



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ

TEMA

La Comunicación Interpersonal en la Atención al Usuario en
el Departamento de Secretaria de Cogamanta S.A del Cantón
Manta en el Año 2019

Autora

Mariuxi Alexandra Barberan Mantilla

Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo

Carrea de Secretariado Ejecutivo

MANTA, 2019

TEMA

La Comunicación Interpersonal en la Atención al Usuario en el
Departamento de Secretaría de Cogamanta S.A en el Cantón, Manta
2019.

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-01-F-010
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO.	REVISIÓN: 1 Página III de 57

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, cumpliendo el total de 80 horas, bajo la modalidad de proyecto de investigación, cuyo tema del proyecto es “La comunicación interpersonal en la atención al usuario en el departamento de secretaría de Cogamanta S.A”, el mismo que ha sido desarrollado de acuerdo a los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, por tal motivo CERTIFICO, que el mencionado proyecto reúne los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

La autoría del tema desarrollado, corresponde a la señorita Barberan Mantilla Mariuxi Alexandra estudiante de la carrera de Secretariado Ejecutivo, período académico 2019-2020, quien se encuentra apto para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 21 de agosto de 2019.

Lo certifico,

Lic. Verónica Chávez Zambrano
Docente Tutora

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado principalmente a Dios por ser el inspirador de cada uno de mis proyectos, por darme la suficiente fuerza y valentía para no desistir y continuar en el proceso de estudio y obtener uno de mis sueños más anhelados de convertirme en licenciada.

A mi hijo Milán Mendoza quien ha sido el motor que me ayuda a seguir luchando día a día, él ha sido mi inspiración para salir adelante.

A mis padres Sr Ángel Barberan y Sra. Ana Mantilla, por ser mis guías y motivación en alcanzar mi sueño; por la confianza, consejos y sobre todo el amor que día a día me brindan, por inculcarme valores y ejemplo de valentía a no derrumbarme ante cualquier circunstancia.

A Henry Mendoza quien me brindo su amor, estímulo y apoyo permanente.

A mi tía Erika Barberan quien con sus mensajes de apoyo me dio fuerza de seguir luchando y no decaer ante ninguna adversidad.

Mariuxi Alexandra Barberan Mantilla

RECONOCIMIENTO

Agradezco a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí por haberme otorgado la oportunidad de lograr mi meta de convertirme en una profesional y obtener mi título en la carrera de Secretariado Ejecutivo. De la misma manera a la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo por proporcionarme enseñanzas a través de los docentes capacitados para brindar conocimientos y sabiduría a cada uno de sus estudiantes.

A la empresa Cogamanta S.A por brindarme la apertura para que se lleve a cabo la investigación y poder realizar el respectivo estudio de campo.

A mi tutora de Tesis, la Lcda. Verónica Chávez Zambrano por compartir sus conocimientos, por su guía, confianza, paciencia y apoyo permanente en la elaboración de este trabajo.

Mariuxi Alexandra Barberan Mantilla

ÍNDICE

TEMA	II
CERTIFICACIÓN	III
DEDICATORIA	IV
RECONOCIMIENTO	V
RESUMEN	VIII
ABSTRACT	IX
INTRODUCCIÓN	1
MARCO TEÓRICO	6
1.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	6
1.2 FUNDAMENTACIÓN LEGAL	8
1.3 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA	9
1.4 FUNDAMENTACIÓN SOCIAL	10
1.5 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	11
1.5.1 ¿Qué es comunicación?	11
1.5.1.2 Funciones de la comunicación.	14
1.5.1.3 Comunicación Interpersonal.	14
1.5.1.4 Características de la Comunicación Interpersonal.	16
1.5.1.5 Habilidades de la Comunicación Interpersonal.	16
1.5.1.6 Tipos de Comunicación Interpersonal.	17
1.5.1.7 Ventajas de la Comunicación Interpersonal	18
1.5.2 ATENCIÓN AL USUARIO.	18
1.5.2.1 Definición.	18
1.5.2.2 Tipos de usuarios.	19
1.5.1.3 Fases de atención al usuario.	20

1.5.1.4 Necesidades del Usuario	21
DIAGNÓSTICO O ESTUDIO DE CAMPO	23
ENTREVISTA # 1.....	33
CONCLUSIONES	38
RECOMENDACIONES	39
BIBLIOGRAFÍA	40
ANEXOS	44

RESUMEN

La temática analizada en este trabajo fue la comunicación interpersonal en la atención al usuario en el departamento de secretaría de Cogamanta S.A, cuyo principal objetivo se direccionó en establecer el nivel de comunicación interpersonal en la atención que las secretarias de esta institución les proporcionan a los usuarios al momento de dar un servicio. Es necesario mencionar que en el ámbito organizacional utilizar una comunicación más productiva y eficaz resulta muy beneficioso pues representa una herramienta para el cumplimiento de las metas que una empresa se proyecta, en este sentido se hace énfasis en la atención a los usuarios. En este estudio se tomó como campo la atención al usuario y como objeto la comunicación interpersonal; el problema situado en este trabajo se determinó en la interrogante ¿Cómo favorece la comunicación interpersonal de las secretarias en la atención al usuario proporcionado en la empresa Cogamanta S.A?; el universo de este trabajo lo conformó la empresa Cogamanta S.A; la muestra seleccionada fueron 100 usuarios externos e internos incluidos 4 administrativos del departamento y 2 secretarias. Para la elaboración de la investigación se aplicó el método bibliográfico documental que sirvió para profundizar las perspectivas de algunos autores bases sobre la temática en estudio. Las técnicas para la recolección de los datos fueron la encuesta dirigida a los usuarios y la entrevista direccionada a las secretarias. Entre los principales resultados se evidenció que en el departamento existe un nivel de comunicación que no cumple en totalidad con las expectativas de los usuarios consecuentemente se suelen generar malos entendidos y desconformidades sobre el servicio que las secretarias proporcionan.

Palabras claves: Comunicación, comunicación interpersonal, atención al usuario, calidad de información, administrativos.

ABSTRACT

The theme of this research was the interpersonal communication in customer service in the secretariat department of CogamantaS.A, which main purpose was aimed at establishing the interpersonal communication level on the service provided to the customers of this organization. It is necessary to mention that in the organizational field to use a more productive and efficient communication is more advantageous since it represents such a useful tool that contributes to accomplish the set goals by a company, in this sense the customer service is mainly focused. In this study the customer service was taken as field and the interpersonal communication as object; The problem of this research spins around the following question ¿How does the interpersonal communication of the secretaries favor the customer service provided by CogamantaS.A? The population of this work was composed by Cogamanta S.A Company, the selected sample were 100 internal and external customers 4 administrative staff included and 2 secretaries. For the development of this research the documentary bibliographic method was applied which was useful to deepen the perspectives of some basic authors about this topic. The techniques for the data collection were the surveys aimed to the customers and the interview conducted to the to the secretaries. Among the main findings it was evidenced that in the department there exist a level of communication that doesn't meet the expectations of the customers; consequently, there are misunderstanding and discomfort very often about the service provided by the secretaries.

Keywords: Communication, interpersonal communication, customer service, information quality, staff.

INTRODUCCIÓN

La comunicación es el medio que transmite las actividades de las organizaciones, y permite la constancia y la transparencia para que la información sea más eficaz; no basta solo con hablar; es necesario ir más allá, romper las barreras de lo superficial, no se trata solamente de transmitir información sino de expresar ideas, opiniones, sentimientos, emociones. Dentro del ámbito organizacional la comunicación interpersonal es fundamental porque permite la interacción con distintas clases de personas, dar a conocer criterios propios, así como también aclarar dudas. En este sentido se hace importante conocer la manera en que la organización maneja la comunicación y establecer estrategias que permitan el uso adecuado de información ante el usuario.

La comunicación interpersonal es considerada una herramienta que permite conectar acciones comunicativas que cooperen en procesos institucionales, orientadas a informar sobre los avances y alcances de las metas o proyectos establecidos. Una comunicación eficaz supera las dificultades derivadas de la información, de esta manera habilita que una organización ofrezca de manera eficaz sus productos o servicios, obtengan resultados garantizados y sus usuarios se sientan satisfechos con la atención. Esta comunicación funciona como un sistema dinámico que permite la integración de miembros de una organización en varias actividades administrativas con la fijación de metas y objetivos que deben ser cumplidos eficientemente en una empresa para desempeñar las actividades laborales correctamente.

La comunicación interpersonal ayuda a incrementar el alcance de los objetivos establecidos en la organización, como por ejemplo se logra mantener una conversación directa con los usuarios para así atender las necesidades de este, por tanto, ellos se sienten satisfechos con el servicio recibido por parte de las secretarías de la empresa.

Este trabajo permitirá determinar el nivel de comunicación interpersonal dentro del departamento de secretaría de Cogamanta S.A; La importancia de este estudio radica en conocer los problemas y necesidades sobre la comunicación interpersonal en la entidad que se realizó la investigación, para ello se caracterizó las variables en estudio y se interactuó directamente con las personas involucradas.

La comunicación interpersonal conlleva a que todos los miembros de una organización puedan ofrecer un servicio de calidad. Para que el ambiente laboral se convierta en fuente de productividad, debe existir un clima que genere confianza y favorezca la eliminación de sentimientos y actitudes negativas, de esto se infiere que un clima positivo favorece el cumplimiento de los objetivos de la organización a partir de la existencia de un mayor sentimiento de pertenencia hacia ella, por lo contrario, un ambiente negativo supone una falta de identificación con sus objetivos y metas, así como un deterioro del ambiente de trabajo que ocasiona situaciones de conflicto, bajo rendimiento y no favorece a la hora de brindar un servicio.

