

# 24

## **ESTRATEGIA DE CAPACITACIÓN BÁSICA PARA LA ÉTICA Y COMUNICACIÓN DE LOS TRABAJADORES DE LA TIENDA RECAUDADORA DE DIVISAS DEL MUNICIPIO PALMIRA**

BASIC TRAINING STRATEGY FOR ETHICAL AND COMMUNICATION WORKERS OF FOREIGN EXCHANGE collecting TOWNSHIP SHOP PALMIRA

MSc. Idalmys Caridad Cuéllar Díaz<sup>1</sup>

MSc. Delfina López Suárez<sup>1</sup>

MSc. Reynaldo Rodríguez Chong<sup>1</sup>

E-mail: [rrodriguez@ucf.edu.cu](mailto:rrodriguez@ucf.edu.cu)

<sup>1</sup>Centro Universitario Municipal de Palmira. Universidad de Cienfuegos. Cuba.

### ¿Cómo referenciar este artículo?

Cuéllar Díaz, I. C., López Suárez, D., & Rodríguez Chong, R. (2016). Estrategia de capacitación básica para la ética y comunicación de los trabajadores de la Tienda Recaudadora de Divisas del municipio Palmira. *Revista Conrado* [seriada en línea], 12 (55). pp. 174-179. Recuperado de <http://conrado.ucf.edu.cu/>

### RESUMEN

La relación Tienda-Comunidad constituye en la actualidad una necesidad para el desarrollo de la entidad y el cumplimiento de su plan de venta, por lo que es importante la preparación de los trabajadores para garantizar la eficiencia en la satisfacción de la población en el proceso compra-venta. Por primera vez en la Tienda Recaudadora de Divisas de Palmira se elabora una estrategia de este tipo, la cual permite la superación y autopreparación de los trabajadores, con una concepción enriquecedora sobre los preceptos éticos y de comunicación, en aras de lograr la satisfacción del cliente y un mayor nivel de venta, de ahí que esta investigación ofrece, según se conoce hasta la actualidad, el primer estudio teórico y metodológico fundamentado acerca de esta concepción. La estrategia se elaboró sobre la base de varias fases que se consideraron indispensables para obtener un producto contextualizado de acuerdo con las particularidades, necesidades, intereses y prioridades de los comunitarios y los trabajadores.

### Palabras clave:

Estrategia, capacitación básica, ética, comunicación.

### ABSTRACT

The relationship Shop-Community is currently a need for the development of the organization and carrying out its plan to sell, so it is important to prepare workers to ensure efficiency in the satisfaction of the population in the buying process -sale. For the first time in the Collector Shop Foreign Exchange Palmira a strategy of this kind is made, which allows improvement and self-preparation workers, with a rich conception of ethical precepts and communication, in order to achieve customer satisfaction and a higher level of sales, hence this research offers, as known to date, the first theoretical and methodological study based on this concept. The strategy was developed on the basis of several phases that were considered essential to obtain a product contextualized according to the characteristics, needs, interests and priorities of community and workers.

### Keywords:

Strategy, basic training, ethics, communication.

## INTRODUCCIÓN

En los tiempos actuales, donde se acrecienta cada vez más la competencia en el mundo de la venta, se impone que las entidades comerciales trabajen bajo la filosofía de aumentar y mantener la calidad del producto, lo que significa toda una gama de combinaciones en cuanto a la atención a los seres humanos, tecnología, recursos, responsabilidades y resultados, que hagan precisamente que estas entidades cuenten con las condiciones necesarias para alcanzar el éxito en la misión social encomendada.

Vender es el arte de persuadir a las personas para que compren productos o asuman ideas, es una actividad tan antigua como la historia de la humanidad, pero dentro de las destrezas que se deben alcanzar está el ejercicio ético profesional y la buena comunicación institucional. La principal diferencia entre fabricantes, compañías de servicios, cadenas de supermercado y grandes almacenes que compiten entre sí, radica en la forma en que se comunican con sus clientes. De los tres elementos que ofrece una empresa comercial: productos, precios y presentación, en esta última la comunicación es el aspecto al que se le debe dar el mayor control e influencia directa, ya que se pone de manifiesto mediante la interrelación cliente-vendedor.

