



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI**

**TEMA**

**TÉCNICAS DE TRADUCCIÓN Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE  
LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA CORREOS DEL  
ECUADOR, MANTA, AÑO 2016.**

**AUTORA: JESSICA EGNITA FERNÁNDEZ PICO**

**FACULTAD DE GESTIÓN, DESARROLLO Y SECRETARIADO  
EJECUTIVO**

**CARRERA SECRETARIADO BILINGÜE**

**Manta, Septiembre de 2016**

**TEMA**

**TÉCNICAS DE TRADUCCIÓN Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE  
LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA CORREOS DEL  
ECUADOR, MANTA, AÑO 2016.**

## **CERTIFICACIÓN**

Licenciada Andrea Muñoz catedrática de la Facultad de Gestión. Desarrollo y Secretariado Ejecutivo de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

## **CERTIFICA**

Que la egresada: **Fernández Pico Jessica Egnita**, ha culminado su tesis de grado titulada: “Técnicas de Traducción y la Atención al Cliente de los colaboradores de la empresa Correos del Ecuador, Manta, año 2016.”, bajo mi dirección, asesoramiento y de conformidad con las disposiciones establecidas en la unidad académica, por lo que autorizo la presentación, defensa y sustentación de la misma.

Manta, septiembre de 2016

**Lic. Andrea Monserrate Muñoz Rodríguez**  
**DIRECTOR DE TESIS**

## **AUTORÍA**

La realización del presente trabajo de investigación es el resultado del esfuerzo de la autora, por lo que asumo la responsabilidad que señalan los reglamentos para el efecto.

## **LA AUTORA**

**Jessica Egnita Fernández Pico**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo está dedicado a mi familia, en especial a mi hija Ahily María, mis padres y mi esposo, pues son pilares fundamentales en mi vida y el impulso para seguir adelante.

**Jessica Egnita Fernández Pico**

## **RECONOCIMIENTO**

Agradezco enormemente a Dios por la vida y a mi familia que sin el apoyo de ellos no hubiera sido posible haber llegado hasta donde ahora estoy, pues el recorrido no ha sido fácil, pero si satisfactorio.

A mi tutora Lcda. Andrea Muñoz, quien me ha guiado en este proceso, aportando con sus conocimientos para hacer posible la ejecución de este trabajo de investigación.

A la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo, por brindarme acogida en sus aulas de clases, gracias a su personal docente y administrativo, he podido encaminar mi formación profesional.

**Jessica Egnita Fernández Pico**

## INDICE

TEMA .....	ii
CERTIFICACIÓN .....	iii
AUTORÍA .....	iv
DEDICATORIA.....	v
RECONOCIMIENTO .....	vi
INDICE .....	vii
1. DATOS GENERALES .....	ix
1.1. Título del proyecto de investigación.....	ix
1.2. Tipología del proyecto de investigación.....	ix
1.3. Área del conocimiento.....	ix
1.4. Duración del proyecto .....	ix
2. OBJETIVO GENERAL.....	ix
3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	ix
4. DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL PROYECTO.....	1
4.1. Introducción .....	1
4.2. Marco Teórico .....	3
4.2.1. Antecedentes investigativos.....	3
4.2.2. Fundamentación Legal.....	6
4.2.3. Fundamentación Filosófica.....	7
4.2.4 Fundamentación Teórica.....	9
4.2.4.1 Técnicas de Traducción.....	9
4.2.4.1.1 Concepto.....	10
4.2.4.1.2 El proceso traductor .....	11
4.2.4.1.3 Complejidad del Proceso .....	13
4.2.4.1.4 La Competencia traductora.....	13
4.2.4.2.4 Técnicas de Traducción .....	14
4.2.4.2.4.1 Traducción Literal .....	14
4.2.4.2.4.2 Traducción de Transposición.....	15
4.2.4.2.4.3 Traducción de Equivalencia.....	16

4.2.4.3	Atención al Cliente .....	17
4.2.4.3.4	Importancia .....	18
4.2.4.3.5	Concepto de Atención al Cliente.....	18
4.2.4.3.6	Características de Atención al Cliente .....	19
4.2.4.3.7	Satisfacción del Cliente .....	20
4.3.	Preguntas de Investigación.....	23
4.4.	Justificación .....	23
4.5.	Metodología.....	25
a)	Diseño del estudio .....	25
b)	Sujetos y tamaño de la muestra.....	26
c)	Definición de las variables. ....	27
	Variable Independiente.....	27
	Variable Dependiente.....	27
4.6.	Resultados esperados .....	27
5.	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....	28
5.2	Bibliografía .....	28
5.3	Web grafía .....	29
6.	ENUNCIACIÓN DE LA PROPUESTA.....	30



## **1. DATOS GENERALES**

### **1.1. Título del proyecto de investigación.**

Técnicas de Traducción y la Atención al Cliente de los colaboradores de la empresa Correos del Ecuador, Manta, 2016.