Mediante la búsqueda de información acerca de esta problemática, se ha identificado que en América Latina no existe una comunicación interpersonal adecuada, que permita mantener una buena relación con las demás personas, una mala comunicación es la causa de muchos de los problemas que presentan las organizaciones y que consecuentemente afectan la continuidad de cada proceso de información que brinda la empresa.

En Ecuador se evidencia que la falta de comunicación interpersonal, trae consigo consecuencias negativas; pues, en la mayoría de las organizaciones la comunicación no es empleada satisfactoriamente lo que se percibe como una debilidad, para ello es necesario incorporar algunos elementos a la comunicación. Uno muy importante son las relaciones interpersonales con las personas que están dentro de la organización. A partir de esto es importante que la comunicación interpersonal que aplican en la organización sea clara y eficaz que permita que la atención al usuario sea planificada y diseñada de acuerdo a las necesidades, de tal forma que se evite información confusa y mantener una adecuada imagen corporativa.

En el Departamento de Secretaría de Cogamanta S.A la comunicación interpersonal es el pilar fundamental por la interacción que surge entre las secretarias y administrativos, en la interacción comunicativa entre las secretarias y los usuarios externos e internos al momento de brindar un servicio como una buena calidad debe sobresalir la agilidad y la concentración para así obtener un aumento de eficiencia y productividad, además de ayudar a que la institución llegue a ser un referente regional.

Sin embargo, a pesar de su importancia en esta institución se observa un nivel medio de comunicación interpersonal. Esta caracterización se presenta a partir de algunas dificultades que las secretarias demuestran al momento proporcionar sus servicios, entre ellas se pueden mencionar la escasa comunicación directa con los usuarios, mala entendida, gestos mal interpretados, falta de agilidad, entre otros. Es importante mencionar que los miembros del departamento diariamente se enfrentan a varios tipos de usuarios que llegan para que se les facilite información, entendido esto es necesario implementar una comunicación adecuada para así dar cumplimiento a uno de los objetivos referido a la satisfacción de los usuarios; pues la comunicación en la actualidad es el proceso de interacción humana que facilita la comprensión y atención de las personas.

De acuerdo a las antecedentes suscitados se establece como problema de investigación la interrogante ¿Cómo favorece la comunicación interpersonal de las secretarias en la atención al usuario en la empresa Cogamanta S.A?; En base al problema se determina que el campo es la atención al usuario y el objeto la comunicación interpersonal. De la misma manera el objetivo general que orienta a la presente investigación consiste establecer el nivel de comunicación interpersonal en la atención al usuario en el departamento de secretaría de Cogamanta S.A; para el cumplimiento de este objetivo general se enuncian los siguientes objetivos específicos:

- Caracterizar la comunicación interpersonal y la atención al usuario.

- Conocer las habilidades de comunicación interpersonal que presentan las secretarias de Cogamanta S.A al momento de brindar un servicio.
- Diagnosticar el nivel de satisfacción de los usuarios con la atención proporcionada por las secretarias de Cogamanta S.A.
- Identificar los beneficios de la comunicación interpersonal en la atención al usuario de la institución.

Este trabajo es factible porque cuenta con el aval de la Universidad Laica “Eloy Alfaro de Manabí a través de la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo y de la Empresa Cogamanta S.A, que ha brindado la apertura para que se lleve a cabo la investigación. De igual manera se cuenta con el respaldo de un tutor guía que direcciona la elaboración del proyecto; además, de los recursos bibliográficos tales como libros, artículos científicos, revistas, periódicos páginas web, que permitirán caracterizar cada una de las variables en estudio, se cuenta también con el recurso económico que promueve la investigación.

En esta investigación se toma como universo la empresa Cogamanta S.A, la muestra estuvo conformada por 100 personas, dentro de las cuales 100 son usuarios externos e internos y secretarias. Para esta investigación se utilizó el método estadístico el cual sirvió para analizar, interpretar y representar gráficamente los datos obtenidos; método de análisis-síntesis para interpretar y desglosar el problema y poder observar sus efectos, realizando un análisis de forma separada de cada una de los elementos que intervienen; método inductivo-deductivo que permitió a partir de los resultados deducir conclusiones; asimismo el métodos bibliográficos se utiliza para sustentar teóricamente el problema detectado a través de las fuentes citadas.

La observación también se aplica para conocer el grado de la problemática en estudio; posteriormente para recopilar la información acerca de la problemática y dar cumplimiento a los objetivos específicos planteados, se aplican los respectivos instrumentos como fue las encuestas a los usuarios y entrevista dirigida a las secretarias de la institución.

La elaboración de este trabajo está estructurada de la siguiente manera: el primer capítulo se basa en el marco teórico que describe los antecedentes investigativos de las variables, asimismo presenta la fundamentación legal, filosófica, así como los conceptos relacionados a la comunicación interpersonal y la atención al usuario. En el segundo capítulo se presentan los resultados del estudio de campo y su respectivo análisis e interpretación, y en el tercer capítulo, se determina la discusión, las conclusiones y finalmente las recomendaciones que surgen a partir de esta investigación.

Entre los principales resultados se encuentra que a pesar de existir estrategias comunicativas que ayudan a solucionar conflictos departamentales, estas no son cumplidas eficientemente. Asimismo, se confirmó que hay discordias entre compañeros por conflictos de comunicación que no son solucionados a tiempo. Estas discrepancias afectan el rendimiento en las labores realizadas y originan una imagen ante el usuario que lo limita a solicitar los servicios de la empresa.

MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Existen algunas investigaciones relacionadas con el tema que sirvieron de apoyo al desarrollo del presente trabajo investigativo, a continuación, se expondrán los resultados más importantes relacionados con las variables que son objeto de estudio:

Hernández (2009) de la universidad de San Carlos de Guatemala llevó a cabo un estudio sobre “la comunicación interpersonal como herramienta para la cooperación en la cultura organizacional a los docentes de la escuela de ciencias de la comunicación” en donde concluye que es necesario que entre docentes se establezca más comunicación interpersonal y el trabajo grupal; asimismo sugiere que todos participen de este proceso. También identificó algunos elementos que son de gran importancia en la cooperación grupal, en la cultura organizacional, tal es la consistencia en comunicarse uno con los otros.

En la Universidad Técnica de Guadalajara Zorrilla (2016) en el seminario titulado, “Relaciones Interpersonales e inteligencia emocional” refirió técnicas para mejorar las relaciones con los demás en las que indica: exteriorizar, transmitir con claridad a la otra persona lo que se piensa, siente y quiere; asertividad, defender las opiniones propias, ideas y necesidades de los demás; atención dinámica, escuchar lo que dicen los demás; comunicación de equipo, comunicarse en una situación de equipos. Al finalizar el seminario, concluye que se espera que aumente la capacidad de ayudar a los demás, con un trato acertado a las relaciones interpersonales, de tal manera que puedan ayudar a crear una organización emocionalmente inteligente.

Ramírez (2013) para la tesis de la universidad Autónoma de Nuevo León realizó un estudio de diagnóstico sobre “clima laboral en una dependencia pública”, concluye que en relación con las áreas evaluadas el personal refleja un grado regular de insatisfacción hacia el ambiente que se vive dentro de su organización, estando los resultados estadísticos por debajo de la media con 46% en un sistema colegiado.

La motivación se ve seriamente afectada, reflejando un personal desinteresado, con poca identificación con su institución laboral, incertidumbre profesional, una comunicación deficiente entre los distintos niveles jerárquicos, tanto ascendentes como descendentes; en cuanto al liderazgo de la institución, se ve cada vez más afectado por la falta de acercamiento y confianza por ambas partes, falta de claridad al explicar los objetivos y la omisión de información que podría ser relevante para llevar a cabo las actividades y falta de retroalimentación hacia las acciones del personal.

Pelaes (2010) en su tesis de la Universidad Cesar Vallejos Lima- Perú sobre “la relación entre el clima organizacional y la satisfacción al cliente” en la empresa Telefónica del Perú, comprobó que las relaciones interpersonales, el estilo de dirección, el sentido de pertenencia, la estabilidad, la claridad y coherencia de la dirección y los valores colectivos se relacionaban significativamente con la satisfacción del cliente en esta empresa, sin embargo, no se encontró relación entre la distribución de los recurso y la satisfacción del cliente de dicha empresa.

Saavedra (2012). En el artículo titulado “Como enfrentar problemas en la atención al usuario” es fundamental para el prestigio de una empresa que las personas encargadas de la relación con los clientes manejen adecuadamente los problemas que pudieran presentarse en algún momento. Saber cómo enfrentarlos y la manera de resolverlos son claves para mantener la fidelidad del usuario.

Las recomendaciones que se deberían seguir son las siguientes: se debe escuchar con atención, concentrarse en lo que dice el usuario además poner mucha atención en sus gestos y las emociones que manifiesta. No se debe interrumpir, porque esto podría molestar al usuario, debido a que él está pidiendo un servicio. Posteriormente, se debe asegurar de haberle dado la atención necesaria al usuario.

Las investigaciones y artículos citados en párrafos precedentes refieren que la comunicación interpersonal está presente en los diferentes ámbitos donde se desenvuelve el ser humano. No obstante, de las múltiples contribuciones hechas por algunos investigadores en esta temática, se evidencian dificultades en las

relaciones interpersonales lo que ha motivado el interés de esta investigadora por profundizar en su estudio con la finalidad de aportar al mejoramiento de este aspecto importante para el establecimiento de un clima laboral armonioso.

1.2 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

De acuerdo a los fundamentos legales revisados se citan los siguientes:

Ley de Comunicación del Ecuador en el título II (Derechos de la Comunicación)

Art.17: Derecho de la expresión y opinión:

Todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley.