En la gestión de venta se precisa de un conjunto de actividades de comunicación, que de forma creativa, ordenada y sistemática desarrolla el vendedor para promover en sus clientes el interés de los satisfactores que pueden convertirse en soluciones de sus problemas, y de esta manera contribuir también al incremento de los recursos monetarios de la entidad.

## DESARROLLO

Muchas han sido las diferentes concepciones teóricas, los análisis y las investigaciones entorno a la ética y comunicación; es una vía esencial del desarrollo de la personalidad y es una forma de relación entre los hombres.

Sulbarán Guerrero (2007), manifiesta que la comunicación: *“es un proceso mediante el cual se transmiten y comparten ideas, sentimientos de una persona a otra mediante el uso de símbolos, palabras, movimientos y signos. La comunicación hace posible la interacción entre la especie humana y define su esencia social”*.

Mientras que pensadores como Hidalgo (1994), es *“una disciplina filosófica que se ocupa de las acciones o conductas morales así como de las costumbres, normas o*

*ideas que regulan los comportamientos prácticos de los seres humanos”*.

La Tienda Recaudadora de Divisas en el municipio Palmira, se encuentra ubicada en el Consejo Popular Palmira Sur, al cual pertenece el Centro Histórico de la localidad, creado en la década de 1990, con una población de 6573 habitantes distribuidos en tres asentamientos poblacionales, y posee un área geográfica de 8.06 km<sup>2</sup>. Comienza a partir de la calle Estrada Palma donde termina el Consejo Popular Palmira Norte y culmina en los límites de la entrada de la Empresa Porcina a la senda derecha de la carretera que comunica a Palmira con Cienfuegos, por la senda izquierda la segunda parada. Limita al norte con el Consejo Popular Palmira Norte, al sur con el municipio Cienfuegos, al este con Camarones, y al oeste con el Consejo Popular Elpidio Gómez. Cuenta con un área geográfica de 8.06 km<sup>2</sup>, en la que se asientan 10 circunscripciones. Dentro de las actividades económicas importantes en el consejo se encuentra la prestación de servicios a la población por estar incluido mayoritariamente en la cabecera municipal.

En la actualidad la tienda TRD se encuentra situada en la calle Portela #116 (Carretera Central de Cienfuegos a Villa Clara) entre Cerice y Estrada Palma, limita a la derecha con la Casa de Cultura Municipal, a la izquierda el laboratorio de medicina verde, al frente está la Pizzería “El Napolitano”, la florería, la peluquería, la librería y el mercado industrial “La Cubanita”, la Banda municipal de conciertos que hace sus presentaciones habituales en la acera de los establecimientos que se encuentran al frente. Este local fue construido en la década del 50 siendo desde sus inicios una tienda mixta llamada “La Palmira”, luego la “Sedería Gómez” pero realmente continuó siendo una tienda mixta donde se vendía calzado, perfumería y ropa de cama, además de llamarse “La Palmireña” y finalmente “Juventud 2000”.

Cuenta con 19 trabajadores, predominando un mayor por ciento de mujeres con una edad promedio de 35 años, y una estructura de 6 departamentos en el piso de venta con 8 dependientes, 3 puntos de ventas con 5 dependientes, 1 Gerente, 1 Especialista C en gestión comercial, 1 Especialista C en gestión económica, 1 Técnico en informática, 1 Encargado de Almacén y 1 Agente de Seguridad.

Misión de la empresa: Cadena TRD Caribe, empresa dedicada a la comercialización minorista, orientada a la satisfacción del cliente en sus diferentes segmentos de mercado, con profesionalidad, sostenibilidad y eficacia.

Visión de la empresa: Cadena de Tiendas de referencia, por la calidad de los servicios que presta a sus clientes en sus diferentes segmentos de mercado.

Principales proveedores: SUCHEL CAMACHO, SUCHEL TRANS, Brascuba Cigarrillos, Havana Club Internacional, Cervecería Bucanero, Coracán, Corporación Copextel, Empresa Mixta Papas, Empresa Mixta Los Portales, Alimport, y otros.

Principales productos: De variada índole como son: la venta de productos alimenticios y no alimenticios.

