



# **UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**

## **Tema:**

Programa de capacitación en idioma inglés, que favorece la comunicación con clientes de habla inglesa, dirigido al personal de atención y servicio de Fybeca-Malecón de la ciudad de Manta, período 2013-2014

## **AUTORA:**

Dolores Carolina Intriago Daza

## **Facultad:**

Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo

## **Carrera:**

Secretariado Bilingüe

MANTA- MANABÍ – ECUADOR

2014- 2015

<b>INDICE</b>	<b>PAG.</b>
CERTIFICACIÓN DE TUTORIA	I
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	II
APROBACION DEL TRIBUNAL DE GRADO	III
DEDICATORIA	IV
RECONOCIMIENTO	V
SÍNTESIS	VI
ABSTRACT	VII
INTRODUCCION	1
<b>1.CAPITULO I</b>	
1.1 Marco Teórico	9
1.1.1 Antecedentes investigativos	9
1.1.2 Fundamentación Legal	9
1.1.3 Fundamentación Teórica	10
1.1.3.1 Concepto de comunicación	10
1.1.3.2 Importancia de la comunicación	11
1.1.3.3 Elementos de la comunicación	12
1.1.3.4 La comunicación y el lenguaje	13
1.1.3.5.El inglés como lenguaje para la comunicación	14
1.1.3.6 Importancia del inglés como idioma global	16
1.1.3.7 El idioma inglés como medio para comunicarse con los clientes	17
1.1.3.8 Atención y servicio al cliente	18
1.1.3.9 Importancia de la comunicación en el servicio al cliente	20
1.1.3.10Tipos de Atención al cliente	22
1.1.3.11 Elementos de la atención al cliente	23
<b>2. CAPITULO II</b>	
2.1 Análisis e interpretación de los resultados	27
<b>3. CAPITULO III</b>	
3.1 Conclusiones	
3.2 Recomendaciones	43
	44
<b>4.CAPITULO IV</b>	
4.1 Propuesta	45
BIBLIOGRAFIA	
WEBGRAFIA	50
ANEXOS	51
	52

## **CERTIFICACIÓN**

Lic. Dana Villacís Chávez Mg. G:E.

### **CERTIFICA:**

Que la presente tesis de grado con el tema PROGRAMA DE CAPACITACIÓN EN IDIOMA INGLÉS, QUE FAVORECE LA COMUNICACIÓN CON CLIENTE DE HABLA INGLESA, DIRIGIDO AL PERSONAL DE AENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE DE FYBECA-MALECON DE LA CIUDAD DE MANTA, PERÍODO 2014-2014, de la señorita Dolores Carolina Intriago Daza, ha sido desarrollado bajo los lineamientos planificados de asesorías de la Institución.

Lic. Dana Villacís Chávez.

**Directora**

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA**

Se deja constancia que la presente tesis de grado PROGRAMA DE CAPACITACIÓN EN IDIOMA INGLÉS, QUE FAVORECE LA COMUNICACIÓN CON CLIENTE DE HABLA INGLESA, DIRIGIDO AL PERSONAL DE AENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE DE FYBECA-MALECON DE LA CIUDAD DE MANTA, PERÍODO 2013- 2014, es de mi autoría y se la ha desarrollado basada y consultada en las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

**Dolores Carolina Intriago Daza**

# **UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALAFARO DE MANABÍ”**

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

Los miembros del tribunal examinador aprueban el informe de investigación sobre el tema: PROGRAMA DE CAPACITACIÓN EN IDIOMA INGLÉS, QUE FAVORECE LA COMUNICACIÓN CON CLIENTE DE HABLA INGLESA, DIRIGIDO AL PERSONAL DE AGENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE DE FYBECA-MALECON DE LA CIUDAD DE MANTA, PERÍODO 2013- 2014.; de la egresada Dolores Carolina Intriago Daza.