La Constitución del Ecuador en el Título II, capítulo segundo, (de los derechos del Plan Nacional de Desarrollo), sesión tercera (comunicación e información):

Art. 16: Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

Litera 1: Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

Literal 5: integrar los espacios de participación previstos en la constitución en el campo de la comunicación.

En el título VII (Régimen del Plan Nacional de Desarrollo), capítulo primero (Inclusión y equidad), sesión séptima (comunicación social):

Art. 384: El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana.

El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana.

1.3 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

La comunicación es un proceso por el que los individuos interaccionan entre sí mediante símbolos con el fin de influirse mutuamente.

Freire (1998) La comunicación, se originó a partir del momento en el cual el ser humano en su lucha por la supervivencia se vio en la obligación de transmitir sus ideas, impresiones y sentimientos a quienes lo rodeaban para lo cual se valió de la mímica, gritos, exclamaciones lo que se consideró como un lenguaje biológico.

Para Paoli (1986), la comunicación “se entiende como el acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado”.

Chiavenato (2013), manifiesta que la comunicación es “el intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social”

Urquidi (1996) La historia del comercio se remonta a más de 150.000 años atrás. Y desde el momento en el que hubo clientes, siempre ha existido, como es lógico, el servicio de atención al cliente. Incluso desde que comenzaron a aparecer los primeros comerciantes profesionales hace alrededor de 3.000 años, cada intercambio de bienes y servicios se mantuvo cara a cara.

El servicio de atención al usuario ha recorrido un largo camino en los últimos 1.500 siglos. La responsabilidad de cuidar a los clientes se ha mantenido, pero ha cambiado de forma increíble. Cuando avanzamos a la edad del comercio moderno, nos damos cuenta de cómo el servicio de atención al cliente ha evolucionado con la aparición de la tecnología (Jiménez, 2017).

Según lo establecido por estos autores la comunicación interpersonal es de mucha importancia, pues permite la expresión del ser humano y es esencial en cualquier tipo de actividad organizada, factor imprescindible para que esta se desarrolle adecuadamente. Una buena comunicación mejora la competitividad de la organización, su adaptación a los cambios del entorno, facilita el logro de los objetivos y metas establecida, satisface las propias necesidades y la de los

participantes, coordina, controla las actividades, fomenta una buena motivación, compromiso, responsabilidad, implicación y participación de sus integrantes y un buen clima de trabajo hacen que se brinde un servicio de calidad a los usuarios.

1.4 FUNDAMENTACIÓN SOCIAL

Según el SRI (s/f) "la comunicación establece que el lenguaje es el único medio por el cual se hace posible la interacción entre el hombre y la realidad. La evolución paradigmática del hombre en la sociedad se ve cruzada por el lenguaje con grandes consecuencias para su interrelación social y su disposición psíquica como un sujeto interactuante con respecto a ella. Los actores sociales son sujetos observadores actuantes de la comunicación en la medida que se hacen consciente de su proceso de lenguaje como una realidad formadora de la sociedad".

La interacción social se produce en el cambio de información, donde el lenguaje entendido como sistema de comunicación es uno de los componentes fundamentales de la conducta social; en consecuencia, el sujeto social es un efecto del lenguaje y la comunicación.

La comunicación como base de la sociedad permite al individuo influir en el otro y en la construcción social mediante el intercambio de mensajes especialmente de orden lingüístico. Así el lenguaje es la parte más importante de cualquier construcción social ya que depende de él tanto la estructura de conocimiento, así como la forma de conocer las cosas.

1.5 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.5.1 ¿Qué es comunicación?

La comunicación es entendida básicamente como el intercambio de mensajes entre personas. Es vista como un medio útil para transmitir información en la búsqueda de que los receptores se identifiquen con aquello que se quiere compartir. Así, se hace referencia al intercambio de información verbal y no verbal y a la utilización de medios técnicos (impresos, radio, televisión, internet). Manual de comunicación (s/f).

Comunicación es todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistemas de mensajes. Incluye todo proceso en el cual la conducta de un ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano. Puede ser verbal, o no verbal, interindividual o intergrupal. (Lomonosov, 2014)

Herrera (2017) La comunicación es un proceso clave en la conformación de las sociedades humanas, el término proviene del latín “communicare” que significa impartir, compartir, hacer común; Mientras Vargas, (s/f) afirma que “la comunicación puede ser entendida más allá de la transmisión de información e implica pensarla en sentido experiencial, como vinculación, poner en común, compartir e intercambiar lo vivido como experiencia”.

Se considera que la comunicación requiere de ciertos elementos para llevarse a cabo, la persona que envía el mensaje y la que lo recibe, deben utilizar el lenguaje correcto para que el mensaje llegue con claridad al receptor y entonces se pueda dar una retroalimentación o respuesta, al mensaje transmitido. Por lo tanto, debe existir una comunicación clara para lograr un mejor desempeño en cada actividad personal o laboral.

La comunicación involucra una serie de elementos constitutivos entre los que se registran una serie de relaciones en diferentes sentidos, los elementos son el emisor o codificador; código, mensaje primario, receptor o decodificador, canal, ruido, barreras o interferencias y la retroalimentación o realimentación conocido como feedback, mensaje de retorno o mensaje secundario. (Ramos ,2017)

De acuerdo a los aportes hecho por Ramos (2017), cada uno de los elementos que este autor reconoce como parte constitutiva de la comunicación contribuyen de la siguiente manera:

- **El mensaje:** Este se construye por los diferentes códigos, señas y cualquier tipo de comunicación posible, es decir, imágenes, claves, sonidos, entre otros.
- **El emisor:** Se trata de aquel que toma la iniciativa para comenzar la comunicación.
- **El receptor:** Es quien recibe todos los mensajes que ofrece el emisor.
- **El código:** Es un conjunto de imágenes, claves y lenguaje que debe ser compartido por las dos partes, es decir el emisor y el receptor, de modo contrario el mensaje no podría transmitirse y no produciría la comunicación.
- **El canal:** Al hablar de canal se hace referencia a el medio por el cual el mensaje es transmitido, este puede ser gráfico visual, una publicidad en una revista u oral-auditivo, como puede ser hablar con otra persona.
- **El contexto:** El mensaje que se va enviar, es cómo lo va a recibir el receptor. Deben tener en cuenta la forma y ámbito en el que se produzca.
- **Los sonidos:** Los sonidos que interfieran en la transmisión de un mensaje pueden afectarlo y cambiar su contexto.
- **La retroalimentación:** Esta se genera cuando el receptor devuelve información luego de que recibió el mensaje del emisor. Hace referencia a la interpretación que le haya dado el receptor bajo todos los elementos nombrados anteriormente que afecten a esa transmisión, como el código, sonido, canal.

Estrada (2014) Los medios de comunicación suministran la base sobre la cual los individuos y los grupos construyen una imagen de la vida, significados, practicas, valores, etc., proporcionan las imágenes, representaciones e ideas. A través de los medios se percibe el mundo, las realidades vividas de los otros en un mundo global inteligente.

Este mismo autor indica que los medios pueden incluir:

- La radio
- El internet
- El periódico
- Los afiches
- Televisión

Los medios de comunicación son aquellos instrumentos en los cuales un mensaje ya sea de manera textual, sonora o visual puede ser transmitido a una persona o a un grupo de personas y lograr una información eficaz y clara. Si estos medios son utilizados de forma positiva promueven una comunicación positiva, segura y de respeto, pero si no es así ocasionan agresiones, corrupción y malos entendidos.

En la actualidad hablar de comunicación es hablar del entorno, desde lo que comunica un determinado color, sonido o simple signo, pueden provocar en el ser humano un estímulo o reacción, y todo esto gracias a la tecnología que va de la mano con la evolución y desarrollo de la comunicación entre los seres humanos.

La comunicación se divide en dos partes, entre ellas se tiene la comunicación interna que para Andersen (2007), "es el proceso en donde los miembros de la empresa se comunican entre sí. Ésta persigue la cohesión de la organización para poder ser un ente fuerte ante sus interlocutores sociales, tales como gobierno, políticos, prensa y comunidad".

La comunicación interna es un derivado de la comunicación organizacional que se dirige a los públicos internos de una empresa, los inversionistas y hacia otras organizaciones con las cuales se mantiene contratos o son proveedores; lo anterior, dado que ellos son los primeros líderes de opinión en la percepción pública de la imagen de la organización y, al mismo tiempo, son los primeros representantes de la identidad de esta hacia los públicos externos. (Rojas, citado por Navia, 2016)

Por otra parte, está la comunicación externa, Felizzola (2015) la define como "el conjunto comunicacional emitido a los públicos externos que colaboran para el beneficio de una empresa o institución, es decir, tanto al gran público, directamente o a través de los periodistas, como a sus proveedores, accionistas, a organizaciones internacionales, etc."

Clavijo (2016), manifiesta que la comunicación externa "Es el conjunto de mensajes emitidos por la organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos a proyectar una imagen favorable a promover sus productos o servicios".

Al hablar de la comunicación es necesario tener en cuenta que ésta se divide en dos, la comunicación interna que es considerada como un proceso en donde cada miembro de una empresa mantiene una comunicación directa y así logran obtener

un desempeño eficaz en las actividades asignadas. Mientras que la otra es la comunicación externa que es conocida como el conjunto comunicacional emitido a los públicos externos de la empresa los cuales ayudan al beneficio de la misma.