Necesidades de los trabajadores en cuanto a la ética y comunicación con el cliente.

Mediante la aplicación de las diferentes técnicas se llegó a las siguientes regularidades:

1. Aunque la mayoría de los encuestados declaran que si han sido bien atendidos .Existen criterios con argumentos negativos al respecto dado por la demora del servicio, las respuestas recibidas por los dependientes no son agradables, en oportunidades no se muestran interesados en atenderlos con rapidez. Lo anterior demuestra que existe falta de preparación por parte de los dependientes en cuanto a estos elementos, los cuales para su mejoramiento o perfeccionamiento se abordan en la estrategia de capacitación, objetivo general de la presente investigación.
2. No todos los trabajadores poseen conocimientos socioculturales del entorno donde está ubicada la TRD.
3. Todos los trabajadores se consideran preparados para cumplir los requerimientos de la gestión de venta aunque existen algunos que no han recibido ningún curso o capacitación que los prepare.
4. Todos coinciden (clientes, dependientes y directivos) que es oportuno la capacitación que prepare a los dependientes en la atención adecuada a los clientes.
5. Los principales aspectos a tratar en la capacitación a los dependientes que consideran los encuestados son:
  - Las normas y procedimientos que los ayuden a lograr un servicio de eficiencia.
  - La atención al cliente.
  - Las técnicas de exhibición y ubicación de los productos, su estética y presentación de la mercancía.
6. Existen potencialidades en la TRD que posibilitan la realización de capacitaciones que prepare adecuadamente a los dependientes de la misma.

Una propuesta de estrategia para la capacitación del personal que labora en la Tienda Recaudadora de Divisas con respecto a la ética y comunicación con el cliente.

A continuación aparecen las cuatro etapas que conforman esta estrategia, indicando las acciones para dar una idea general de la misma.

ETAPAS DE LA ESTRATEGIA	ACCIONES
Primera Etapa. Diagnóstico de la situación actual de los trabajadores de la TRD.	1.- Seleccionar todos los trabajadores de la TRD del municipio Palmira. 2.-Consultar con los informantes claves (directivos de la tienda). 3.-Elaborar instrumentos del diagnóstico. 4.-Aplicar los instrumentos. 5.-Procesar la información. 6.- Caracterizar a los trabajadores de la tienda. 7.- Determinar las necesidades de capacitación de los trabajadores.
Segunda etapa. Planificación y organización de la estrategia.	1.- Diseñar el programa de capacitación para los trabajadores de la TRD.
Tercera etapa. Desarrollo o ejecución de la estrategia.	1.-Impartir la Capacitación acerca de la preparación que requiere cada trabajador de la TRD para cumplir eficientemente con sus funciones.
Cuarta etapa. Validación por especialistas de la estrategia de superación propuesta.	1.- Selección de especialistas. 2.-Elaboración del instrumento para validar la estrategia. 3.-Analizar los criterios de los especialistas que se proponen.

#### Primera Etapa. Diagnóstico de la situación actual de los trabajadores de la Tienda Recaudadora de Divisas.

Esta etapa está dirigida a la determinación de las necesidades de capacitación de los trabajadores de la TRD del municipio Palmira. El estudio fue iniciado a inicios del año 2011 producto a las necesidades de capacitación existente. A continuación se reflejan las acciones que se realizaron con el objetivo de llegar a los resultados deseados.

- » **Seleccionar todos los trabajadores de la TRD existente en el municipio.**
- » **Consulta con directivos de la TRD.**

Con el objetivo de profundizar en las necesidades y potencialidades que poseen los trabajadores de la TRD del municipio Palmira se realiza un análisis en una sesión de trabajo donde de forma conjunta los directivos exponen las principales dificultades que hasta el momento se han observado en el desempeño de sus funciones.

- » **Elaborar instrumentos del diagnóstico.**

Para obtener la información deseada de los trabajadores se elaboraron diferentes instrumentos que a continuación se exponen.

· **Guía de observación participante.**

Con el objetivo de observar el comportamiento en el cumplimiento de sus funciones se realizará una observación participante donde la autora de esta investigación llevará a efecto la anotación de las deficiencias y potencialidades que tiene cada uno de los trabajadores en su diario de campo, que le permitirá posteriormente hacer un diagnóstico de cada uno de ellos.