### **1.2. Tipología del proyecto de investigación.**

Investigación básica

### **1.3. Área del conocimiento.**

Ciencias sociales, educación comercial y derecho

**Sub área:** educación comercial y administración.

### **1.4. Duración del proyecto**

**Fecha de inicio:** Agosto, 2016 **fecha de culminación:** Diciembre, 2018

## **2. OBJETIVO GENERAL.**

Analizar las variables técnicas de traducción y la atención al cliente de los colaboradores de la empresa correos del ecuador, manta, año 2016.

## **3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Conceptualizar las variables, técnicas de traducción y atención al cliente.
- Determinar las Técnicas de Traducción y atención al cliente.

- Establecer las características de técnicas de traducción y atención al cliente.
- Identificar los procesos de técnicas de traducción y atención al cliente.

## 4. DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL PROYECTO

### 4.1. Introducción

Desde hace remotos años se ha venido realizando traducciones a lo largo de historia, aproximadamente hace dos mil años, cuando los hombres comenzaron a desentenderse al hablar en distintas lenguas. En torno a esta situación, sintieron la necesidad de comunicarse entre sí y posterior a esto comienza el estudio de la traducción, como resultado de la misma.

Según, Orellana, Marina (2010) Manifiesta: “Traducción es la fiel transferencia de ideas de un idioma (**original** o **source language**) a otro al cual se traduce (o **target language**) en un estilo correcto, preciso y apropiado. Y, en lo posible, conciso”.

Si bien es cierto, traducir es transferir de un idioma a otro, un mismo pensamiento, basado en las ideas que el autor quiere expresar, el cual se lo debe hacer de acuerdo al contexto que sea escrito, pero siempre se debe mantener el argumento del mismo, para que lo que se desea manifestar sea captado correctamente por quien o para quien va dirigido el documento escrito.

Las Técnicas de Traducción tienen como principal objetivo mostrar formas en la transcripción de textos de un idioma a otro especialmente en el inglés- español y viceversa ya que son idiomas universales. Estas

técnicas son conocidas por muchas personas como pueden no serlo para otras, es por eso la realización del presente trabajo, darlas a conocer y ponerlas en práctica.

En Ecuador, como es conocimiento de todos, el idioma oficial es el español, por tanto, en la provincia de Manabí, cantón Manta puerto turístico donde se hospedan visitantes extranjeros, se ven en la necesidad de comunicarse con personas de otros países, ya sea en la recepción o envío de encomienda o correspondencia para ello se requiere la efectividad de una empresa para llevar a cabo dicho proceso.

La necesidad de realizar traducciones por escrito surge específicamente en empresas que se dedican a la recepción de documentos o correspondencia emitidos de países de habla inglesa en este caso Correos del Ecuador para el cual se requiere aplicar la traducción de textos, mismos que por carencia de conocimientos básicos ha hecho surgir estos inconvenientes.

También influye en esta temática el interés que tenga el trabajador por aprender estas técnicas de traducción puesto que, si bien es cierto el inglés es un idioma reconocido a nivel mundial, por ende la empresa Correos del Ecuador no puede ser la excepción en no conocerla. Debe aplicar estas técnicas que despierten el interés y el aprendizaje que deseen tener los colaboradores de la empresa.

Por otra parte, la atención al cliente significa ofrecer a los usuarios un servicio de calidad y calidez, mostrando el resultado de una preparación previa para poder brindar información correcta y precisa de lo que el usuario desea conocer. Es decir, el servicio al cliente busca la satisfacción de éste, mediante los colaboradores de una empresa determinada.

Atención al cliente o usuario, es aquella actividad laboral enclavada en los servicios postventa de las empresas u organizaciones, que se dedica a recoger y resolver sugerencias, reclamaciones y quejas de aquellas personas que ya son clientes o usuarios. (Ortiz, Enrique.2013)

En otras palabras, el servicio al cliente es una actividad laboral que realizan las empresas con el fin de satisfacer las necesidades de sus consumidores. Por consiguiente, para conocer que la atención brindada ha sido del agrado de éstos, se recopila información manifestada por los usuarios mediante consejos, reclamos o quejas que hayan sido expuestas después de haber sido atendidos.

## **4.2. Marco Teórico**

### **4.2.1. Antecedentes investigativos.**

Previo a la obtención del título de Magíster en Traducción e Interpretación de inglés y español, de la facultad de comunicación, lingüística y literatura, perteneciente a la Pontificia Universidad

Católica del Ecuador, su autora Viteri Ortiz, Andrea (2014), ejecutó su trabajo de investigación la temática “Análisis pragmático de la traducción del español al inglés de cartas escritas por niños y adolescentes de la selva amazónica ecuatoriana para sus patrocinadores angloparlantes”

Una vez que hemos descrito el método de traducción, el siguiente paso es el comprender que el contar con diversas técnicas para poder realizar el proceso de traducción es un factor primordial para llevar a cabo un análisis tanto lingüístico como semántico de los TO y TM. “Las técnicas de traducción permiten identificar, clasificar y denominar las equivalencias elegidas por el traductor para microunidades textuales así como obtener datos concretos sobre la opción metodológica utilizada, pero, evidentemente, no bastan por sí solas como instrumento de análisis. (Hurtado, Soledad. 2007)

Este trabajo de investigación fue llevado a cabo con el objetivo de realizar un análisis pragmático de la traducción al español haciendo énfasis en que las técnicas de traducción son un punto clave para poder cumplir con el análisis lingüístico y semántico que debe cumplir la traducción. Además realza la importancia que las técnicas de traducción tienen dentro de esta temática.

