada por García (2001): momento inicial, planteamiento temático, elaboración y cierre. Se asume como situación orientacional o situación de orientación "el contexto y la dinámica que se genera con el establecimiento de los ejes primarios de la relación de ayuda psicológica, y a partir del setting (encuadre) y el soporte ideo-concreto de la relación" (García y Pérez, 2014, p. 39).

La dinámica de grupo se refiere a todos los sucesos que tienen lugar en el interior del

grupo en el proceso de interacción de las personas que forman parte de él. Es el resultado de la interacción de todos los factores que constituyen la situación grupal.

Facilitar la dinámica grupal significa intervenir en ella, movilizar sus componentes de manera tal que los miembros del grupo se impliquen activamente en el cumplimiento de la tarea común. El facilitador orienta, informa, interpreta todos aquellos fenómenos que ocurren en el grupo, sugiere y aplica las técnicas para ayudar al desenvolvimiento adecuado de la dinámica grupal en función de las metas propuestas. Debe tener amplios conocimientos de las teorías de grupo, de la dinámica y de la facilitación. El facilitador es un rol no directivo en el grupo, solo interviene para facilitar el trabajo grupal, ayuda al grupo a tomar sus propias decisiones, llegar a conclusiones. Es un coordinador no participante, que no puede ser influenciado por los procesos grupales. Entre las condiciones esenciales de la facilitación se encuentran:

- Respeto a la dignidad del estudiante.
- Confianza en sus fuerzas y posibilidades.
- Justeza en las exigencias que se les plantea.
- Énfasis en los aspectos positivos.
- Comprensión empática.
- Autenticidad y franqueza.

La facilitación se hace mediante un sistema de actividades educativas, metodológicas y de superación donde se concretan áreas, tipo, métodos y técnicas de orientación. A través de ella se individualiza el proceso permitiendo mayor efectividad en la atención a la diversidad.

Las situaciones de orientación constituyen manifestaciones concretas de los contenidos orientacionales en el contexto donde se desenvuelve el estudiante Técnico Medio en Comercio y se lleva a cabo la orientación integrada mediante ejes que transversalizan la ayuda en las diferentes áreas. El orientador debe planificar las situaciones de orientación y precisar las acciones a desarrollar para concretar la ayuda en el marco correspondiente a la orientación profesional y la personal. La alternativa se materializó a través de: orientación grupal a través de un taller y orientación personal dentro del propio grupo.

En la planificación, organización y desarrollo de los talleres de orientación, el docente debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

- El espacio físico organizativo: En dependencia del tipo de orientación y en el área en la cual se incida se deben tener en cuenta las condiciones del local o set, ya sea la clase, un taller o un gabinete de orientación.
- El tiempo y los horarios: La planificación de la situación no debe afectar el tiempo

establecido para la clase, por otra parte, aunque se acuerde el tiempo, el horario y la frecuencia en las cuales se desarrollarán los talleres de orientación, debe existir claridad por parte del orientador y el orientado, de que debe existir un margen de flexibilidad con el objetivo de no dejar inconcluso el cumplimiento de los objetivos de orientación.

- Las representaciones propias del estudiante y del profesor sobre los contenidos orientacionales y el proceso de ayuda. Entre los sujetos participantes en el proceso de orientación media la cultura y las características del ambiente social en las que se han desenvuelto, manifestadas como prejuicios, mitos, costumbres, tradiciones y creencias.
- La convocatoria a la actividad se realiza a través de diferentes formas de divulgación: durante los turnos de clases, a través de la colocación de la actividad planificada en los murales del aula del grupo objeto de estudio, la colaboración del profesor guía y el jefe de grupo, que ejercerá influencias positivas para el empuje de los demás en la participación en las actividades.
- La agrupación de los miembros, según las necesidades individuales en el desarrollo de habilidades comunicativas profesionales, en tres subgrupos: dos de 10 estudiantes y uno de 12.
- Los encuentros se realizan con una frecuencia semanal, cada uno con una duración de una hora.
- Se efectúan en un aula en la propia escuela y algunos que lo requieran en el aula especializada.

Se tuvo en cuenta al realizar el proceso de orientación, que los objetivos de la Alternativa de Orientación Profesional, están dirigidos a favorecer el desarrollo de habilidades comunicativas profesionales en estudiantes de Técnico Medio en Comercio. La orientación ofrecida, parte de la necesidad de desarrollar habilidades comunicativas para que los estudiantes se desempeñen profesionalmente de manera satisfactoria.