· **Entrevistas a informantes clave en la Tienda Recaudadora de Divisas en Palmira. (dependientes, dependientes cajero, encargado del punto de venta).**

Mediante la aplicación de este instrumento la autora de la presente investigación tendrá la posibilidad de conversar con los trabajadores de la TRD específicamente con dependientes, dependientes cajero, encargado del punto de venta, que es el personal que atiende directamente al cliente; este instrumento le permitirá indagar acerca de los conocimientos que poseen que le permitan una mayor comunicación con el cliente para que la gestión de venta sea satisfactoria.

· **Encuesta a los clientes de la Tienda Recaudadora de Divisas de Palmira.**

Mediante este instrumento se conoce los criterios que tiene la comunidad sobre la atención y conocimientos que poseen los dependientes de la TRD y como influye estos eficientemente en el desarrollo cultural y económico de la misma.

» **Aplicar los instrumentos.**

Los instrumentos diseñados para los trabajadores fueron aplicados a la totalidad de la muestra 19 trabajadores y 70 clientes de la comunidad.

**Segunda etapa. Planificación y organización de la estrategia.**

1.- Diseñar el programa de capacitación para los trabajadores de la TRD.

En la estrategia de capacitación que se propone lo novedoso es que mediante un sistema de talleres los trabajadores de la tienda adquirirán los conocimientos necesarios para su desempeño profesional tanto de forma teórica como práctica.

**Tercera etapa. Desarrollo o ejecución de la estrategia de capacitación.**

Impartir la capacitación acerca de la preparación que requiere cada trabajador de la TRD para cumplir eficientemente con sus funciones.

Para impartir este curso de capacitación se empleará la modalidad de talleres donde se dedicará un tiempo para el estudio independiente de cada uno de los temas seguidos de un debate de las temáticas y posteriormente la observación en la práctica de cada uno de los conocimientos adquiridos y finalmente una evaluación práctica de cada tema.

**Plan temático:**

TEMAS	Hrs. Pre-sénc.	Hrs. Autosu-per.	Hrs. Total
1.- La Comunicación. Su aplicación a la esfera comercial.	2	4	6
2.- ¿Qué es la ética profesional cómo se manifiesta en el dependiente de la Tienda Recaudadora de Divisas?	2	4	6
3.- La Comunicación de la Misión, Visión y Valores de la TRD, rol que desempeña la unidad en su cumplimiento.	2	4	6
4.- La relación Comunicación – Identidad - Imagen.	2	4	6
5.- La calidad en la oferta de productos y servicios, repercusión de la comunicación en estas operaciones.	2	2	4
6- Gestión de venta y profesionalidad de las fuerzas vendedoras.	2	4	6
7.- Las reclamaciones. Tratamiento.	2	4	6
8.-La comunicación telefónica. Uso. Importancia.	2	4	6
9- El cliente, derechos y deberes.	2	4	6
10.- El conocimiento de las tradiciones culturales y religiosas en el entorno de la TRD. Su influencia en la gestión de ventas.	4	6	10

**Cuarta etapa. Validación por especialistas de la estrategia de capacitación propuesta.**

**Selección de los especialistas.**

Para la validación del programa de entrenamiento se aplicó el método de consulta a especialistas, se seleccionaron 10 especialistas que se desempeñan en diversas funciones dentro de la Gerencia territorial EAT- Cienfuegos. Con una composición heterogénea por el nivel académico y experiencia.

### *Caracterización de los especialistas seleccionados:*

Para realizar la caracterización se tuvo en cuenta indicadores como:

- Los años de experiencias de los especialistas seleccionados.

Los especialistas seleccionados son fundadores del equipo de atención territorial Cienfuegos, el mismo fue creado en el año 1998 por lo que todos poseen en esta función 14 años de experiencias.

- El nivel académico de los especialistas seleccionados es:

La mayor parte de ellos 82% tienen nivel superior aunque graduados en diferentes perfiles, que en su desempeño por lo que han recibido cursos de capacitación que los convierten en especialistas en sus respectivas funciones.