Con la investigación realizada por Andrea Viteri Ortiz, se pudo definir el significado de traducción, y se llevó a cabo este proceso, ejemplificando que no todas las técnicas pueden favorecer al momento de realizar una traducción (por ejemplo la literal, puesto que se perdería el sentido original de la oración), y que la técnica que más permitió realizar traducciones fue la técnica de modulación.

Por otra parte, la atención al cliente es un tema que goza de mucha notoriedad en los últimos tiempos. Esta temática responde a que en la actualidad la competitividad empresarial crece a pasos agigantados, de modo que las compañías ofrecen productos novedosos y servicios de categoría. Pero no basta con brindar un bien o un servicio, sino que hay que saber atraer al cliente y esto comienza con la atención ofrecida.

Es así como en la universidad Técnica de Cotopaxi, en la unidad académica de Ciencias Administrativas y humanísticas, se realizó un estudio denominado “Manual de atención y servicio al cliente para el área de recepción y secretaria del consejo de desarrollo de las nacionalidades y pueblos del Ecuador de la ciudad de Quito periodo 2011-2012”.

Esta tesis se la realizó como guía para que el tamaño de la muestra, goce de un mejor desempeño laboral en su área de recepción, por motivo que en esta empresa denominada consejo de desarrollo, se trata con personas de los pueblos y nacionalidades del Ecuador. Sus autoras, Cerón Verónica y Catani Elisa, buscaron el fin de mejorar, desarrollar nuevas estrategias y facilitar herramientas necesarias en la atención al cliente.

#### **4.2.2. Fundamentación Legal.**

En la Constitución del Ecuador 2008, Título IV, Capítulo Séptimo, Sección segunda titulada Administración Pública, art. 227, “La administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación”.

Debido a que la Empresa Correos del Ecuador, es una institución pública dedicada a la prestación de servicios, se encuentra plasmado en la Constitución del Ecuador del año 2008 que en esta ley rige como prioridad la eficacia, eficiencia, calidad, etc. Por tanto, para lograr este objetivo, se debe capacitar a sus colaboradores, principalmente en el área bilingüe, que comprende las técnicas de traducción, para obtener estos resultados y cumplir a cabalidad con este artículo constitucional.

Además de instruir al personal de Correos del Ecuador en el área académica, se lo debe efectuar también en servicios a los usuarios, que a su vez se convierte en un derecho de receptor una atención eficiente y de calidad por parte de la compañía que lo emite, al mismo tiempo de brindar información veraz y oportuna por parte de sus colaboradores.



Según la Constitución del Ecuador 2008, Título II, Capítulo Tercero, sección novena denominada Personas Usuarias y Consumidoras, art. 53, “Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación”.

Al prestar servicios según la Constitución del Ecuador las empresas públicas en este caso Correos del Ecuador debe incorporar sistemas que permitan conocer la satisfacción e insatisfacción que sienta el usuario; lo cual se toma como medida para conocer en qué está fallando la empresa, y cómo puede perfeccionar la atención a los clientes brindado por sus colaboradores, que a su vez a más de fortalecer el desarrollo de dicha empresa, es un derecho que tiene la ciudadanía.

#### **4.2.3. Fundamentación Filosófica.**

Aunque se traduce desde hace miles de años y las primeras reflexiones sobre la traducción remontan a hace más de dos mil años, hasta los años sesenta no se inicia una reflexión de carácter más sistemático y sólo en las dos últimas décadas se consolida una disciplina específica que estudia la traducción en sus diversas manifestaciones. (Hurtado, Soledad. 2013)

Según lo menciona el autor, la traducción se la ha venido realizando muchos siglos atrás, aproximadamente hace dos mil años, sin embargo no se conocía o poco se investigaba, las formas de hacerlo. No obstante al transcurrir el tiempo,

aproximadamente en los últimos veinte años, se afianza conocimientos mediante los métodos que se pueden utilizar con el fin de realizar traducciones.

A partir de las investigaciones, que muchos autores han aportado para un conocimiento más profundo de la traducción, se conceptualizan un sinnúmero de técnicas de traducción, mismas que en la actualidad, se han clasificado y se siguen conservando para seguir haciendo uso de este proceso, a causa de la actividad competitiva en el mundo laboral que es cada día más exigente.

El estudio de las técnicas de traducción: sus conceptos, clasificación y aplicación, siguen un complejo procedimiento investigativo, por motivo que en la actualidad los colaboradores de las empresas deben conocer dichas técnicas. Por ende, es el resultado de las comunicaciones que se dan a nivel mundial y en distintos idiomas.

Por otra parte hablar de la atención al cliente es un amplio paradigma, el cual nace con la creación de las empresas. Haciendo recorrido en la historia la empresa nace con el llamado trueque, que existió hace muchos siglos atrás y que en la actualidad en ciertos lugares aún se conserva. Dando paso a la comercialización de productos y la prestación de servicios, se crea la oferta y la demanda.