Para constancia firman:

Tribunal examinador

Tribunal examinador

Tribunal examinador

## **DEDICATORIA**

Con todo mi cariño y mi amor esta tesis se la dedico a mi Dios quien me guió por el camino de la sabiduría y me brindó su fortaleza en los momentos difíciles y me hizo descansar en Él.

Al igual mi gratitud, mi amor y mi admiración para las personas que hicieron su máximo esfuerzo en la vida para que yo alcanzara mis metas: mis padres, gracias a ellos por todo su apoyo y motivación.

Con todo mi afecto les ofrezco esta tesis de grado que tiene un significado muy especial para ustedes y para mí.

## RECONOCIMIENTO

El presente trabajo de tesis, en primera instancia me gustaría agradecerlo a ti Dios por llenarme de fortaleza y bendecirme en cada paso que doy día a día en mi vida.

A mi madre María Dolores Daza y toda mi familia, porque nunca han dejado de creer en mí y siempre ser mi soporte para impulsarme a la consecución de todos mis proyectos.

A mi Directora de tesis, Lcda. Dana Villacís Ch. por siempre estar presente cuando la necesité y ser amiga y faro de sabiduría para guiarme con sus conocimientos para así culminar con esta tesis..

A la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, a la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo, a mis maestros y maestras haberme dado la oportunidad de estudiar y así realizarme como profesional.

De igual manera a la Lcda. Divina Intriago D., ex Decana de la Facultad por su constante lucha para que la Facultad y sus estudiantes lograrán sus metas, y distinguirse como una excelente líder, educadora y persona.

Son innumerables las personas que han formado parte de mi vida estudiantil y de este proyecto de tesis a las que me llenaría de alegría nombrar y a las cuales les quedare eternamente agradecida por todos sus consejos, apoyo, amistad, y compañía en momentos buenos y difíciles de mi vida.

## SÍNTESIS

La habilidad de comunicarse en otro idioma es romper barreras comunicacionales; la demanda de dominar un idioma extranjero, primordialmente el idioma inglés es de trascendental importancia para alcanzar el éxito a nivel laboral en este mundo globalizado, y más que todo, en la esfera de los negocios que apuntan al servicio al cliente y la tecnología, dado que en actualidad no existe un suficiente conocimiento del idioma inglés en estas empresas.

En consecuencia, este trabajo se lo efectuó con el objetivo de determinar el nivel de conocimiento del idioma inglés con la finalidad de elaborar un programa de capacitación del idioma inglés, dirigido al personal de atención de la empresa Fybeca, Malecón en la ciudad de Manta, que favorezca la comunicación con clientes de habla inglesa. En esta investigación se aplicó varios métodos que han permitido el acercamiento al fenómeno en estudio, que coadyuvaron al cumplimiento del objetivo propuesto. Se aplicó la técnica de encuestas y entrevistas con la finalidad de recopilar la información que demuestra la necesidad de aplicar la capacitación en el idioma inglés al personal de la empresa Fybeca-Malecón.

La atención y servicio al cliente es primordial dentro de una sociedad tan competitiva como la nuestra, y cada día se evidencia que en las empresas, como la farmacéutica, precisa de un personal que tenga un eficiente conocimiento del idioma inglés.

## **ABSTRACT**

The ability to communicate in another language is for breaking communication barriers; the demand to master a foreign language, mainly English is of paramount importance to achieve success at work level in this globalized world, and most of all, in the businesses field targeting customer service and technology, given that there is not enough sufficient knowledge of the English language in these companies today.

Consequently, this investigation work is performed with the objective of determining the level of knowledge of the English language in order to develop a program of English language training for customer service staff at the company Fybeca, Malecón in the city of Manta that favors communication with English speaking clients. In this research several investigation methods had been used that allowed us to approach the phenomenon under study, which contributed to the implementation of the proposed target was applied. Technical surveys and interviews in order to gather information that demonstrates the need for training in the English language to company personnel Fybeca-Malecón was applied.

The attention and customer service is of vital importance in such a competitive society like ours, and every day is evidence that companies, such as pharmaceutical, accurate personnel who have a working knowledge of English.