1.5.1.2 Funciones de la comunicación.

La comunicación es el producto de la interacción entre las personas y es determinante el conocimiento mutuo para el éxito de la misma lo que la convierte en una acción social. El comportamiento de las personas, los grupos y la comunidad permiten intercambiar ideas, opiniones, sentimientos e intereses, para poder comunicarse.

Jakobson (2014) “La comunicación es consustancial al ser humano, que es eminentemente un ser social, las diversas funciones que tiene la comunicación son básicas para el desarrollo de la persona”. Entre estas funciones que este autor considera están las siguientes:

- **Afectiva.** Mediante la comunicación las personas se relacionan emocionalmente con los demás, expresando sus sentimientos y afectos. Esta función de la comunicación es de gran importancia para la estabilidad emocional de las personas.
- **Reguladora.** La comunicación puede ser utilizada para regular la conducta de los demás y facilitar su adaptación a la sociedad.
- **Informativa.** A través de ella se transmite la cultura, historia, experiencias, etc.

La comunicación está inmersa en la cultura de las personas, las actitudes, motivaciones, intereses, nivel educacional, profesión, experiencia, sexo, y las competencias influyen en la capacidad de las comunicaciones.

1.5.1.3 Comunicación Interpersonal.

Se llama comunicación interpersonal al intercambio de información que suele darse entre personas que comparten un espacio físico, es decir, se ven en la necesidad

de emitir y recibir mensajes para normar u organizar la convivencia. Esto puede referirse a ámbitos diversos, como el hogar, el trabajo; Zayas (2017) refiere “la comunicación permite la relación de unas personas con otras y con el mundo que las rodea”

Las habilidades y competencias definen el desarrollo en la vida laboral y hace que sea más eficaz el éxito de la comunicación. Las personas en la comunicación interpersonal deben poseer habilidades comunicativas que contribuyan a hacer más efectivas las relaciones. En el proceso de comunicación se intenta dominar o subordinar; cuando se denomina, se trata de controlar la comunicación. Cuando se subordina, se intenta otorgar el control, o se piensa primero en los deseos y las necesidades de la otra persona.

Stewar y Angelo (2016) considera que la comunicación se hace interpersonal “cuando los individuos se sienten a gusto compartiendo su humanidad”

Scott (2014) indica “la comunicación interpersonal implica predicciones, intentos de influir y sentirse placenteros, cómodos al compartir la humanidad, y que frecuentemente tiene lugar cara a cara”. Este autor a la vez sostiene que la comunicación interpersonal surge cuando:

- Las conductas comunicativas están orientada a la satisfacción de necesidades que no se pueden llenar sin beneficios para otros seres humanos, son necesidades personales e interpersonales.
- Las conductas comunicativas contribuyen a mantener una relación interpersonal gratificante.
- Las conductas comunicativas están dirigidas a facilitar el crecimiento de la relación.

Existen muchos tipos de comunicación, uno de ellos es la comunicación interpersonal. Este tipo de comunicación puede ser definido como el proceso por medio del cual las personas logran realizar un intercambio de información, sentimientos y significados por medio de los mensajes verbales y no verbales, es lo que conocemos como la comunicación cara a cara.

La comunicación interpersonal no se trata solo de lo que realmente se dice, el lenguaje utilizado, sino de cómo se dice y de los mensajes no verbales enviados a través del tono de voz, las expresiones faciales, los gestos y el lenguaje corporal.

1.5.1.4 Características de la Comunicación Interpersonal.

Ramos (2014) manifiesta que existen algunas de las características más importantes de la comunicación interpersonal son las siguientes:

- Se utilizan una serie de acciones como expresiones verbales, tacto, contacto visual, gestos y posturas para poder comunicarse con otra persona.
- Se produce entre dos personas que se encuentran físicamente cerca.
- Las personas que participan de la comunicación interpersonal producen mensajes como respuesta a lo que la otra persona indica en la conversación.
- Las dos personas que participan de la comunicación influyen de forma simultánea en el comportamiento del otro.
- Es moldeada a través de los diferentes papeles sociales.

De acuerdo a lo que define el autor las características de la comunicación interpersonal son acciones que debe tener el ser humano para una comunicación con otras personas, es así que el comportamiento que tiene en frente de otras personas influye al momento de comunicarse.

1.5.1.5 Habilidades de la Comunicación Interpersonal.

Jama (2015) define que las habilidades de la comunicación interpersonal son:

- Saber la forma correcta de escuchar y de comprender lo que se escucha.
- Mantener el respeto y la tolerancia valorando a la persona que emite los mensajes.
- Mantener la empatía para comprender las necesidades del otro.
- Una comunicación clara y comprensible para todos.
- Autenticidad en los mensajes y en las relaciones.

El autor establece que la comunicación interpersonal incluye habilidades que el ser humano debe poseer, por tanto, si desea desarrollar este tipo de comunicación se debe tomar en consideración que al momento de interactuar con otras personas es crucial mantener respeto y saber escuchar, ser empático, transmitir una comunicación lo más clara y comprensible y ser auténtico en las relaciones.

1.5.1.6 Tipos de Comunicación Interpersonal.

Gonzales (2015) manifiesta que existen varios tipos de comunicación en los cuales cita los siguientes:

- **Conversación breve:** Es una conversación que intenta ser amistosa, sociable y crear confianza.
- **Conversación de taller:** Su objetivo es recopilar información o proporcionarla al igual que mantener el contacto.
- **Conversación de pelea:** En este tipo de conversación se da un ambiente tenso, ansioso, agresivo.
- **Conversación de resentimiento:** Las personas son resentidas y desafiantes. Muchas veces se lastima a la persona y el resentimiento se convierte en venganza.
- **Conversación directa:** Trata de ser directa y responsable observando, respondiendo, descubriendo y tratando con las emociones.

Según lo que refiere este autor dentro de la comunicación interpersonal no todo el tiempo se presentan factores positivos, dado que existen diferentes tipos de comunicación interpersonal en las que dependiendo del ambiente y de las personas con las que se traten se pueden desarrollar múltiples características que pueden ser favorables como la confianza, responsabilidad y cercanía; mientras que en otras pueden aparecer la ansiedad, agresividad, tensión o venganza. Esto conduce a pensar que si las actividades que la persona realiza se relacionan con la atención al usuario, sin importar la profesión que desempeñen deben estar preparadas para enfrentarse a todo tipo de conversación pues cada día trae consigo experiencias nuevas con distintos tipos de usuario que se comportarán de acuerdo a las

circunstancias de su día, el éxito o el fracaso con este usuario dependerá de cómo el profesional que les preste su servicio maneje la situación y sepa llegar a ellos.

1.5.1.7 Ventajas de la Comunicación Interpersonal

Lucas (2015) establece que existen ventajas de la comunicación interpersonal, él considera las siguientes:

- Es un tipo de comunicación más directa.
- Puede transmitir información y significados de un lugar a otro.
- La información puede también viajar por diferentes medios, como los teléfonos, medios electrónicos.
- Es una excelente red de comunicación que también funciona en la toma de decisiones.
- Es eficiente y eficaz para poder transportar información.

En base a lo citado por el autor se establece que las ventajas de la comunicación interpersonal ayudan al momento de transmitir una información, unas de las ventajas son la eficiencia y eficacia.

1.5.2 ATENCIÓN AL USUARIO.

1.5.2.1 Definición.

Es una herramienta eficaz para interactuar con los usuarios brindando asesoramiento adecuado para asegurar el uso correcto de un producto o de un servicio.

La atención al usuario es todo esfuerzo encaminado a atender y resolver sus inquietudes, sugerencias, dudas o reclamos. Es decir, la atención al usuario es todo momento de contacto entre el usuario y la empresa.

Garcés (2016) define que la atención al usuario debe tener un solo propósito el cual es servir con actitud que demuestre disposición a dar lo mejor de sí para generar sentimientos de gratitud y satisfacción. Usuario es aquella persona que tiene necesidades, expectativas y requiere de respuestas favorables a ellas.

La atención al usuario se refiere al trato que se le da a la persona al momento de brindar un servicio e interactuar con ella. Para brindar excelente atención es

necesario que quienes estén en contacto con el cliente, pongan en práctica habilidades interpersonales basadas en la comunicación, la empatía, el respeto esto da apertura a que el usuario se siente feliz porque fue bien atendido.

1.5.2.2 Tipos de usuarios.

Blanco y Lobato (2013) explican que, cuando las empresas pretenden tener relación con sus usuarios deben tener en cuenta dos aspectos: los objetivos y cultura de la propia empresa y la tipología de usuarios, en los cuales están los siguientes:

- **Afable:** Persona expansiva con la que es fácil entenderse, puede ser lento en toma de decisiones.
- **Agresivo:** Personas impacientes e intolerantes de difícil trato.
- **Altivo:** Personas que se consideran importantes y que piensan que todo el mundo está a su servicio.
- **Desconfiado:** Persona que supone que siempre quieren engañarla, el trato con este tipo de personas es complejo.
- **Decidido:** Persona que declara abiertamente sus intenciones y toma decisiones con rapidez, son clientes fáciles de tratar.
- **Indeciso:** No tiene muy claro lo que quiere, suele ser tímido.
- **Especulado:** Persona que busca acuerdos muy beneficiosos, el trato con este tipo de clientes es complejo.
- **Exigente:** Personas que precisan una atención inmediata y prioritaria, suelen ser inseguros y la mejor forma de actuar es tratarlos asépticamente.
- **Discutidor:** Personas que siempre quieren tener la razón y rebaten todos los argumentos. Debe tratárseles con cortesía, firmeza y argumentos claros.

De acuerdo a lo que manifiestan los autores se debe tener en cuenta aspectos negativos y positivo con los usuarios que llegan a la empresa, por tanto, la secretaria debe estar preparadas para recibir todo tipo de usuario, porque puede encontrarse con inconvenientes y eso le perjudicara en su puesto de trabajo.