Implementación de la Alternativa de Orientación para el desarrollo de las habilidades profesionales comunicativas en estudiantes de Técnico Medio en Comercio

La valoración de los resultados alcanzados luego de la implementación de la propuesta, se realizó en el propio centro. La misma se asume como un proceso de acercamiento a la realidad para constatar su transformación. Posee un carácter contextual, que responde a las particularidades de la formación del estudiante de Técnico Medio en Comercio. Se desarrolló a través del empleo de los métodos: Experimentación sobre el terreno, al tener en consideración los elementos que aporta Buendía y Colás (1994, p. 301) y el Criterio de expertos.

La validez de la Alternativa de Orientación quedó demostrada con la aplicación del método Experimentación parcial en el terreno a través de un diagnóstico, que ofrece

evidencias de la pertinencia de las acciones propuestas, con las siguientes dimensiones y sus respectivos indicadores:

1. Nivel de conocimiento acerca las habilidades comunicativas profesionales que deben desarrollar como Técnico Medio en Comercio.
 - Conocimiento sobre las habilidades comunicativas profesionales que deben desarrollar como Técnico Medio en Comercio.
 - Criterios acerca la manera en que los docentes, tutores, ofrecen atención en clases, en las prácticas laborales y otros espacios interactivos al desarrollo de habilidades comunicativas profesionales.
2. Nivel de desarrollo de habilidades comunicativas profesionales alcanzado.
 - Habilidades para la comunicación.
 - Motivación del estudiante por desarrollar habilidades comunicativas profesionales.
 - Actitud del estudiante por desarrollar habilidades comunicativas profesionales.

Los resultados se comportaron de la siguiente forma:

La observación al desempeño de los estudiantes, tanto en las clases prácticas como en la práctica laboral, demostró que los 32 estudiantes se manifestaron atentos y educados ante el cliente; 30 estudiantes (93,75%), mostraron interés por satisfacer las demandas del cliente; 28 (87,50%), orientan su argumentación hacia la percepción del cliente; 20 (62,50%), logran que los clientes lo identifiquen como la persona que los guía y motiva en la solución de problemas; 28 (87,50%), orientan a los clientes con los mejores consejos; 29 (90,62%) desarrollan habilidades para transmitir mensajes llenos de persuasión y entusiasmo; 30 (93,75%) emplean adecuadamente la asertividad; el 100% propician un ambiente agradable y de entendimiento con sus compañeros de trabajo y 15 (46,87%) aplican técnicas como la promoción y la publicidad en sus ventas.

A diferencia de la aplicación de esta técnica en el diagnóstico inicial donde no se apreciaron por parte de ningún estudiante los comportamientos descritos en los puntos 4; 7 y 9, en el diagnóstico final todos los comportamientos se manifestaron. Estos porcentajes son superiores a los obtenidos en un primer momento, evidencia de la factibilidad del trabajo realizado.

La Alternativa contribuyó al cambio de actitud y a la preparación de los participantes para introducir modificaciones en su comportamiento comunicativo. En el diagnóstico final, a la autovaloración alcanzada por el estudiante en función del autoperfeccionamiento, a través de la observación participante, se obtuvo que el 21,87% reflejó una autoevaluación inadecuada, el 78,13% por su parte, se autovaloraba de manera parcialmente adecuada. Lo anterior demuestra que, de manera general, se conocían a sí mismos y tenían bastante claras sus dificultades.



Opuntia Brava

ISSN: 2222-081X

RNPS: 2074

Volumen: 16

Número: 4

Año: 2024

Recepción: 10/03/2024

Aprobado: 14/09/2024

La investigación permitió constatar la necesidad de profundizar en la fundamentación teórica y metodológica sobre las habilidades comunicativas profesionales para favorecer su desarrollo en estudiantes de Técnico Medio en Comercio. Para lograr desarrollar estas habilidades, se elaboró una Alternativa de Orientación profesional, que se caracteriza por ser operativa, integradora y actualizada.

A partir de la puesta en práctica de la Alternativa, se facilita la comprensión, por parte de todos los miembros implicados de la importancia del desarrollo de habilidades comunicativas para su futuro desempeño profesional. La evaluación de las habilidades comunicativas profesionales que van alcanzando los estudiantes, demuestra un nivel superior de desarrollo en comparación con su estado inicial.