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad, resulta imprescindible el aprendizaje del idioma inglés, se evidencia cada día la necesidad y el empleo de su aplicación en casi todas las áreas de conocimiento y campos de acción de los seres humanos. Se podría afirmar que es la lengua del mundo contemporáneo. La globalización, es la era donde ha originado que este idioma se internacionalice y ha repercutido e introducido en todos los países no-anglosajones, afectando directa o indirectamente a los diversos campos y profesiones.

Su dominio no se lo puede considerar como una “posesión privilegiada” de algunos, sino que es una necesidad incuestionable, ya se hace imperioso el uso de dos idiomas: su lengua materna y el inglés. Todo el mundo puede aprenderlo sin importar la edad, nunca se es demasiado mayor, no es difícil si se disfruta.

En el resumen de algunos autores del libro de Competencias en la Comunicación, de Niño Rojas (2007) indica al respecto de la comunicación que ésta aparece como algo esencial ligado a la vida humana y como instrumento para la construcción del tejido social. Da fuerzas y nutre a una comunidad, como lo hace el agua, el aire o los alimentos en la vida biológica. Berlo (1977).

Todos los seres humanos necesitan comunicarse, las palabras transmiten mensajes, agradables y también desagradables, los hacen sentir bien y otras

incómodos, pero a través de ellas se manifiestan los pensamientos, lo que se desea y lo que la persona es, y donde el ser humano se dirige precisa intercambiar ideas, aún más cuando se viaja o se traslada de un país a otro, por cualquier motivo que se lo realice, por tal razón es menester que las personas que manejen o incursionen en empleos donde se relacionen con usuarios de diferentes nacionalidades, y más cuando se vive en una ciudad donde existe la afluencia de turistas de habla inglesa, es imperativo que sus competencias lingüísticas sean óptimas en función de comunicarse con los demás..

Ante lo expuesto, este trabajo de investigación, va a contribuir para analizar las verdaderas necesidades del aprendizaje del inglés en el área farmacéutica de las redes de Fybeca, especial la del Malecón, para mejorar su atención y fortalecer el servicio al cliente de habla inglesa, y el beneficio a la sociedad que conllevará la capacitación del personal, además considerando que ésta ciudad cada día está ingresando a otros niveles de desarrollo, por tanto, es un gran reto para las empresas que prestan servicio al cliente ampliar sus horizontes profesionales. Es muy importante que nuestras empresas, servicios a los usuarios sean cada vez más competitivos, la calidad de atención ha pasado en este siglo a ser primordial, pero un servicio de calidad, ya que de esta forma impone en la sociedad su prestigio.

Las empresas tienen conocimiento que el inglés es una herramienta para internacionalizar el mercado. Y las que han puesto en práctica las estrategias para hacerlo son las que han resistido la actual crisis económica en la cual se

está viviendo a nivel mundial. Sin embargo, se puede evidenciar que muchas empresas, reconocen que existen barreras a la hora de comunicarse con sus clientes potenciales en el idioma inglés, ya que éste se ha convertido en la “lengua franca” para todos los negocios internacionales.

El Ecuador se ha caracterizado como uno de los países más visitados de América Latina, por la variedad de atractivos tanto naturales como culturales, que hace que sea un mercado potencial hacia otros países. Igualmente se puede observar que la ciudad de Manta es uno de los sitios donde en los últimos tiempos se ha tenido una afluencia considerable de turistas de habla inglesa, ya sea a través de los cruceros o visitantes que ingresan a esta ciudad para realizar negocios, y la lengua que más se ha considerado usada tanto para turismo y principal en la economía-empresarial. (Cerde Redondo, 2000)

La Provincia de Manabí cuenta con importantes centros turísticos, y empresas y redes de farmacias Fybica, en las cuales acuden gran cantidad de usuarios extranjeros y de habla inglesa o que manejan el inglés, como el idioma para expresarse y comunicarse, así mismo en la ciudad de Manta, y el insuficiente personal que maneje el idioma dificulta el proceso comunicativo con los usuarios, por tanto disminuye el aceleramiento productivo, fenómeno que nos insta a reflexionar sobre las destrezas lingüísticas y la comunicación, como un elemento central en la formación de futuros profesionales en cualquier área de estudio, ya que la necesidad de incursionar en diversas plazas o campos laborales que se precise utilizar el idioma, aunque en muchas ocasiones no sea precisamente de la especialidad propiamente dicha.

