

MODELO DE APRENDIZAJE AUTÓNOMO MEDIADO POR LOS RECURSOS EDUCATIVOS DIGITALES PARA EL FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS SOCIALES EN EJECUTIVOS DE VENTAS EN ENTIDADES FINANCIERAS EN VALLEDUPAR, CESAR

(Resumen analítico)

AUTONOMOUS LEARNING MODEL MEDIATED BY DIGITAL EDUCATIONAL RESOURCES FOR THE STRENGTHENING OF SOCIAL COMPETENCIES IN SALES EXECUTIVES IN FINANCIAL INSTITUTIONS IN VALLEDUPAR, CESAR

(Analytical summary)

Autores (Authors): MEDINA BATISTA José Alberto

Facultad (Faculty): de Educación

Programa (Program): MAESTRÍA EN PEDAGOGÍA

Asesor (Support): Mag. ANDRADE YEJAS David

Fecha de terminación del estudio (End of the research): agosto 2024

Modalidad de Investigación (Kind of research): Trabajo de Grado

PALABRAS CLAVE

- APRENDIZAJE
- AUTOAPRENDIZAJE
- COMPETENCIAS SOCIALES
- EJECUTIVOS DE VENTAS
- ENTIDADES FINANCIERAS

KEY WORDS

- *LEARNING*
- *SELF-LEARNING*
- *SOFT SKILLS*
- *SALES EXECUTIVES*
- *FINANCIAL INSTITUTIONS*

RESUMEN: La investigación tuvo como objetivo analizar el aprendizaje autónomo en las competencias sociales en ejecutivos de ventas en entidades financieras de Valledupar, Cesar. Estuvo orientado por el paradigma positivista, con enfoque cuantitativo, en el tipo descriptivo con diseño no experimental de campo y transeccional. La muestra estuvo conformada por 43 ejecutivos de venta de tres instituciones financieras locales a quienes se les aplicó como instrumento un cuestionario con escalamiento Likert que fue validado por la opinión de dos expertos, luego se determinó su confiabilidad en la cual se obtuvo un coeficiente de 0.9695, lo que permitió expresar que el instrumento presentó una alta confiabilidad.

Los resultados dejaron en evidencia que para la variable aprendizaje autónomo los sujetos encuestados demostraron carencias en cuanto a propósito o meta personal, manejo de emociones, estrategias de aprendizaje, para la interacción social, autodirección, reflexión crítica, responsabilidad social, motivación y autoconcepto; así mismo para la variable competencias sociales manifestaron no contar con autoexpresión social, con buena comunicación verbal y no verbal, la escucha activa, empatía, asertividad, disposición para la resolución de conflictos, la cooperación y adaptabilidad social. Concluyendo en la necesidad de mejorar las competencias sociales en los ejecutivos de ventas de las entidades financieras de Valledupar, Cesar, para que puedan interactuar efectivamente con los clientes, aumentando así el éxito en las ventas.

ABSTRACT: *The objective of the research was to analyze autonomous learning in social competencies in sales executives in financial entities in Valledupar, Cesar. It was oriented by the positivist paradigm, with a quantitative approach, descriptive type with a non-experimental field and cross-sectional design. The sample consisted of 43 sales executives from three local financial institutions to whom a Likert scaled questionnaire was applied as an instrument that was validated by the opinion of two experts, then its reliability was determined and a coefficient of 0.9695 was obtained, which allowed expressing that the instrument presented a high reliability. The results showed that for the autonomous learning variable, the surveyed subjects demonstrated deficiencies in terms of personal purpose or goal, emotion management, learning strategies, social interaction, self-direction, critical reflection, social responsibility, motivation and self-concept; likewise, for the social competencies variable, they did not have social self-expression, good verbal and non-verbal communication, active listening, empathy, assertiveness, disposition for conflict resolution, cooperation and social adaptability. Concluding in the need to improve the social competences of the sales executives of the financial entities of Valledupar, Cesar, so that they can interact effectively with the clients.*

CONCLUSIONES: Al examinar los datos correspondientes a la variable aprendizaje autónomo se evidenció que los ejecutivos de venta manifestaron carencias para el establecimiento de metas personales, la utilización y aplicación de conocimientos en el servicio al cliente, el manejo correcto de sus emociones, trazarse oportunidades para aprender por sí mismos y mejorar sus habilidades de atención al público, escasos conocimientos para la conexión entre nuevos aprendizajes y su aplicabilidad.