Es ahí en la oferta y la demanda donde se empieza a dar prioridad al cliente el cual es el consumidor final, que en los últimos años ha sido el eje del comercio actual. Es decir, si no hay consumidores no se puede vender un bien o un servicio, es así como las empresas crean cada día formas de conservar sus clientes de acuerdo a lo que estas pueden ofrecer.

#### **4.2.4 Fundamentación Teórica.**

##### **4.2.4.1 Técnicas de Traducción.**

Traducir es una acción que se está utilizando en la mayoría de las empresas que se dedican a la recepción de documentos y encomiendas a nivel nacional, por ende, el personal de cada una de estas debe estar capacitado y calificado para llevar a cabo este complejo proceso. Se dice complejo porque requiere de muchas formas para hacerlo, por tanto, es necesario conocer sus técnicas, para realizarlo.

El estudio de las técnicas de traducción debe ser conocido, (al menos las técnicas más utilizadas) para que el trabajo del traductor resulte con mayor eficiencia y efectividad dejando claro lo que el emisor desea transmitir al receptor y que el contenido o mensaje sea convertido al español o inglés de tal modo que no altere lo que se desea comunicar.

A continuación se conceptualizará las técnicas de traducción y se puntualizarán las más utilizadas por los traductores, las cuales lograrán aproximar los escritos a lo que su emisor desea comunicar o transmitir. Se colocarán ejemplos para una mejor comprensión y aplicación, así de este modo se podrá obtener resultados claros y efectivos de las técnicas de traducción.

#### **4.2.4.1.1 Concepto.**

Las técnicas de traducción permiten identificar, clasificar y denominar las equivalencias elegidas por el traductor para microunidades textuales así como obtener datos concretos sobre la opción metodológica utilizada, pero, evidentemente, no bastan por sí solas como instrumento de análisis. (Hurtado, Soledad. 2008)

Las técnicas de traducción son un conjunto de métodos para realizar traducciones de un idioma a otro. Estas técnicas permiten ejecutar traducciones de un idioma determinado a uno ajeno, logrando que la información que se desea dar a conocer sea verídica y efectiva.

Para cumplir con las técnicas de traducción, es necesario conocerlas y saber aplicarlas en los textos escritos, caso contrario no tiene ningún sentido el traducir, puesto que se lo hará de manera incorrecta y como resultado no se obtendrá la información que el receptor espera, sino un texto distorsionado y adulterado por causa del desconocimiento de las mismas.

#### **4.2.4.1.2 El proceso traductor.**

Uno de los principales objetos de estudio de la Teoría de la Traducción es el proceso mismo que supone toda traducción. En líneas generales se admite que en el proceso de la traducción actúan tres participantes: 1. El autor o creador del texto, 2. El traductor (que es al mismo tiempo primer receptor y reestructurador del texto y 3. El lector o segundo receptor. (Enrique: 2009)

De acuerdo con el autor, se dice que el proceso traductor consta de tres elementos para ejecutar esta acción, en primer lugar se ubica el emisor, que es la persona que origina el escrito en la lengua madre que se quiere transmitir a otro idioma, en segundo plano está el traductor, quien es la persona responsable para que este objeto se cumpla, y como tercer y último elemento se encuentra el receptor, a quien va dirigido el documento o escrito.

##### **a. El autor o creador de texto.**

El autor o creador de texto es la persona que realiza, crea o emite el escrito que se desea dar a conocer a otra persona con un idioma diferente al original. Con el fin de transmitir un mensaje, para llevar a cabo este proceso es necesario que haya un intermediario que ejecute la traducción.

##### **b. El traductor.**

El traductor es la persona que cumple con el rol de traducir el escrito. Se puede indicar que es quien cumple con la parte más compleja del

proceso debido a que en éste recae la responsabilidad de llevar el mensaje correcto que el creador o emisor espera que se conozca.

**c. El lector o segundo receptor.**

El lector o segundo receptor es la persona a quien va dirigido el escrito. En ocasiones debe también cumplir con el papel de traductor porque no puede pasar por un traductor, es decir, también debe poseer conocimientos de traducción para entender el mensaje del emisor.

El proceso traductor consiste en aplicar las técnicas de traducción que luego de capacitaciones y conferencias, los colaboradores de las empresas se convertirán en “traductores”, para manejar con mayor facilidad y dar mejor tratamiento a los documentos o encomiendas que se recepten o se envíen; esto quiere decir que mediante los conocimientos adquiridos realizarán sus labores con mayor efectividad y eficiencia.

El adquirir conocimientos para procesar textos, traduciéndolos de un idioma extranjero al español latino, se refiere a que se lo puede aplicar en cualquier tipo de escrito, es decir que en cualquier campo que desempeña el individuo podrá desenvolverse y brindar un trabajo con excelentes resultados de tal manera que el receptor entienda lo que el emisor quiere hacer saber.

#### **4.2.4.1.3 Complejidad del Proceso.**

El proceso de realizar traducciones utilizando sus técnicas es sumamente complejo. Esto se debe a que las traducciones que se realizan deben ser aplicadas de forma correcta por quien la lleva a cabo, (que por supuesto debe ser una persona preparada) evidentemente, no se debe realizar siempre una traducción literal, es decir, palabra por palabra, si no que se debe tener en cuenta la estructura gramatical, sin cambiar su contenido original.