La empresa Fybeca, es un grupo empresarial ecuatoriano, cuyos orígenes datan desde 1930, creada con la finalidad de buscar el bienestar de la comunidad, comenzando por sus colaboradores, sus familias, clientes, proveedores y sus accionistas. Las principales marcas comerciales, Fybeca y Sana-Sana, son un referente nacional de productos de calidad, servicio de excelencia y permanente innovación. En 2010 se constituyó como un holding empresarial bajo el nombre de Corporación Grupo Fybeca S.A. (Coporación GPF), fortaleciendo su posicionamiento dentro del retail farmacéutico y con la visión de expansión a otros negocios asociados y relacionados, apalancados en actuales y nuevas capacidades estratégicas.

Incursionar en la empresas de redes farmacéutica como Fybeca, no requiere propiamente de un título específico, pero si de un personal con una formación profesional que brinde el adecuado y excelente servicio al usuario tanto nacional como extranjero y es preciso que se brinde una capacitación en el idioma inglés para ofrecer a los turistas una mejor imagen y se sientan cómodos al asistir a un lugar donde exista una oportunidad de interrelacionarse con los turistas, por tanto se plantea esta pregunta:

**¿Cómo favorece un programa de capacitación en el idioma inglés al personal de la empresa Fybeca-Malecón en la ciudad de Manta, que fortalezca la comunicación con los clientes de habla inglesa?**

Para orientar de una manera más acertada este trabajo de investigación se ha formulado ciertas preguntas directrices al respecto:

1.- Cuál es el nivel de conocimiento del idioma inglés posee el personal de Fybeca-Malecón que favorezca la comunicación con los clientes de habla inglesa?

2.- Cuál es la manera más adecuada con la que el personal de Fybeca-Malecón se comunican con los clientes de habla inglesa?

3.- Qué problemas se manifiestan en la comunicación entre el personal de atención al cliente y el usuario de habla inglesa?

4.- Se lograría mejorar la comunicación entre el personal de atención al cliente y los usuarios de habla inglesa a través de un programa de capacitación en el idioma inglés?

Se ha establecido como objeto de estudio la capacitación en el idioma inglés y el campo la comunicación con clientes de habla inglesa de Fybeca-Malecón de la ciudad de Manta.

Esta investigación es de vital importancia para la sociedad de Manta por ser una reconocida ciudad turística, que al poseer profesionales con conocimiento del idioma inglés que faciliten la comunicación con personas extranjeras que hablan este idioma y los turistas que ingresan continuamente por este puerto,

redundara en beneficio para la empresa Fybeca-Malecón, además por estar localizada en un lugar estratégico y por ende a la comunidad donde se realizó este trabajo..

Se logró que el presente trabajo haya sido factible, por que se contó con la colaboración del personal y los directivos de la empresa para realizarla, se dispusieron con los recursos necesarios para el desarrollo de la misma y se obtuvo la información bibliográfica necesaria para alcanzar los resultados relacionados a la temática propuesta.

Como **objetivo general** se planteó: “ Elaborar un programa de capacitación del idioma Inglés, dirigido al personal de atención de la empresa Fybeca, Malecón en la ciudad de Manta, que favorezca la comunicación con clientes de habla inglesa”, y como sus tareas científicas se formularon las siguientes:

- ✓ Determinar el nivel de conocimiento del idioma inglés del personal de atención de Fybeca -Malecón de Manta.
- ✓ Investigar las manifestaciones de comunicación entre el personal de atención de la empresa con los clientes de habla inglesa.
- ✓ Describir la situación problemática en la empresa Fybeca – Malecón de Manta a través de la investigación de campo.