1.5.1.3 Fases de atención al usuario.

Aniorte (2013) Las fases del proceso de atención al usuario se configuran como uno de los aspectos clave en la percepción de la calidad de un servicio.

- **Acogida.** – El cliente debe estar cómodo hasta que sea atendido por la persona correspondiente, también es importante el confort y la temperatura se debe tener en cuenta que hay que brindarle un buen servicio al usuario y atenderlo de manera que él se sienta cómodo.
- **Seguimiento.** - Consiste en la espera que tiene que realizar el usuario hasta que sea atendido por el colaborador correspondiente. Para ello, se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos, cuando el usuario lo espera lo primero que debe hacer el colaborador es darle información de quien lo va atender, cuanto tiempo tiene que esperar y la razón por la que debe esperar.
- **Gestión.** - Consiste en atender las necesidades del usuario. Es el encuentro que tiene lugar entre el usuario y el colaborador que le apoyará, por ello, el colaborador responsable, deberá gestionar, resolver dudas y realizar una atención personalizada. Es muy importante escuchar al usuario con mucho cuidado para evitar que se sienta incomodo o no se responda a sus necesidades.
- **Despedida.** - Consiste en terminar la interacción del colaborador con el usuario. Para ello, antes de despedirse el colaborador deberá haber resuelto todas las dudas que tenga el usuario, de tal manera que este salga satisfecho de la conversación.

Para que la atención al usuario sea de éxito deben existir fases que generen confianza entre el usuario y las secretarias por tanto el autor Aniorte (2013) considera que brindarle una buena acogida al usuario es muy necesario porque es el principal afecto que debe existir en una organización, atender las necesidades del usuario hace que este se sienta cómodo y satisfecho porque han atendido sus necesidades.

1.5.1.4 Necesidades del Usuario.

Domínguez (2014) el primer paso de toda decisión de comprar es, conocer la necesidad del usuario. Todo proceso de servicio al usuario surge a partir de una necesidad del consumidor. Esta clasificación de las necesidades del ser humano y el orden de preferencia entre tipología de la necesidad lo estableció el psicólogo Abraham Maslow, este autor explica las jerarquías de necesidades que dominan las motivaciones humanas, en este caso analizando al consumidor como:

En la pirámide se ubican las siguientes necesidades:

- Necesidad de seguridad, una vez que el individuo cubre sus necesidades básicas trata de resguardarlas y proyectarlas en el tiempo.
- Necesidades sociales, están derivan del carácter social del ser humano; tienen que ver con todas las actividades que la persona necesita hacer.
- Necesidades de estima, se refiere al respeto por parte de las otras personas.
- Autorrealización, es el nivel más elevado de las necesidades que se alcanza cuando todas las demás han sido satisfechas plenamente.

La satisfacción de las necesidades de la base de la pirámide es prioritaria y preferente satisfaciéndose progresiva y posteriormente, el resto de necesidades hasta llegar a la cúspide de la pirámide.

La comunicación interpersonal es necesaria para el desarrollo integral de todo ser humano, a través de ella el individuo puede adaptarse e integrarse a un grupo determinado, hay valores relevantes para originar relaciones interpersonales cordiales y satisfactorias que son la clave del desarrollo social de las personas, dicha relación ayuda a formar la identidad, para llevar una vida agradable y pacífica en la familia, en el trabajo, en el lugar de estudio, para tratar a los demás con respeto, comprensión y claridad.

La atención al usuario es un servicio que se brinda a toda persona que lo solicita, para satisfacer sus necesidades. En toda institución ya sea pública o privada, se necesita de una buena comunicación, pues esta permite interactuar de manera

afectiva para proporcionar un buen servicio al usuario y que este se sienta satisfecho. El Departamento de Secretaría de Cogamanta S.A de la Ciudad de Manta los colaboradores están en constante relación interpersonal con los usuarios que requieren de los servicios que esta empresa brinda, por lo tanto, se comunican de manera prudente para satisfacer las necesidades de los usuarios, también los colaboradores están expuestos a críticas por el servicio que ofrecen y de las actitudes que tienen al momento de brindar una información, la cortesía que el personal maneja para solucionar todo tipo de conflicto dentro de la institución.

DIAGNÓSTICO O ESTUDIO DE CAMPO

Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa Cogamanta S.A

1.)¿Acude usted a la empresa Cogamanta S.A para solicitar servicios que incluyen proporción de información por parte de las secretarias?

Tabla 1

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	75	75%
NO	25	25%
TOTAL	100	100%

Autora: Mariuxi Alexandra Barberan Mantilla.

Fuente: Usuarios de Cogamanta S.A



Autora: Mariuxi Alexandra Barberan Mantilla.

Fuente: Usuarios de Cogamanta S.A

ANÁLISIS E INTERPETACIÓN DE RESULTADOS.

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a 100 usuarios, el 75% manifestó que sí acuden a la empresa Cogamanta S.A para solicitar servicios que incluyen proporción de información por parte de las secretarias, mientras que el 25% indica que no. Esto indica la importancia del profesional en secretariado, pues es a quien recurren para informarse sobre los servicios que brinda la empresa Cogamanta S.A, por lo cual es común para la secretaria de la entidad atenderlos y proporcionar información que sea de calidad para que los usuarios acepten el servicio ofrecido por parte de Cogamanta S.A.

2.) ¿Cree usted que la comunicación que usan las secretarias de la empresa Cogamanta S.A al momento de dar un servicio es clara y afectiva?

Tabla 2

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	65	65%
A VECES	25	25%
NUNCA	10	10%
TOTAL	100	100%

Autora: Mariuxi Alexandra Barberan Mantilla.

Fuente: Usuarios de Cogamanta S.A



Autora: Mariuxi Alexandra Barberan Mantilla.

Fuente: Usuarios de Cogamanta S.A

ANÁLISIS E INTERPETACIÓN DE RESULTADOS.

Mediante el estudio realizado se refleja que el 65% de los usuarios manifiestan que la comunicación de las secretarias de Cogamanta S.A siempre es clara y afectiva al momento de brindar un servicio. Por otro lado, el 25% consideran que a veces las secretarias ofrecen una comunicación clara y afectiva, lo cual es necesario mejorar, puesto que puede representar un riesgo para las futuras relaciones laborales de la empresa. Por último, el 10% de los usuarios afirman que las secretarias de Cogamanta S.A nunca dan una comunicación clara y efectiva, por tanto, esto influye de manera negativa al progreso de la empresa.

3.) ¿Cuáles de las siguientes habilidades considera usted que las secretarias de la empresa Cogamanta S.A utilizan al momento de atender su requerimiento?

Tabla 3

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ESCUCHA ACTIVA	75	75%
RESPECTO Y TOLERANCIA	15	15%
EMPATÍA	10	10%
CONCRECIÓN	0	0%
AUTENCIDAD	0	0%
TOTAL	100	100%

Autora: Mariuxi Alexandra Barberan Mantilla.

Fuente: Usuarios de Cogamanta S.A



Autora: Mariuxi Alexandra Barberan Mantilla.

Fuente: Usuarios de Cogamanta S.A

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

Los datos obtenidos sobre las habilidades que las secretarias utilizan al momento de brindar un servicio en la empresa Cogamanta S.A evidenciaron los siguientes porcentajes: respeto y tolerancia con un 15% escucha activa con el 75% porque los usuarios consideran que es de suma importancia al momento de comunicarse con las secretarias, empatía con el 10%, entre los resultados también se distingue que la concreción y autenticad no son de mucha importancia. Sin embargo, las secretarias de la empresa deben poner en práctica todas estas habilidades porque son de mucha importancia al momento de brindar un servicio.

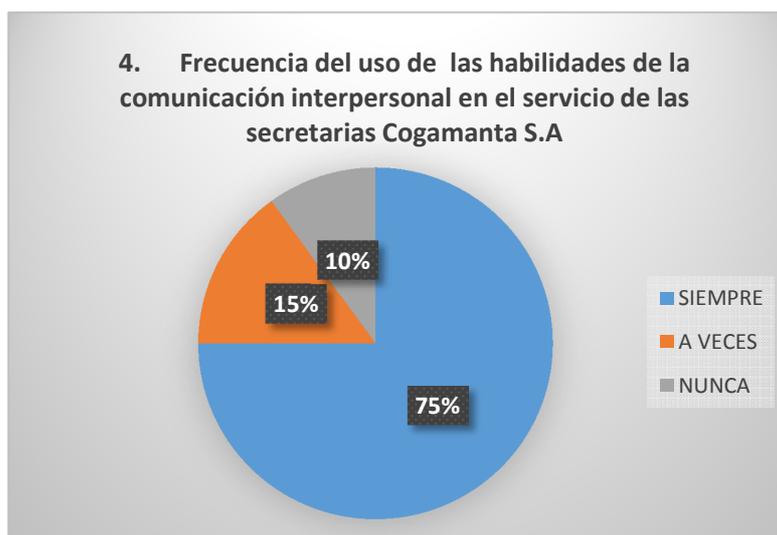
4). ¿Con qué frecuencia aplican las secretarias de la empresa Cogamanta S.A las habilidades de la comunicación interpersonal señaladas en la pregunta anterior?

Tabla 4

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	75	75%
A VECES	15	15%
NUNCA	10	10%
TOTAL	100	100%

Autora: Mariuxi Alexandra Barberan Mantilla.

Fuente: Usuarios de Cogamanta S.A



Autora: Mariuxi Alexandra Barberan Mantilla.

Fuente: Usuarios de Cogamanta S.A

ANÁLISIS E INTERPETACIÓN DE RESULTADOS.