Después de lo anterior expuesto, se procede a estudiar las técnicas de traducción más utilizadas debido a que existen una gran cantidad de estas, haciendo énfasis en las más manejadas en el ámbito empresarial y profesional del medio. Cabe recalcar que las técnicas de traducción que se presentaran a continuación son las de mayor representación para realizar la transcripción de un escrito.

#### **4.2.4.1.4 La Competencia traductora.**

El ser humano es el único ser vivo que tiene la capacidad intelectual de aprender, desarrollar y aplicar todo lo que su cerebro sea capaz de asimilar. Es por esto que al obtener conocimientos crea competencias; en este caso el traducir. La competencia traductora es una disciplina poco estudiada pero si muy necesaria para ser aplicada frente a la comunicaciones a nivel mundial.

Hurtado Albir, Amparo (2013) Expresa: “la competencia traductora es la competencia que capacita al traductor a efectuar las operaciones cognitivas necesarias para desarrollar el proceso traductor”. De acuerdo con lo que manifiesta la autora, la competencia traductora se refiere a grado de conocimientos que el traductor posee.

La competencia traductora se enfoca en obtener conocimientos, como por ejemplo conocer sus métodos de traducción. No se puede ser un traductor sin antes haber pasado por el proceso de capacitación y aprendizaje para ejecutar una transcripción escrita. La persona encargada de traducir cumple con un rol que requiere de mucha responsabilidad y preparación.

#### **4.2.4.2.4 Técnicas de Traducción.**

##### **4.2.4.2.4.1 Traducción Literal.**

Vercher García, E. (2009) Señala: “*Traducción literal (equivalente formal)*: por traducción literal se conoce la técnica de trasladar a otra lengua palabra por palabra un sintagma del original”. Es decir que esta traducción se la realiza de una forma literal que quiere decir palabra por palabra.

La traducción literal se puede observar que es la más fácil y sencilla para aplicarla en la traducción de un texto. Debido a que



se conserva su estructura gramatical, pues se la realiza palabra por palabra, es decir que en esta técnica de traducción únicamente se convertirán las palabras conservando su orden de origen. Para una mejor comprensión se colocará el siguiente ejemplo. The birds sing at dawn. Los pájaros cantan al amanecer.

No obstante, esta traducción literal tiene su pro y contra, de allí que, a pesar de ser una de las más conocidas y utilizadas, no es muy recomendada. Esto se debe a que en otro tipo de escrito, al traducir palabra por palabra se perdería el sentido o equivalente de lo que se quiere transmitir, es decir, al mantener el mismo orden gramatical puede causar confusión en el lector. Por ejemplo:

“The White House is presidential destination”. Al traducir esta oración de forma literal quedaría de la siguiente manera: “La Blanca Casa es presidencial destino”. No es conveniente que en la oración enunciada se aplique la traducción literal, pues en el resultado se pierde el sentido de lo que se desea dar a conocer. Lo correcto es “La Casa Blanca es destino presidencial”.

#### **4.2.4.2.4.2 Traducción de Transposición.**

Según, Cifuentes, José Luis (2010) “se cambia la categoría gramatical”. Es decir que de forma oblicua se ubican las palabras

tanto del idioma extranjero como del español que será explicado mediante ejemplo sencillo para su mejor conocimiento. Las variaciones principales se producen en adverbios, adjetivos, nombres y verbos. He jumped up. Se elevó de un salto.

Al observar y analizar el ejemplo, automáticamente se entiende que en el idioma español se escribe primero el sustantivo y luego el adjetivo, a diferencia del idioma inglés que en primer lugar va el adjetivo y posterior a este se encuentra el sustantivo. En otras palabras, como el nombre de la técnica lo menciona, se intercambia la palabra de un lugar a otro y se mantiene coherencia en la oración.

#### **4.2.4.2.4.3 Traducción de Equivalencia.**

La traducción equivalente se refiere a que la variación en el mensaje se obtiene cambiando el punto de vista. Se justifica cuando nos damos cuenta que la traducción literal o la transposición dan lugar a una frase gramaticalmente correcta pero no relevante: “se utiliza un término o expresión reconocido (por el diccionario, por el uso lingüístico) como equivalente en la lengua meta” (Cifuentes, José Luis: 2010). Ejemplo: They are as like as two peas. Son como dos gotas de agua.

Esta técnica de traducción consiste en la búsqueda de una palabra que posea el mismo significado en otro idioma. No se

trata de encontrar en el idioma meta la equivalencia, sino la palabra que refleje lo mismo que quiere expresar el autor en el texto de partida; debido a que con una traducción literal lo único que se consigue es despistar al lector y hacer que tenga un mal entendimiento del texto.

No por no realizar una traducción literal la versión se vuelve menos exacta, ni que se aleja del original, sino que esta versión debe respetar la intención del autor. Por tanto, se debe escoger la versión que más naturalidad guarde con el texto original, y buscando la frase que mayormente aproxime a lo que el emisor desea expresar.