- ✓ Proponer un programa de capacitación del idioma inglés para los empleados de la empresa que fortalezca la comunicación entre el personal y los usuarios de habla inglesa.

La **hipótesis** de esta investigación se la estableció de esta forma: La aplicación de un programa de capacitación en el idioma inglés, dirigido al personal de atención y servicio al cliente de Fybeca – Malecón en la ciudad de Manta, favorecerá la comunicación con clientes de habla inglesa.; planteando la variable independiente: Capacitación en el idioma inglés y como variable dependiente: Comunicación con clientes de habla inglesa.

La **metodología** utilizada en el desarrollo de la tesis se la realizó a través de varios métodos que ayudarán a obtener información suficiente y poder certificar este trabajo. Se aplicó la **investigación de campo**, en el lugar donde se encontraron los sujetos, se tuvo acercamiento a la situación de estudio que aportará con los datos necesarios para el trabajo investigativo además la **cualitativa** porque permite interpretar los hechos y se basó en evidencias documentales; la investigación **descriptiva** porque permitió llegar al conocimiento de diferentes elementos predominantes con exactitud y **propositiva** que utilizando los resultados de la investigación facilitó formular una propuesta de un programa de capacitación que favorecerá la comunicación entre los clientes de Fybeca y su personal.

Los métodos utilizados en este proceso de investigación se establecieron el **cualitativo** porque permitió interpretar los hechos y fenómenos evidenciados en notas de campo, **cuantitativo** porque se determinó el análisis de la información a través de los cuadros estadísticos

Con la finalidad de conocer la situación problemática se utilizaron la técnica de la **entrevista**, aplicada a los directivos de la empresa, **encuestas** al personal que labora en Fybeca-Malecón y a los clientes o usuarios extranjeros de habla inglesa que concurren al lugar de la investigación, resultados que aportaron a la recopilación de información que permitió a la comprobación de la hipótesis planteada.

Para la presente investigación se consideró como **universo:** a Directivos, personal de atención y servicio al cliente de la empresa Fybeca-Malecón, y los usuarios de habla inglesa de ésta empresa.

La muestra se la determinó tomando del universo total a 3 directivos, 19 personas que trabajan en el área de atención al cliente I y 20 usuarios de Fybeca-Malecón.

## **CAPÍTULO I**

### **1.1 MARCO TEORICO**

#### **1.1.1 Antecedentes Investigativos**

El presente trabajo de investigación no presenta antecedentes investigativos en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo.

#### **1.1.2 Fundamentación Legal**

El presente tema de investigación se sustenta en la Constitución del Ecuador (2008), en el Título I, Elementos Constitutivos del Estado, del capítulo segundo de los ciudadanos y ciudadanas, fundamentado en el artículo 9, que dice:

“Las personas extranjeras que se encuentren en el territorio ecuatoriano tendrán los mismos derechos y deberes que los y las ecuatorianos, de acuerdo con la constitución”.

También en el Título II, Derechos, Capítulo segundo de los Derechos del Buen Vivir, sección tercera, Comunicación e Información, que también se fundamenta en el artículo 16 párrafo primero que dice:

Todas las personas, en forma individual o colectiva tiene derecho a:

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. (Constitución del Ecuador, 2008)

La comunicación es un derecho que poseen tanto los ecuatorianos como los extranjeros que viven dentro del territorio ecuatoriano y esta comunicación deberá ser incluyente y ser realizada en idioma nativo de cada individuo.

### **1.1.3 Fundamentación Teórica**

#### **1.1.3.1 Concepto de Comunicación**

La concepción tradicional indica que la comunicación es la transferencia de información de un punto a otro a través de algún medio. Este concepto se establece desde una perspectiva unidireccional y de tipo monológico donde se aplica más el verbo “comunicar” que el de “comunicarse”.