Lo información recogida sobre la frecuencia del uso de las habilidades de la comunicación interpersonal en el servicio de las secretarias Cogamanta S.A; demuestra que un 75% de las secretarias siempre aplica las habilidades antes mencionadas, el 15% indica que a veces se aplican estas habilidades y un 10% nunca. Estos resultados muestran un punto favorable para las secretarias porque la mayoría aplica estas habilidades al interactuar directamente con el usuario.

5.) De las siguientes opciones de acuerdo a su experiencia con la empresa Cogamanta S.A ¿Qué tipo de comunicación interpersonal aplican las secretarias al momento de atender al usuario?

Tabla 5

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CONVERSACIÓN BREVE	75	75%
CONVERSACIÓN DE TALLER	0	0%
CONVERSACIÓN DE PELEA	0	0%
CONVERSACIÓN DE RESENTIMIENTO	0	0%
CONVERSACIÓN DIRECTA	25	25%
TOTAL	100	100%

Autora: Mariuxi Alexandra Barberan Mantilla.

Fuente: Usuarios de Cogamanta S.A



Autora: Mariuxi Alexandra Barberan Mantilla.

Fuente: Usuarios de Cogamanta S.A

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

Mediante los resultados obtenidos sobre qué tipo de comunicación interpersonal aplican las secretarias al atender al usuario el 75% aplica una conversación breve, para entablar una conversación de amistad para tener una buena comunicación mientras que el 25% de los usuarios consideran que la conversación de ellos con la secretaria es directa porque a veces tienen poco tiempo y solo van a pedir el servicio y nada más. Es necesario que las secretarias de Cogamanta S.A consideren los tipos de comunicación que beneficien la atención hacia los usuarios. Para brindar una información de calidad, se debe tener en cuenta que en una organización existen usuarios de distintas clases sociales, por tanto, es importante saber lidiar con todo tipo de usuario y aplicar la conversación correcta.

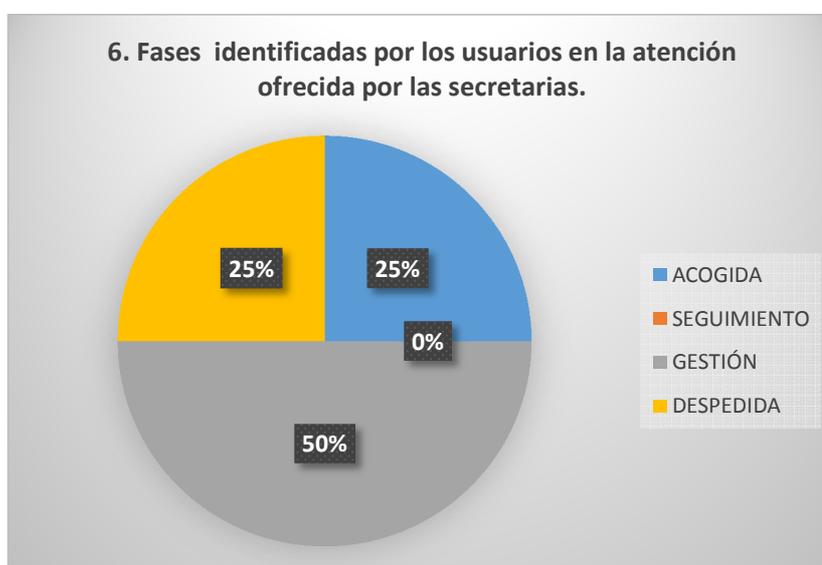
6.) ¿Cuáles de las siguientes fases identifica usted en la atención ofrecida por las secretarias de la empresa Cogamanta S.A ?

Tabla 6

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ACOGIDA	25	25%
SEGUIMIENTO	0	0%
GESTIÓN	50	50%
DESPEDIDA	25	25%
TOTAL	100	100%

Autora: Mariuxi Alexandra Barberan Mantilla.

Fuente: Usuarios de Cogamanta S.A



Autora: Mariuxi Alexandra Barberan Mantilla.

Fuente: Usuarios de Cogamanta S.A

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

Los resultados obtenidos sobre las fases de comunicación interpersonal indican que la atención al usuario que proporciona la empresa Cogamanta S.A a través de sus secretarias, la gestión obtiene el 50%, mientras que la acogida tiene un 25% y, la despedida el 25%. Es imperante considerar importante todas estas fases para que el usuario se sienta a gusto desde el momento que ingresa a la empresa a pedir de un servicio o una información, para llevarse una buena imagen de la empresa.

7.) ¿Cree usted que las fases enlistadas en las pregunta anterior son importantes al momento de atender al usuario?

Tabla 7

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	75	75%
NO	25	25%
TOTAL	50	100%

Autora: Mariuxi Alexandra Barberan Mantilla.

Fuente: Usuarios de Cogamanta S.A



Autora: Mariuxi Alexandra Barberan Mantilla.

Fuente: Usuarios de Cogamanta S.A

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.

Los resultados obtenidos sobre qué tan importante son las fases de acogida, seguimiento, gestión y despedida al momento de la atención al usuario, el 75% de los usuarios afirma que las fases de la atención al usuario son de gran importancia porque estas permiten que el usuario se sienta satisfecho con el servicio recibido, mientras que el 25% restante indica que no; se debe tener en cuenta que todas estas fases son importantes al momento de trabajar en conjunto porque estas permiten un mejor funcionamiento de las relaciones interpersonales y la comunicación para una atención de calidad a los usuarios que acoge la empresa Cogamanta S.A

8.) De acuerdo a su experiencia en la empresa Cogamanta S.A ¿Qué nivel de comunicación interpersonal tienen las secretarias al momento de atender al usuarios?

Tabla 8

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTO	50	50%
MEDIO	50	50%
BAJO	0	0%
TOTAL	100	100%

Autora: Mariuxi Alexandra Barberan Mantilla.

Fuente: Usuarios de Cogamanta S.A



Autora: Mariuxi Alexandra Barberan Mantilla.

Fuente: Usuarios de Cogamanta S.A

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Los resultados obtenidos sobre qué nivel de comunicación interpersonal tienen las secretarias de Cogamanta S.A al momento de atender al usuario, el 50% de los usuarios afirman que las secretarias de la empresa tienen un alto nivel de comunicación interpersonal al momento de atender a los usuarios, mientras que el 50% da como resultado un nivel medio. Es muy importante que las secretarias mantengan un buen nivel de comunicación interpersonal, puesto que es bueno y ayuda a los usuarios a seguir requiriendo los servicios de la empresa y a su vez ayudar en el crecimiento de la misma.

9.) ¿Considera que la atención que le brindan las secretarías de la empresa Cogamanta S.A cumple con sus expectativas ?

Tabla 9

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	75	75%
A VECES	25	25%
NUNCA	0	0%
TOTAL	100	100%

Autora: Mariuxi Alexandra Barberan Mantilla.

Fuente: Usuarios de Cogamanta S.A



Autora: Mariuxi Alexandra Barberan Mantilla.

Fuente: Usuarios de Cogamanta S.A

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.

De acuerdo a los resultados obtenidos sobre la atención que le brindan las secretarías de la empresa Cogamanta S.A el 75% de los usuarios considera que la atención brindada por parte de las secretarías de Cogamanta S.A siempre cumple con sus expectativas, por otro lado, el 25% manifiesta que la atención que brindan las secretarías no cumplen con sus expectativas. Por tanto, es de suma importancia que las secretarías de cualquier entidad, cumplan con las expectativas de los usuarios al momento de brindar algún servicio requerido, puesto que con esto se fomenta la comunicación interpersonal, por parte de las secretarías y los usuarios.

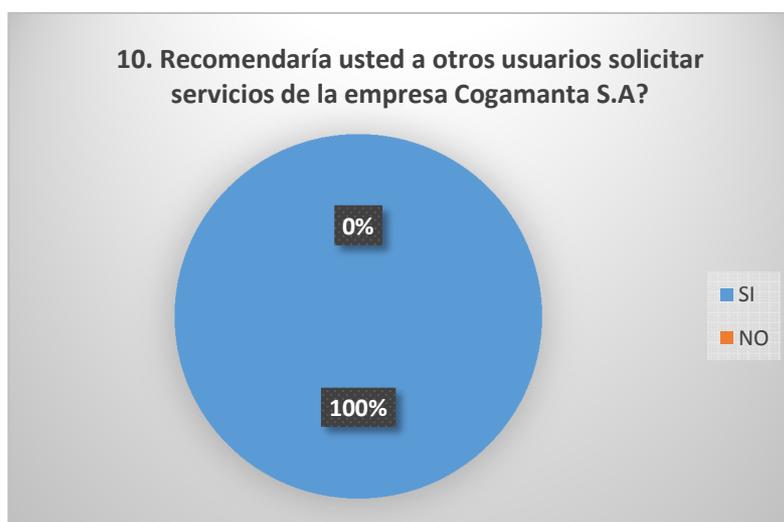
10.) Recomendaría usted a otros usuarios solicitar servicios de la empresa Cogamanta S.A?

Tabla 10

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	100	100%
NO	0	0%
TOTAL	100	100%

Autora: Mariuxi Alexandra Barberan Mantilla.

Fuente: Usuarios de Cogamanta S.A



Autora: Mariuxi Alexandra Barberan Mantilla.

Fuente: Usuarios de Cogamanta S.A

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

De acuerdo con los resultados reflejados en recomendar los servicios de la empresa, el 100% de los usuarios de la empresa Cogamanta S.A están de acuerdo en recomendar a otros usuarios el servicio que la entidad presta. Esto sería de mucha importancia para la empresa, debido a que generaría mayores ingresos y se verá beneficiada con más usuarios que requieran de sus servicios, así mismo se beneficia con el crecimiento de la entidad por brindar servicios de muy buena calidad.