En el proceso de elaboración del instrumento para ofrecer a los especialistas con el objetivo de validar la estrategia de capacitación para la preparación de los trabajadores de la TRD se tuvieron en cuenta los siguientes Indicadores:

1. Valoración de la Estrategia.
2. Correspondencia entre necesidad y objetivos.
3. Pertinencia de los contenidos.
4. Estructura lógica en la formulación de los temas seleccionados.

Teniendo en cuenta los indicadores se confeccionan las preguntas para validar la propuesta de estrategia de capacitación para la preparación de los trabajadores de la TRD.

### *Análisis los criterios dados por los especialistas.*

Los especialistas al hacer el análisis de la propuesta coinciden en algunos aspectos generales entre los que podemos citar los siguientes:

Consideran en su generalidad, que la propuesta de la estrategia de capacitación tiene gran significación científica, teniendo en cuenta el orden, la organización y los fundamentos teóricos, visto desde la perspectiva del problema que resuelve. Posee coherencia lógica y consistencia interna en su estructura. Es adecuada, ya que pone atención en uno de los problemas fundamentales que tienen los trabajadores de la Tienda Recaudadora de Divisa del municipio Palmira, se ajusta a las necesidades actuales de los mismos, para lograr la formación heterogénea que se desea y las principales insuficiencias detectadas en los instrumentos aplicados a clientes y trabajadores con respecto a la comunicación con el cliente y su desempeño ético tanto con los clientes como con sus propios compañeros de trabajo.

La misma está bien sustentada y permite desarrollar un proceso de capacitación con calidad. Coinciden, todos los especialistas, en que las formas de capacitación que se proponen y su interrelación hacen muy útiles, eficientes y viables la propuesta porque les permite a estos trabajadores adquirir, ampliar y perfeccionar sus conocimientos para un mejor desempeño de sus funciones, logrando así un desarrollo cultural integral en función de la atención a la población.

La puesta en práctica de la estrategia puede contribuir a elevar los niveles de profesionalidad en los trabajadores y que los directivos correspondientes apliquen y controlen respectivamente el cumplimiento de sus acciones, brindándole las herramientas necesarias que contrarresten modos de actuación insertados en un modelo que exige una cultura general integral en pos de una mayor calidad en la atención al cliente, razón de ser de estas entidades, así como los prepara para enfrentar los distintos tipos de clientes de la forma más idónea.

A modo de resumen se puede precisar que relacionado con la valoración final de la propuesta, todos los especialistas consultados plantean que se puede alcanzar el objetivo propuesto y coinciden que la misma permitirá la preparación permanente de los trabajadores.

Atendiendo a las opiniones y los criterios emitidos por los especialistas, podemos concluir que la misma contribuye a la preparación de los trabajadores en cuanto al logro de una mejor prestación de servicio y por lo que es de vital importancia su puesta en práctica de manera inmediata.

### **CONCLUSIONES**

Los referentes teóricos analizados y los resultados del diagnóstico aplicado demuestran la necesidad de elaborar una estrategia de comunicación que contribuya a la educación en cuanto a la ética y comunicación de los trabajadores de la Tienda Recaudadora de Divisas del municipio Palmira lo que corrobora el problema científico identificado y la necesidad de su solución.

Como aporte significativo de la presente investigación se ofrece el diseño de una estrategia sociocultural con el objetivo de favorecer la ética y comunicación de los trabajadores de la TRD del municipio Palmira y su entorno comunitario.

La implementación del método mediante una integración metodológica de carácter investigativo, propició el diseño de una estrategia sociocultural con el objetivo de favorecer la ética y comunicación de los trabajadores de la TRD del municipio Palmira y su entorno comunitario.

## BIBLIOGRAFÍA

- González Pérez, O. R., & Rodríguez Suárez, A. (2010). Acercamiento a la Historia de la Localidad de Palmira. Trabajo de Curso. Cienfuegos: Escuela Provincial del PCC Alejandro Nápoles León.
- Hidalgo Tuñón, A. (1994). ¿Qué es esa cosa llamada ética? Madrid: Educación Cives-Aula.
- Sulbarán Guerrero, L. (2007). Nuevas estrategias de comunicación. Recuperado de <http://gestiopolis1.com/recursos7.docs/mkt>