“Comunicarse es el acto de hacer circular, compartir o intercambiar, por algún medio, experiencias (conocimientos, opiniones, actitudes, emociones, deseos, requerimientos, etcétera) entre dos o más personas, con un propósito particular, y en situaciones reales de la vida humana” (Niño Rojas, 2007,p.5).

Por otro lado el autor Niño establece que el acto de comunicarse involucra un proceso más intrincado que el de solo la transferencia de información de un punto a otro, ya

que la acción de comunicarse se caracteriza por ser un proceso en el cual se considera la realización de actos que implican agentes personales al igual la participación de varios elementos que hacen la acción comunicativa posible tomando siempre en consideración el medio y la integralidad de las experiencias.

Tomando ambas perspectivas sobre la concepción de la comunicación se puede decir que esta es un proceso que se cumple en un determinado espacio temporal y físico entre dos o más personas con la finalidad de compartir mutuamente un mensaje específico.

### **1.1.3.2 Importancia de la Comunicación**

Desde la aparición del hombre sobre la tierra la comunicación ha jugado un papel de mucha importancia en la supervivencia y desarrollo del ser humano, ya que ésta les permitía encontrar comida, ubicarse, advertir el peligro y muchas otras cosas más.

En la actualidad la realidad sobre la importancia de la comunicación no es nada diferente a tiempos pasados teniendo en cuenta que el ser humano necesita comunicarse (compartir un mensaje con respecto a una necesidad) con aquellos que lo rodean desde que nace hasta el momento de su muerte.

En los negocios de hoy, en la vida social y familiar, usted requiere toda la habilidad que pueda manejar en cualquier tipo de comunicación. Esto comprende, por supuesto, el lenguaje hablado y escrito. También incluye la expresión no verbal, los gestos y el lenguaje corporal, que puede ser igualmente importante en la comunicación de sus ideas y sentimientos a los demás. (Walton, 1992: p. 1)

A lo largo de la vida del hombre y la mujer deberán atravesar incontables procesos de comunicación de forma permanente en todos los ámbitos en los cuales se desenvuelvan y para esto hacen uso de los diferentes tipos de comunicaciones adecuándolas a cada situación que ayudará a que el mensaje pueda ser interpretado de una mejor manera.

### **1.1.3.3 Elementos de la Comunicación**

Para que exista comunicación, es imprescindible que haya un emisor (quien emite el mensaje) y alguien que lo recepta, el perceptor. También tiene que existir un código común y un canal, además, por supuesto, del mensaje propiamente dicho (De la Fuente, 2007, p. 19).

Para el autor Ricardo de la Fuente es imposible que se pueda realizar el proceso de la comunicación sino se cuenta con los siguientes elementos:

**Emisor** que es aquel que se encarga como su nombre lo dice de emitir el mensaje que se quiere compartir.

**Perceptor** encargado de recibir el mensaje difundido previamente por el emisor, se debe aclarar que tanto el emisor como el perceptor tiene la facultad de intercambiar sus respectivos papeles dentro del proceso comunicacional. Esto es lo que ocurre en

un diálogo entre dos o más personas, en donde los mensajes van y vienen, ayudando a retroalimentar la conversación.

**El código** tiene una vital importancia, debido a que es el que permite que el mensaje sea entretendido, en esta categoría entran los diferentes idiomas hablados mundialmente.

**El canal** es el medio físico que impresiona los sentidos del receptor en forma de una señal. En otras palabras son las diferentes maneras en las que se pueden enviar un mensaje, las cuales pueden ser de forma verbal o no verbal.

**El mensaje** es el centro de todo proceso comunicativo, es aquel elemento que cohesionan todos los elementos anteriores ya que es la razón por la cual se inicio este proceso en primer lugar. El mensaje es lo que se quiere comunicar entre el emisor y el receptor.