ENTREVISTA # 1

1.¿Qué es para usted la comunicación interpersonal?

Es la comunicación entre dos personas como un emisor y un receptor.

2. ¿Implican comunicación los servicios que proporciona usted a los usuarios internos y externos?

Si.. porque debemos hablar con el usuario para saber que servicio desea.

3. ¿Cree usted que la comunicación que usa para brindar atención a los usuarios de la empresa Cogamanta S.A es clara y afectiva?

Si....porque se refleja en el servicio que brindamos a los usuarios.

4. ¿Cuáles de las siguientes habilidades aplica usted al momento de atender al usuario ?

Respeto y tolerancia, porque al momento de interactuar con el usuario lo hacemos de manera respetuosa.

5.¿Qué nivel de comunicación interpersonal desarrolla en la interaccion con los usuarios?

Nivel medio, por lo que ellos van de forma rapida a solicitar el servicio.

6. ¿Cree usted que las relaciones interpersonales con los integrantes de su grupo de trabajo es satisfactoria?

Si...se emplean reuniones sobre los temas de seguridad y control de las áreas.

7.¿Cuáles de las siguientes fases desarrolla usted en la atención que proporciona a los usuarios de la empresa Cogamanta S.A ?

La fase de gestión por lo que esta se enfoca directamente en atender la necesidad de ellos.

8.¿Qué tipo de comunicación interpersonal aplica usted con el usuario?

La conversacion que utilizo con el usuario es directa, lo cual esta es directamente en atender las necesidaes que el usuario desea.

9. Considera usted que la apropiada aplicación de la comunicación interpersonal al momento de dar un servicio a los usuarios aporta beneficios a la empresa?

Si... y los beneficios que utiliza la empresa es el manejo de un sistema tecnológico en el cuál se lleva la facturación electrónica.

10. ¿Desde su perspectiva cree usted que los usuarios se sienten satisfechos con atención que usted le brinda?

Consideró que sí se sienten satisfechos con el servicio que yo brindo, porque lo hago de forma correcta y atendiendo a sus necesidades.

ENTREVISTA # 2

1. ¿Qué es para usted la comunicación interpersonal?

Comunicación continua que ocurre entre un emisor y un receptor.

2. ¿Implican comunicación los servicios que proporciona usted a los usuarios internos y externos?

Si.. porque se debe interactuar con el usuario para proporcionar una buena atención.

3. ¿Cree usted que la comunicación que usa para brindar atención a los usuarios de la empresa Cogamanta S.A es clara y afectiva?

Si....porque lo hago de forma clara y correcta para que los usuarios se sientan contentos con el servicio brindado.

4. ¿Cuáles de las siguientes habilidades aplica usted al momento de atender al usuario ?

Escucha activa, porque al momento que llega el usuario debemos estar atentas a lo que el solicita y atender sus inquietudes, lo cual se debe hacer con respeto.

5.¿Qué nivel de comunicación interpersonal desarrolla en la interacción con los usuarios?

Nivel medio, porque los usuarios llegan más en la tarde y mi turno de trabajo es en la mañana, por esto tengo comunicación interpersonal con pocos usuarios de la empresa.

6. ¿Cree usted que las relaciones interpersonales con los integrantes de su grupo de trabajo es satisfactoria?

Si...cada día se exponen las problemáticas para posibles soluciones.

7.¿Cuáles de las siguientes fases desarrolla usted en la atención que proporciona a los usuarios de la empresa Cogamanta S.A ?

La acogida, porque el usuario debe sentirse cómodo al momento de ingresar a la empresa, también la gestión porque se debe cumplir con las necesidades del

usuario y por último la despedida debe ser de buena manera para que el usuario se sienta satisfecho.

8.¿Qué tipo de comunicación interpersonal aplica usted con el usuario?

La conversacion directa porque consiste en comunicarme directamente con el usuario.

9.Considera usted que la apropiada aplicación de la comunicación interpersonal al momento de dar un servicio a los usuarios aporta beneficios a la empresa?

Si... y los beneficios que utiliza la empresa son conocimiento del valor de servicio,horario, personal de ayuda.

10.¿Desde su perspectiva cree usted que los usuarios se sienten satisfechos con atencion que usted le brinda?

Sí... porque hasta el momento no tengo ningun tipo de inconveniente con los usuarios que llegan a la empresa a solicitar servicio.

DISCUSIÓN

La temática abordada en este trabajo de investigación fue la comunicación interpersonal en la atención al usuario en el departamento de secretaría de Cogamanta S.A, el objetivo a cumplir fue establecer el nivel de comunicación interpersonal en la atención al usuario en el departamento de secretaría de esta entidad.

Mediante los resultados obtenidos con los instrumentos aplicados se encontró que en el departamento de secretaría de la empresa Cogamanta S.A la comunicación interpersonal entre las secretarias y los usuarios se encuentra en un nivel medio, por tanto, es necesario en esta interacción fortalecer la comunicación interpersonal y aportarle más claridad y afectividad para incrementar su nivel. De igual manera se pudo evidenciar que en este lugar no se percibe el interés por realizar una investigación a fondo sobre el tipo y nivel de comunicación interpersonal que las secretarias aplican a sus usuarios, tampoco se toma en cuenta algún tipo de capacitación continua sobre el manejo de la comunicación interpersonal en las secretarias, donde se aclare la importancia que este tipo de comunicación aporta a todos los servicios que ofrece la empresa

Cabe mencionar que al momento de realizar las encuestas no todos los usuarios tenían conocimiento de que era la comunicación interpersonal con las secretarias debido a que ellos tienen muy poco contacto con ellas, mientras que las secretarias consideran que la comunicación interpersonal es la interacción de dos o más personas.

CONCLUSIONES

De acuerdo al estudio realizado mediante las encuestas dirigida a los usuarios y entrevista realizada a los administrativos:

- A través de la revisión bibliográfica se pudo conocer un poco más sobre las variables estudiadas, comprender y determinar que es de mucha importancia para una organización aplicar la comunicación interpersonal adecuada para fortalecer los vínculos con los usuarios y así lograr su satisfacción.
- De acuerdo a las habilidades de comunicación interpersonales de las secretarias fue notorio que la escucha activa prevalece ante las demás, porque los usuarios visitan el lugar de manera breve y solicitan el servicio rápidamente, es por esto que las secretarias deben estar atenta al momento que llegan los usuarios, porque no siempre tienen una conversación breve con los usuarios porque ella se encuentra en la oficina y ellos van directamente a solicitar el servicio; esto origina que el objetivo de satisfacción de los usuarios no sea cumplido eficientemente como se lo propone.
- A pesar de que las secretarias no aplican de manera integrada todas las habilidades y no ejecutan todas las fases de la atención al usuario, éstos se refieren a la empresa Cogamanta S.A esta de manera positiva y hasta recomendarían a otros usuarios requerir los servicios que presta este lugar; lo que indica que lleva a inferir que los usuarios se sienten satisfechos respecto a la atención que les proporcionan.

RECOMENDACIONES

- Es importante que en toda organización exista una excelente comunicación interpersonal, debido a que ayuda a mantener un mejor ambiente laboral y una mejor relación entre el personal que se encuentra en el departamento y los usuarios, además una buena relación interpersonal ayuda a cumplir con expectativas del usuario.
- Que las secretarias brinden una buena atención a los usuarios para que no exista ningún inconveniente que afecte a la empresa.
- Que las secretarias siempre tengan la predisposición de atender correctamente al usuario, por lo que esta demuestra una buena imagen tanto de ellas como de la empresa, y con esto ayudarían en que el nivel de comunicación aumente.
- Aunque se tenga la acogida por parte de los usuarios se recomienda que las secretarias fortalezcan todos los elementos que tengan relación con su servicio y la atención al usuario, porque a pesar de que mayormente los usuarios se sientan satisfechos, mejorar en estos aspectos mantendrá el interés en los servicios prestados por la empresa Cogamanta S.A.

BIBLIOGRAFÍA

- Aniorte (2013) *“Funciones de la atención al usuario”* el diccionario de Marketing, de Cultura S.A.,
- Chiavenato (2013) *“La estructura organizacional y el cumplimiento de objetivos departamentales del área de estadística del hospital Regional de Ambato”* (Trabajo de Titulación Previo a la obtención del Grado Académico de Magister en Gerencia de Instituciones de Salud, Universidad Técnica de Ambato)
- Domínguez (2014). *La gestión administrativa-financiera y necesidades del usuario de la cooperativa de transporte en taxis del cantón Ambato para el primer semestre del año 2013.* (Informe de Investigación Previo a la Obtención del Título de Ingeniería Financiera. Universidad técnica de Ambato-Ecuador)
- Estrada (2014). *“Medios de comunicación y su influencia en la conducta violenta en el entorno escolar, de los estudiantes de cuarto año de la escuela fiscal mixta matutina nº 119 Dr. Teodoro Wolf de la ciudad de Guayaquil.”* (proyecto de investigación previo a la Obtención del Título de Ingeniero en Diseño Gráfico, Universidad de Guayaquil)
- Felizzola, (2015). *Diseño de una estrategia de comunicación interna para la alcaldía del municipio de convención norte de Santander.* (Trabajo de grado presentado como requisito para obtener el título de Comunicador Social. Universidad FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA- Colombia)
- Freire (1998) *“Efectos de un programa de comunicación para estimular el lenguaje oral”* (Tesis para optar el grado académico de Maestro en Educación Mención en Psicopedagogía de la Infancia, Universidad San Ignacio de Loyola, Lima-Perú)