Se recogieron vivencias positivas desde la primera sesión del taller donde se dio la oportunidad de establecer relaciones de empatía entre orientador y orientados, así como entre los propios orientados que permitieron despertar en ellos el interés por la participación activa en cada sesión de trabajo. Se tuvo presente las particularidades individuales de cada uno de los miembros del grupo. La institución docente donde se realizó la investigación brindó su apoyo con los recursos necesarios que permitieron el desarrollo de cada sesión de forma exitosa.

Discusión

Valor de las habilidades comunicativas en la formación de los futuros profesionales Técnico medio en Comercio

La comunicación humana ha sido estudiada con énfasis desde los años 80, a pesar de que el desarrollo del lenguaje aconteció varios siglos antes. Investigadores cubanos como: Hechavarría, Ochoa y Zayas (2016); Ajo, Torres e Iralda (2022); Boizán, Aguilera y Rodríguez (2020); Torres, Medina y Torres (2019); Torres, Santos y Cárdenas (2021); reconocen la importancia del desarrollo de habilidades comunicativas que requieren los profesionales para el ejercicio de su labor. Además, proponen el entrenamiento sociopsicológico y otras vías para su desarrollo.

Los resultados de estas investigaciones pueden ser efectivos también en la red del comercio minorista, la que requiere una mirada diferente en el desarrollo de su alumnado, pues enfrenta nuevos desafíos motivados por diversas problemáticas sociales que obliga a los trabajadores de los servicios a fomentar una cultura organizacional capaz de comprometer a sus trabajadores a ser más eficientes en la atención a los clientes. En la actualidad, ha sido propuesto por el Gobierno y Estado cubanos un amplio proceso de Reforma Institucional y Estructural que tiene el propósito de transformar el sistema empresarial con el fin de perfeccionar el sistema socialista de la nación. Estas aspiraciones exigen de un profesional de los servicios capacitado, con dominio de las habilidades profesionales en la práctica comercial y las diferentes formas de gestión económica en la esfera de los servicios y la producción.

Una parte importante de la actividad de quien está a cargo de la venta directa es informar al cliente, dar las indicaciones y prescripciones necesarias, así como

responder a las inquietudes que surjan sobre el producto. Para esto el vendedor debe poseer conocimientos suficientes sobre el bien o servicio que ofrece y suficiente experiencia para ser competitivo en el campo de la comunicación humana y así alcanzar las metas propuestas (Ongallo, 2012). Según este autor las habilidades comunicativas para transmitir la información de una manera asertiva y la capacidad persuasiva para convencer a los clientes de lo que se considera conveniente, son requisitos necesarios para toda relación con el cliente.

Los requisitos básicos de un comerciante, se pueden resumir en tres grandes grupos (Impulsa, 2022, párr. 8):

- El vendedor profesional debe tener conocimientos sobre:
 - La empresa: deben conocer a la compañía e identificarse con ella, la historia, objetivos actuales y futuros, organización, métodos y sistemas, organigrama con nombres y apellidos, funciones y procedimientos, estructura económico-financiera, línea de productos y volumen de ventas.
 - Los productos: proceso íntegro de fabricación (cuando se trate de bienes), usos, aplicaciones, fortalezas y debilidades.
 - Los clientes: tipo de consumidores, deseos, necesidades, hábitos de compra,
 - La competencia: identificación, estrategias y políticas, participación en el mercado, fortalezas y debilidades.
 - El proceso de la venta: cómo captar la atención, como despertar el interés del cliente, la demostración del producto, cómo despertar el deseo, cómo contrarrestar objeciones y cómo rematar la venta.
 - Los métodos de trabajo y responsabilidades: distribución del tiempo entre cartera real y potencial, reglamento de vendedores, manejo de la cuenta de gastos, notas de pedido, contratos, informes, memorándums, plan de visitas, reunión de ventas.
- Los vendedores profesionales deben tener habilidad para indagar, escuchar, comunicar, asesorar y convencer.
- Los vendedores profesionales deben realizar su trabajo con amor, entusiasmo, empatía, iniciativa, naturalidad, creatividad, flexibilidad, seguridad y buen humor.

La venta es comunicación, las empresas en general y las pequeñas y medianas empresas (PYME) en particular, están obligadas a comunicarse con sus clientes para poder satisfacerlos y garantizar la permanencia en el mercado. Cualquier empresa moderna produce acciones de comunicación que tienen que ver como mínimo con uno de los siguientes grupos: Investigaciones de Mercado, Publicidad, Promoción y Venta.