#### **1.1.3.4 La comunicación y el Lenguaje**

Se puede definir al lenguaje como la facultad de expresarse, un conjunto sistemático de signos que permiten la comunicación. Este indica muestra una caracterización común en el hombre y los animales que les permite expresar sus experiencias para poderlas comunicar a otros por medio del uso de un código común (señales, símbolos y sonidos) que serán registrados por los órganos de los sentidos.

Al ser humano le tomó millones de años de evolución para constituir lo que hoy se conoce como lenguaje moderno, el que empezó a efectuarse por medio de gesticulaciones con la ayuda de sus extremidades y las expresiones faciales para luego empezar a ejercitar su aparato fonador el cual le permitía expresar sonidos, que luego utilizaría como principal forma de expresar mensajes con otros de su especie. Este proceso evolutivo dio como consecuencia la creación del primer idioma conocido como el indoeuropeo, llamado así por suponer que se hablaba en gran parte de Europa y de la India, el cual es una lengua muerta debido a que no se la utiliza más en la actualidad.

Dentro de la comunicación el lenguaje juega un papel de vital importancia ya que es el encargado de operar como el código común, esto quiere decir que el lenguaje son los códigos ya sean palabras, símbolos o gestos que serán utilizados para transmitir un determinado mensaje entre el emisor y el receptor, los cuales serán decodificados por los sentidos para poder ser comprendidos y entendidos.

#### **1.1.3.5 El inglés como lenguaje para la comunicación**

Consultor temático práctico Lexus. (2001) Tomo II. Barcelona, España. Como idioma, el inglés ha variado considerablemente durante los mil quinientos años de su existencia. Se formó en Gran Bretaña después de su invasión de un grupo de tribus germánicas; a partir de entonces ha sufrido una evolución constante hasta alcanzar el grado de desarrollo que hoy se conoce. El hecho de que no exista una academia de la Lengua Inglesa, Johnson (1755) autor del primer diccionario de la lengua inglesa, ha proporcionado dos cualidades singulares a este idioma; en primer lugar riqueza y heterogeneidad de vocabulario, ya que por su léxico es tanto una lengua romántica

como germánica; en segundo lugar la aptitud que tiene de enriquecerse de nuevas formas y creaciones.

La lengua inglesa ocupa sin lugar a dudas un sitio preferencial en el abanico de idiomas que se hablan en el mundo. Se puede decir que millones de personas lo tienen como lengua materna, habiendo llegado a convertirse, incluso, en segunda lengua en casi todos los países.

Por consiguiente, la necesidad que tiene el ser humano de comunicarse lo impulsa a buscar constantemente a emprender algún tipo de comunicación con los miembros de su misma especie para lo cual utiliza diferentes clases de códigos, pueden ser estos no verbales como verbales, como por ejemplo el uso del idioma para poder hacer que el mensaje que desea expresar sea entendido y asimilado por el respectivo perceptor del mismo.

El inglés como lenguaje, en la actualidad se ha convertido en uno de los códigos comunes más utilizados para entablar algún tipo de comunicación con personas de diferentes países sin importar que el inglés no sea su lengua materna, por lo cual este idioma es considerado como en el lenguaje global o lengua franca por excelencia en la era moderna de la comunicación.

El conocimiento y dominio del idioma inglés aporta no solo como una vía para iniciar relaciones comunicativas con personas de otros países y otros trasfondos culturales, sino también que contribuye con el acercamiento con sus contextos culturales lo cual vuelve a la persona más competente comunicacionalmente.

Por tanto, es importante dejar en claro que en el tiempo actual gran parte de la comunicación se realiza de forma electrónica, a consecuencia de las bondades que genera el uso de las diferentes redes sociales y dispositivos electrónicos, lo cual permite un acercamiento a personas de otras partes del mundo con mayor facilidad, y todas ellas hacen uso del inglés como denominador común para poder interrelacionarse entre ellas, sin olvidar que más del 80% de la información que se encuentra en la red, esta almacenada en inglés para sea utilizada por cualquiera que esté en la capacidad de dominar el lenguaje de la comunicación global.