- Gavilanes (2015). *“Administración de atención al usuario de la empresa Roal”*. (Tesis previa a la obtención del título de licenciada en administración de empresa, Universidad Rafael Landívar)
- González (2015). *“Tipos de comunicación para la equidad de género y cumplimiento de los derechos humanos en el colegio particular Juan Montalvo sección bachillerato”*. (Tesis previa a la obtención del grado de licenciada en Ciencias de la Comunicación Social. Universidad de Loja).
- Hernández (2009) *“La comunicación interpersonal como herramienta para la cooperación en la cultura organizacional a los docentes de la escuela de ciencias de la comunicación”* (Tesis previo al título de Periodista. Universidad de San Carlos de Guatemala).
- Herrera (2017). *“Diseño de procesos comunicativos para mejorar la comprensión lectora en la educación básica elemental”*. (Proyecto de Investigación y Desarrollo previo a la obtención del título de Magister en Ciencias de la Educación, Universidad Católica del Ecuador, sede Ambato, Ecuador).
- Jakobson (2014) *“Lectura crítica y funciones de la comunicación”* modelo de Jakobson. Universidad Harvard.
- Jama (2015). *“Estrategias para fortalecer las habilidades comunicativas en la institución educativa Luis Carlos López de la ciudad de Cartagena”*. (Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Licenciatura en pedagogía infantil, Universidad de Cartagena- Colombia).
- Jiménez, (2017).” *Servicios de atención al usuario”*
- Lomonosov (2014)”*la comunicación governmental en los ayuntamientos de Veracruz”*, periodo 2008-2010

- Navia, M. (2016). Plan de medición de los objetivos de las ventajas de comunicaciones 2016-2018 del instituto de la familia. Universidad de la Sabana, Cundinamarca- Colombia
- Paoli (1986) “*Relación de la comunicación interpersonal*”
- Pelaes (2010) “*La relación entre el clima organizacional y la satisfacción al usuario*” (Trabajo de graduación previo a la obtención del título de ingeniera en contabilidad y auditoría. Universidad Cesar Vallejos Lima- Perú)
- Ramírez (2013) “*Clima laboral en una dependencia pública*” (Tesis previo al título de Ingeniero Comercial. Universidad Autónoma de Nuevo León)
- Ramos(2017)http://www.juntadeandalucia.es/empleo/recursos/material_didactico/especialidades/materialdidactico_habilidades_comerciales.pdf
- Saavedra (2012). “*Como enfrentar problemas en la atención al usuario*” (Articulo)
- Sabanes, Panpadrea (2013) <http://www.sidalc.net/cgi-bin/wxis.exe/?IsisScript=UCC.xis&method=post&formato=2&cantidad=1&expresion=mfn=074401> (Universidad Católica de Córdoba, Argentina)
- Urquidi (1996) “Evolución histórica del comercio y el desarrollo comercial”
- Vargas, M (s/f). “Manual de capacitación sobre comunicación estratégica”. Perú.
- Zallas (2017). “*Diseño de un plan estratégico de comunicación interpersonal para la sucursal Guayaquil del banco amazonas*” (trabajo de titulación especial para la obtención del grado de Magister en administración de empresas con mención en RRHH, Universidad de Guayaquil)
- Zorrilla (2016) “*Relaciones Interpersonales e inteligencia emocional*” (Seminario Universidad Técnica de Guadalajara).

- <https://www.gestionderiesgos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/06/Constituci%C3%B3n-de-la-Rep%C3%ABlica.pdf>
- http://www.oas.org/es/sla/ddi/docs/acceso_informacion_base_dc_leyes_pais_E_4.pdf

ANEXOS



Encuesta a un personal administrativo

Autora: Mariuxi Alexandra Barberan Mantilla.
Fuente: Usuarios de Cogamanta S.A



Autora: Mariuxi Alexandra Barberan Mantilla.
Fuente: Usuarios de Cogamanta S.A



Encuestando a un usuario

Autora: Mariuxi Alexandra Barberan Mantilla
Fuente: Usuarios de Cogamanta S.A



Entrevistando a la secretaria

Autora: Mariuxi Alexandra Barberan Mantilla.
Fuente: Usuarios de Cogamanta S.A

Recibiendo tutorías



Autora: Mariuxi Alexandra Barberan Mantilla.

Fuente: Usuarios de Cogamanta S.A

**INSTRUMENTO DIRIGIDO A LOS USUARIOS DE LA EMPRESA
COGAMANTA S.A**



OBJETIVO: Diagnosticar el nivel de satisfacción de los usuarios con la atención proporcionada por las secretarias de Cogamanta S.A.

Agradezco su atención y amabilidad.

INSTRUCCIONES: Marque con una X la respuesta que usted considere.

1. ¿Acude usted a la empresa Cogamanta S.A para solicitar servicios que incluyen proporción de información por parte de las secretarias?

Si

No

2. ¿Cree usted que la comunicación que usan las secretarias de la empresa Cogamanta S.A al momento de dar un servicio es clara y afectiva?

Siempre

A veces

Nunca

3. ¿Cuáles de las siguientes habilidades considera usted que las secretarias de la empresa Cogamanta S.A utilizan al momento de atender su requerimiento?

• Escucha activa.

• Respeto y tolerancia.

• Empatía.

• Concreción

• Autenticidad.

4. ¿Con qué frecuencia aplican las secretarias de la empresa Cogamanta S.A las habilidades de la comunicación interpersonal señaladas en la pregunta anterior?

Siempre

A veces

Nunca

5. De las siguientes opciones de acuerdo a su experiencia con la empresa Cogamanta S.A ¿Qué tipo de comunicación interpersonal aplican las secretarias al momento de atender al usuario?

- **Conversacion breve:** Para entrar en confianza
- **Conversacion de taller :** Para recopilar y proporcionar información.
- **Conversacion de pelea:** Para intimidar, se torna un ambiente tenso.
- **Conversacion de resentimiento:** Para dañar a otros.
- **Conversacion directa:** Para comunicar algo de forma respetuosa.

6. ¿Cuáles de las siguientes fases identifica usted en la atención ofrecida por las secretarias de la empresa Cogamanta S.A ?

- **Acogida.** – El usuario debe estar cómodo hasta que sea atendido por la persona correspondiente.
- **Seguimiento.** - Consiste en la espera que tiene que realizar el usuario hasta que sea atendido por el colaborador correspondiente
- **Gestión.** - Consiste en atender las necesidades del usuario.
- **Despedida.** - Consiste en terminar la interacción del colaborador con el usuario., de tal manera que este salga satisfecho de la conversación.

7. Cree usted que las fases enlistadas en las pregunta anterior son importantes al momento de atender al usuario?

Si No

8. De acuerdo a su experiencia en la empresa Cogamanta S.A ¿Qué nivel de comunicación interpersonal tienen las secretarias al momento de atender al usuarios?

Alto Medio Bajo

9. ¿Considera que la atención que le brindan las secretarias de la empresa Cogamanta S.A cumple con sus expectativas ?

Siempre A veces Nunca

10.Recomendaría usted a otros usuarios solicitar servicios de la empresa Cogamanta S.A

Si No

**INSTRUMENTO DIRIGIDO A LAS SECRETARIAS DE LA EMPRESA
COGAMANTA S.A**

OBJETIVO: Conocer las habilidades de comunicación interpersonal que presentan las secretarias de Cogamanta S.A al momento de brindar un servicio.

Agradezco su atención y amabilidad.

INSTRUCCIONES: Responda según usted considere lo correcto.

1. ¿Qué es para usted la comunicación interpersonal?

2. ¿Implican comunicación los servicios que proporciona usted a los usuarios internos y externos?

Si No

3. ¿Cree usted que la comunicación que usa para brindar atención a los usuarios de la empresa Cogamanta S.A es clara y afectiva?

Si No

Por qué?

4. ¿Cuáles de las siguientes habilidades aplica usted al momento de atender al usuario ?

- Escucha activa.
- Respeto y tolerancia.
- Empatía.
- Concreción
- Autenticidad.

5. ¿Qué nivel de comunicación interpersonal desarrolla en la interacción con los usuarios?

Alto Medio Bajo

6. ¿Cree usted que las relaciones interpersonales con los integrantes de su grupo de trabajo es satisfactoria?

Si

No

Por qué?

7. ¿Cuáles de las siguientes fases desarrolla usted en la atención que proporciona a los usuarios de la empresa Cogamanta S.A ?

- **Acogida.** – El usuario debe estar cómodo hasta que sea atendido por la persona correspondiente.
- **Seguimiento.** - Consiste en la espera que tiene que realizar el usuario hasta que sea atendido por el colaborador correspondiente
- **Gestión.** - Consiste en atender las necesidades del usuario.
- **Despedida.** - Consiste en terminar la interacción del colaborador con el usuario., de tal manera que este salga satisfecho de la conversación.

8.¿Qué tipo de comunicación interpersonal aplica usted con el usuario?

- **Conversacion breve:** Para entrar en confianza
- **Conversacion de taller :** Para recopilar y proporcionar información.
- **Conversacion de pelea:** Para intimidar, se torna un ambiente tenso.
- **Conversacion de resentimiento:** Para dañar a otros.
- **Conversacion directa:** Para comunicar algo directamente de forma Seria y respetuosa.

9.Considera usted que la apropiada aplicación de la comunicación interpersonal al momento de dar un servicio a los usuarios aporta beneficios a la empresa?

Si

No

Mencione algunos beneficios

10.¿Desde su perspectiva cree usted que los usuarios se sienten satisfechos con atencion que usted le brinda?

Si

No