Los cuatro grupos indicados tienen características propias, pero estrechamente ligadas entre sí, por lo que resulta imprescindible su coordinación adecuada basada en un objetivo de comunicación de la empresa. Ello indica que la venta es igual a comunicación, por lo tanto, el vendedor es un “comunicador”, y resulta imprescindible

que sepa qué es la comunicación y cómo funciona. La utilización de las siguientes técnicas, según Sánchez (1995, p. 5) mejora sensiblemente la comunicación:

1. Trabajar en equipo.
2. Acompañar el mensaje con demostraciones.
3. El uso de los gestos como complemento.
4. Emisión del mensaje en tiempo y forma.
5. Análisis de la capacidad de recepción del receptor.

En aras de incrementar en los estudiantes los conocimientos teóricos sobre la comunicación que requiere su labor y desarrollar en ellos las habilidades comunicativas necesarias, se propone la siguiente Alternativa de Orientación. Esta se sustenta en los aportes psicológicos del enfoque histórico-cultural, así como en los presupuestos teóricos del aprendizaje formativo.

Conclusiones

La Alternativa de Orientación profesional, favoreció los espacios de reflexión crítica constructiva, así como el autoconocimiento, de manera que durante la evaluación final se comprobó que los estudiantes perdieron el temor hacia la atención al cliente. Reflejaron mayor motivación por la especialidad, mayor independencia y preocupación por sus habilidades comunicativas. Demostraron una mejor autoestima y carácter crítico en los diferentes espacios y asignaturas, fundamentalmente en la Práctica Laboral.

Referencias bibliográficas

- Ajo, D., Torres, Y. e Iralda, C. (2022) La comunicación asertiva del profesor con los estudiantes en el proceso de enseñanza-aprendizaje de la Secundaria Básica. *Revista Opuntia Brava*, 14(3), 372-386.
<http://opuntiabrava.ult.edu.cu/index.php/numeros/vol14/vol14num3/735-vol9num4art28>
- Aldama, B. (2016) *Una mirada a los servicios comerciales desde la comunicación interpersonal*. Pueblo y Educación.
- Boizán, R., Aguilera, M. y Rodríguez, E. (2020). Las habilidades comunicativas como habilidades pedagógicas profesionales: una mirada desde la Orientación Profesional. *Edusol*, 20(71), 32-38.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-80912020000200032&lng=es&tlng=es
- Buendía, L. y Colás, P. (1994). *Investigación Educativa*. Sevilla 01
- García, A. (2001). *Programa de orientación familiar para la educación de la sexualidad de adolescentes*. ISP "José de la Luz y Caballero". Holguín, Cuba.

- García, A. y Pérez, R. (2014). *Ponencia presentada en el evento Pedagogía 2014*. Universidad de Holguín, Cuba.
- Hechavarría, M. M., Ochoa, M. A. y Zayas, P. (2009). Antecedentes psicológicos de la comunicación. *Opuntia Brava*, 1(1).
<http://opuntiabrava.ult.edu.cu/index.php/opuntiabrava/article/view/505>
- Impulsa (2022). *El comportamiento de los vendedores, según la psicología*. Copyright. Sistema CRM <https://www.sistemaimpulsa.com/blog/>
- Ongallo, C. (2012). *La atención al cliente y el servicio posventa*. Díaz de Santos. Madrid, España.
- Páez, V. (1998). *Contextualizar e individualizar el proceso de enseñanza - aprendizaje, desde lo social y lo grupal en la escuela media: una propuesta teórica-metodológica*. [Tesis de maestría inédita. ISPEJV].
- Sánchez, L. (1995). *Marketing: Manual del vendedor*. TECSIMA S.A. Consultora en Marketing, Gestión y Calidad – tecsima@tecsima.com.ar
- Torres, Y., Medina, E. y Torres, A. M. (2019). El entrenamiento sociopsicológico como tecnología social para favorecer la comunicación interpersonal en la formación de educadores. *Opuntia Brava*, 11(Especial 1).
<http://opuntiabrava.ult.edu.cu/index.php/opuntiabrava/article/view/662>
- Torres, Y., Santos, Y. y Cárdenas, M. (2021). La competencia comunicativa en profesionales de diferentes niveles de educación en la provincia Holguín. *Opuntia Brava*, 13(2), 130-142.
<http://opuntiabrava.ult.edu.cu/index.php/opuntiabrava/article/view/1152>