En referencia a la competencias sociales, bajo sus dimensiones e indicadores se constató que los ejecutivos de venta difícilmente dan respuestas contundentes cuando la situación lo amerite, dejan pasar por alto la defensa de sus derechos en situaciones inherentes, cohibiéndose a expresarse por temor a equivocaciones, escasamente prestan atención a conversaciones para una mejor comprensión, no acostumbran la provisión de información con el fin de que sus pares acepten sus

derechos y los de los demás, prestan poca atención a las conversaciones para comprenderlas, raras veces buscan comprender los sentimientos de los demás, igualmente, no plantean alternativas para su resolución de conflictos, lo que demuestra poca proactividad en función del bien común.

CONCLUSIONS: *When examining the data corresponding to the autonomous learning variable, it became evident that sales executives showed deficiencies in the establishment of personal goals, the use and application of knowledge in customer service, the correct management of their emotions, the development of opportunities to learn on their own and to improve their customer service skills, and little knowledge of the connection between new learning and its applicability.*

In reference to social competencies, under its dimensions and indicators, it was found that sales executives hardly give forceful answers when the situation deserves it, they overlook the defense of their rights in inherent situations, they are inhibited to express themselves for fear of mistakes, they hardly pay attention to conversations for a better understanding, they are not accustomed to the provision of information when the situation requires it, they do not pay attention to conversations for a better understanding, are not accustomed to providing information so that their peers accept their rights and those of others, pay little attention to conversations in order to understand them, rarely seek to understand the feelings of others, likewise, do not propose alternatives for conflict resolution, which shows little proactivity for the common good.

RECOMENDACIONES: A las organizaciones bancarias, se considera pertinente la asignación de mentores o facilitadores para que acompañen a los ejecutivos de ventas en su proceso de aprendizaje, así mismo, que estos mentores evalúen constantemente el impacto de los recursos digitales en las habilidades sociales. También se recomienda a dichas organizaciones promover el autoestudio guiado, ayudando de esa manera a los líderes a desarrollar habilidades de autogestión; brindar apoyo moral y animarlos para que tomen la iniciativa en su propio desarrollo profesional y pongan en práctica los conocimientos adquiridos en beneficio del público que atienden, en consecuencia, para que la institución cumpla con los rangos de calidad en el servicio que presta.

A los ejecutivos de venta, personalizar los contenidos en el sentido de que diseñen activos digitales que se adapten a sus necesidades, de igual manera, considerar su nivel de experiencia, el estilo de aprendizaje y áreas específicas de mejora. A lo descrito se suma la interacción social, promoviendo para ello la colaboración y la interacción entre pares.

RECOMMENDATIONS: *For banking organizations, it is considered relevant to assign mentors or facilitators to accompany sales executives in their learning process, as well as for these mentors to constantly evaluate the impact of digital resources on soft skills. It is also recommended that these organizations promote guided self-study, thus helping leaders to develop self-management skills; provide moral support and encourage them to take the initiative in their own professional development and put into practice the knowledge acquired for the benefit of the public they serve, consequently, so that the institution meets the quality standards in the service it provides.*

To the sales executives, personalize the contents in the sense that they design digital assets that adapt to their needs, in the same way, consider their level of experience, learning style and specific areas of improvement. Social interaction is added to the above, promoting collaboration and peer-to-peer interaction.