#### **4.2.4.3 Atención al Cliente.**

En la actualidad las compañías se enfrentan a una gran competitividad empresarial, debido a que todas éstas se ven obligadas a desarrollarse y crecer simultáneamente. Para lograr este desafío de crecer como empresa se requiere de muchos factores importantes que aportan en su desarrollo, uno de estos factores es brindar a los clientes una atención de calidad.

El brindar una atención al cliente de calidad va más allá de atenderlos, servirlos y brindar información. Es decir, se necesita de una preparación previa que sin duda los colaboradores de las empresas deben conocer y saber brindar a los usuarios. Esto se lo

consigue mediante charlas, conferencias, simposios, que la firma debe proveer a sus trabajadores para fortalecer sus conocimientos y de esa manera ellos puedan atender a los clientes como se debe.

#### **4.2.4.3.4 Importancia.**

Es de vital importancia que las instituciones ofrezcan a sus clientes una atención de calidad y calidez debido a que en ésta se refleja la imagen empresarial puesto que acoge a la comunicación directa con quien hace uso de un servicio o adquiere un bien. Por ende si el usuario percibe que ha sido atendido de forma correcta, es probable que retorne, caso contrario no lo hará.

#### **4.2.4.3.5 Concepto de Atención al Cliente.**

La atención al cliente es todo cuanto la empresa ofrece a sus consumidores, ya sea un bien o un servicio, acompañado de una estrecha relación comercial que compromete al cliente a seguir haciendo uso del servicio o seguir consumiendo los productos. "La atención al cliente está constituida por todas las acciones que realiza la empresa para aumentar el nivel de satisfacción de sus clientes" (Paz, Renata. 2008)

De acuerdo con lo antes citado, cabe destacar el comentario del autor pues en la actualidad la actividad empresarial es cada vez más exigente por lo que es necesario que las instituciones comprendan el concepto de cómo mantener su clientela satisfecha y que disfruten

de lo que como empresa pueden ofrecer. Se puede indicar que la atención al cliente o usuario se trata también de brindar un trato amable, una buena comunicación, además de un bien o servicio de calidad.

#### **4.2.4.3.6 Características de Atención al Cliente.**

Las características para una buena atención al cliente son muchas, sin embargo se mencionan las más aplicables al momento de atender a los usuarios:

##### **a) La escucha activa.**

El saber escuchar es una característica sumamente importante dentro del proceso de la atención al cliente, pues si no se está atento a las necesidades del cliente no se podrá conocer lo que espera, como resultado no quedará satisfecho. “La escucha activa y dinámica se logra cuando las personas están menos tiempo pendientes de sus propias palabras y emisiones, para comenzar a concentrarse en los demás”. (Gonzáles, Sonia; 2011)

##### **b) Habilidad para responder.**

Gooderl, Justin. (2012) manifiesta: “Responder con prontitud a las preguntas e inquietudes del cliente, lo cual se demuestra actuando con urgencia y responsabilidad en cuanto a las preguntas, transacciones y quejas de los clientes. Contar con un plan de recuperación del servicio”

Si bien es cierto, como lo dice frase popular “el cliente siempre tiene la razón”. En las empresas se debe estar preparado para cumplir cada uno con su rol, uno de estos es saber responder a las preguntas e inquietudes de los clientes, de forma asertiva y oportuna a fin que éste se sienta completamente satisfecho por las respuestas receptadas.

**c) Brindar información veraz y oportuna.**

Además de la escucha activa y de saber responder, el cliente tiene todo el derecho de recibir información correcta por parte de la persona encargada, es decir, si el cliente por ejemplo, requiere información acerca de cómo enviar una correspondencia, no se le responderá cómo hacer para recibirla. La persona encargada de dar información debe estar preparada y concentrada para poder brindar la información **verídica** que el cliente necesita.

**4.2.4.3.7 Satisfacción del Cliente.**

La satisfacción es un estado de ánimo resultante de la comparación entre las expectativas del cliente y el servicio ofrecido por la empresa. Si el resultado es neutro, no se habrá movilizado ninguna emoción positiva del cliente, lo que implica que la empresa no habrá conseguido otra cosa más que hacer lo que tenía que hacer, sin agregar ningún valor añadido a su desempeño. En tanto, si el resultado es negativo, el cliente experimentara un estado emocional de insatisfacción. En este caso al no lograr un desempeño satisfactorio la empresa tendrá que asumir costos relacionados con volver a prestar el servicio compensar al cliente, neutralizar los comentarios negativos y levantar la moral del personal. En cambio, si el cliente percibió que el servicio tuvo un desempeño mayor a sus expectativas, el resultado de esta comparación será positivo, esto implicara que se habrá logrado satisfacer gratamente al cliente. (Gosso, Fernando. 2008)

El satisfacer a los clientes puede llegar a ser un tema complejo, pues no todos los clientes son iguales y no todas las empresas cumplen con este importante requisito de satisfacción. Deriva en la reacción que tomen los usuarios como lo menciona el autor este puede ser neutro, negativo o positivo, todo depende de cómo la empresa lo lleve a cabo y que procesos siga para alcanzar su efectividad y un resultado positivo.

**a. Reacción neutra del cliente.**

Cuando el cliente reacciona de forma neutral frente al producto o servicio recibido la empresa debe tomar acciones, con el fin de mejorar su calidad de atención, además que puede generar pérdidas para la empresa, como resultado se tardaría su desarrollo

**b. Reacción negativa del cliente.**

Por otra parte, si el cliente tiene una reacción negativa, la empresa se vería en graves problemas económicos que la podrían llevar al fracaso, es decir si el cliente está insatisfecho además de rechazar los bienes o servicios de la empresa, podría tomar represalias contra esta y como resultado la reputación empresarial se vendría por los suelos.

### **c. Reacción positiva del cliente.**

Sin embargo, cuando la empresa sobrepasa las expectativas del cliente, éste siente un grado positivo de satisfacción, lleva a la empresa a un nivel superior gracias a su fidelidad, es así como un cliente atrae más clientes, y la evolución empresarial es cada vez más alta.

Una vez cumplidas las características anteriormente expuestas, el cliente quedará satisfecho, es así como se cumple la práctica de la escucha activa, saber responder y brindar la información que el usuario necesita, aumentando su nivel de satisfacción y que como resultado el cliente sea fiel a la empresa puesto que se ha cumplido con todas sus expectativas al brindar un buen servicio o al adquirir un bien que el cliente busca.

Es recomendable que las empresas tengan un sistema de medición de satisfacción de sus clientes, como por ejemplo el buzón de comentarios o sugerencias o realizar encuestas a sus consumidores. Con esto ellos podrán comprobar el grado de satisfacción o descontento que los clientes sienten hacia sus bienes o servicios y además como resultado para mejorar la productividad empresarial.



### **4.3. Preguntas de Investigación**

- ¿Por qué se debe conceptualizar las variables, técnicas de traducción y atención al cliente?
- ¿Para qué se van a determinar las Técnicas de Traducción y atención al cliente?
- ¿Cuáles son las características de técnicas de traducción y atención al cliente?
- ¿Cómo se van a identificar los procesos de técnicas de traducción y atención al cliente?

### **4.4. Justificación**

Con los conocimientos de las técnicas de traducción la empresa Correos del Ecuador mejorará en su competitividad con las demás empresas que brindan servicios similares a los que esta institución se ejecutan, llegando con más facilidad a los usuarios y brindando un servicio de calidad. Por ende estas técnicas pueden beneficiar tanto al turismo de la ciudad de Manta como al ámbito comercial.

La utilidad de las técnicas de traducción ejerce un papel fundamental en la sociedad que está sumergida, esto se debe a que nuestro medio es

una urbe eminentemente turística, lo que ayuda a que esas personas generen ingresos económicos en la ciudad al tener servicios de primera categoría como son el intercambio de paquetes, tanto los países de origen de estas personas como en el nuestro.

Las técnicas de traducción permitirán fortalecer conocimientos en el área de inglés a los colaboradores de la empresa Correos del Ecuador, lo cual como resultado se podrá brindar un mejor servicio a la ciudadanía en la demanda de entrega y recepción de correspondencia, aumentando la competitividad en el ámbito empresarial que llevará al progreso de la Empresa Correos del Ecuador.

También las técnicas de traducción funcionan como herramienta para la recepción de documentos en inglés, los mismos que puedan ser leídos, analizados y entendidos sin ninguna complicación, de esa forma se irá mejorando el trabajo en la Empresa correos del Ecuador.

Por otro lado, el estudio de la atención al cliente se lo realiza porque la empresa Correos del Ecuador, dedicada a la prestación de servicios, debe ofrecer una atención de óptima calidad a su distinguida clientela de manera que queden satisfechos en su posición de usuarios y la empresa en conjunto como institución a nivel nacional.

Al dar una buena atención al cliente o usuario la empresa Correos del Ecuador crece, tanto económica como institucionalmente obteniendo un

desarrollo incluso a nivel internacional, es decir, que con un personal capacitado dentro de la empresa se puede tener una visión de desarrollo que podría ejecutarse en el menor tiempo posible.

La meta de la investigación sobre atención al cliente busca la excelencia en la empresa Correos del Ecuador, además de reforzar los conocimientos de los colaboradores de la institución mencionada, pues aumentaran sus saberes y a la vez favorecerán en gran medida su desarrollo empresarial.

#### **4.5. Metodología.**

##### **a) Diseño del estudio.**

La modalidad de investigación será de tipo bibliográfica, porque se va a buscar información; con la finalidad de, conceptualizar, caracterizar, identificar y conocer, las variables de acuerdo a las diferentes teorías tomadas de los autores, encontradas en libros, revistas, folletos, artículos científicos, ensayos, trípticos, periódicos y todo lo que permita sustentar científicamente este proyecto de investigación.

Por otro lado, la investigación que se utilizará será de tipo descriptivo; puesto que, se detallará las diferentes características de cada una de las variables, con el fin de plantear una propuesta.

Los métodos que se emplearán durante el proceso de la investigación serán de tipo analítico, porque se procederá a revisar de una manera ordenada cada teoría correspondiente a las variables en estudio; esto debido a que, la población a investigar será minoritaria.

## **b) Sujetos y tamaño de la muestra.**

### **Universo**

En esta temática de investigación se tomó como universo a la empresa Correos del Ecuador de la ciudad de Manta ya que es ahí donde se ha detectado la problemática en estudio.

### **Población**

Es importante recalcar que el inglés es actualmente el idioma universal y es necesario conocer técnicas para poder traducirlo a nuestro idioma, es por ello que se tomara al personal de la Empresa Correos del Ecuador de Manta para aplicar la temática en estudio.

### **Muestra**

Por otro lado se tomara específicamente al departamento de entregas de encomiendas y correspondencia de la empresa Correos del Ecuador

puesto que es ahí el centro del problema y donde más se necesita la aplicación de la investigación.

**c) Definición de las variables.**

**Variable Independiente.**

“Las técnicas de traducción permiten identificar, clasificar y denominar las equivalencias elegidas por el traductor para microunidades textuales así como obtener datos concretos sobre la opción metodológica utilizada, pero, evidentemente, no bastan por sí solas como instrumento de análisis” (Hurtado Albir, Soledad. 2007).

**Variable Dependiente.**

“La atención al cliente está constituida por todas las acciones que realiza la empresa para aumentar el nivel de satisfacción de sus clientes” (Paz Couso, Renata. 2008).

**4.6. Resultados esperados**

El estudio de las variables técnicas de traducción y atención al cliente en la empresa Correos del Ecuador de la ciudad de Manta, permitirá ampliar los conocimientos y plantear a modo de propuesta una alternativa de solución. Este estudio además aprobará proyectar nuevas investigaciones, y la publicación de artículo en revistas indexadas.

## 5. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

### 5.2 Bibliografía

- Orellana, Marina. (2010) “LA TRADUCCIÓN DEL INGLÉS AL CASTELLANO; GUÍA PARA EL TRADUCTOR”. Edición Octava. Editorial Universitaria, Santiago de Chile.
- Ortiz de Mendivil, Enrique. (2013) “ATENCIÓN BÁSICA AL CLIENTE”. Edición Primera. Edita: Instituto Mediterráneo Publicaciones. España.
- Hurtado Albir, Amparo. (2013). “*Traducción y Traductología. Introducción a la Traductología*”. Ediciones Cátedra, Madrid.
- Vercher García, Enrique Javier. (2009) “DON QUIJOTE ENTRE LAS NIEVES” Ediciones de Centro de Estudios Cervantinos, Alcalá de Henares, Madrid.
- Cifuentes, José Luis (2010) “LOS CAMINOS DE LA LENGUA” Publicaciones Universidad de Alicante, España
- Paz Couso, Renata (2008) “ATENCIÓN AL CLIENTE. GUÍA PRÁCTICA DE TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS” Edición Primera en Español. Editorial Ideaspropias, España.

- Gonzales A, Sonia (2011) “Habilidades de comunicación y escucha: Empatía + alto nivel + resultados”. Editora General, Graciela Lelli, Estados Unidos.
  
- Gooderl Longenecker, Justin (2012) “Administración de Pequeñas Empresas; Lanzamiento y crecimiento de iniciativas de emprendimiento, Edición Décimo Sexta. México.
  
- Gosso, Fernando (2008) “HIPER SATISFACCION DEL CLIENTE; CONCEPTOS Y HERRAMIENTAS PARA OFRECER UN SERVICIO SOBRESALIENTE” Edición Primera. Editorial PANORAMA. México D.F.

### 5.3 Webgrafía

- Recuperado de: Viteri, A (2014) “Análisis pragmático de la traducción del español al inglés de cartas escritas por niños y adolescentes de la selva amazónica ecuatoriana para sus patrocinadores angloparlantes”, (Tesis de maestría) Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito.  
  
[https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiS74jlkrbPAhWGNx4KHaZLDmoQFgkMAE&url=http%3A%2F%2Frepositorio.puce.edu.ec%2Fbitstream%2Fhandle%2F22000%2F8652%2F10.85.000106.pdf%3Fsequence%3D4&u sg=AFQjCNft\\_EesShSFsFM8kBOREY0SpkJ9tw](https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiS74jlkrbPAhWGNx4KHaZLDmoQFgkMAE&url=http%3A%2F%2Frepositorio.puce.edu.ec%2Fbitstream%2Fhandle%2F22000%2F8652%2F10.85.000106.pdf%3Fsequence%3D4&u sg=AFQjCNft_EesShSFsFM8kBOREY0SpkJ9tw)

- Recuperado de: Cerón V. & Catani, E. (2013) “Manual de Atención y Servicio al Cliente para el área de recepción y secretaria del Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador de la ciudad de Quito periodo 2011-2012” (Tesis de pregrado) Universidad Técnica de Cotopaxi. Latacunga-Ecuador.  
<http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/1732/1/T-UTC-1605.pdf>

## **6. ENUNCIACIÓN DE LA PROPUESTA**

La estrategia de capacitación dirigida a los colaboradores de la empresa Correos del Ecuador, que permita elevar el nivel de conocimiento en el uso de Técnicas de Traducción y Atención al Cliente para que realicen sus labores con eficiencia y eficacia que beneficiara a los clientes internos y externos, dándole mayor énfasis en la imagen empresarial o institucional.