#### **1.1.3.6 Importancia del Inglés como idioma global**

Globalmente se estima que existen alrededor de entre tres a cinco mil lenguas entre ellas el inglés. Esta lengua se ha convertido en el tercer idioma más hablado mundialmente después del chino mandarín y del español.

Actualmente el idioma inglés es el más utilizado para la comunicación global, por situarse como la primera lengua en unos países y la segunda lengua en otros, de más de 508 millones de personas y teniendo un monto estimado de 1.000 millones de hablantes a nivel mundial, por lo consecuente más de un tercio de las publicaciones literarias están escritas en este idioma, al igual que más del 75% de la bibliografía científica utilizada para las diferentes investigaciones de diversas ramas. English Language Institute de República Dominicana (2014) Información Recuperada de <http://www.eli.com.do>. Rivas, Elise. (2014). Inglés, como idioma universal. Recuperado <http://www.elnuevodiario.com.ni>.

Por tal razón, se podría precisar que el idioma inglés se ha establecido como la lengua de las comunicaciones aéreas y marítimas además de utilizarse como el idioma oficial de la diplomacia en las Naciones Unidas, ONU, Unión Europea entre otras Organizaciones Internacionales.

Dada la importancia que tiene esta lengua dentro de la comunicación en el mundo global se ha vuelto casi una obligación el dominar el inglés, si se quiere aplicar a mejores ofertas laborales en cualquier parte del mundo, lo que ha convertido al aprendizaje del idioma inglés en el día de hoy en una necesidad más que en un lujo como era concebido en épocas pasadas.

#### **1.1.3.7 El idioma inglés como medio para comunicarse con los clientes**

Para poder ofrecerles a los clientes un adecuado servicio al cliente que pueda aclarar sus dudas y satisfacer sus necesidades es indispensable que exista una buena comunicación entre el consumidor y la persona que le está prestando el servicio.

Muchas ocasiones las empresas no cuentan con el personal capacitado para atender correctamente al cliente en todos los aspectos necesarios, uno de estos es poder comunicarse con clientes extranjeros que se acercan a las empresas a poder adquirir un producto o servicio, pero estos no dominan el idioma local y no existe personal

adecuado dentro de la empresa que pueda comunicarse con ellos ya que no tiene conocimiento del idioma inglés.

Ha quedado establecido que el inglés es por excelencia el idioma de las comunicaciones globales, por lo cual es imprescindible que las empresas cuenten con un personal capacitado en este idioma que brinde un servicio adecuado a clientes extranjeros de habla inglesa y poder entablar relaciones de comunicación con estos usuarios para así poder satisfacer las necesidades de los mismos.

El idioma inglés se ha transformado en un instrumento fundamental para el progreso de las industrias y empresas en especial aquellas que están en contacto con clientes internacionales, debido a que este idioma, colabora para tender un puente entre una cultura y otra además coadyuva a poder entablar comunicación con un rango más amplio de clientes.

La comunicación dentro de la interacción con el cliente es vital y necesita de la utilización correcta y adecuada de todos los elementos del proceso comunicacional, por lo cual si en este proceso el cliente y la persona que lo está atendiendo comparten todos los elementos, menos el código común que en este caso sería el idioma será imposible brindar correctamente el servicio requerido.

#### **1.1.3.8 A tención y servicio al cliente**

Los consumidores son elementos que se encuentran en constante cambio de gustos y preferencias de compra, por lo cual es importante anticiparse al cambio de actitudes y expectativas del cliente para así poder satisfacer de forma adecuada sus necesidades y para esto se aplica la atención y servicio al cliente.

El servicio al cliente es un conjunto de acciones que están interrelacionadas, ofrecidas por un ente determinado con la finalidad de que el cliente pueda obtener aquello que está buscando en el momento y el lugar adecuado, además de mostrar cual es el uso adecuado del bien o servicio adquirido.

La atención al cliente es un elemento primordial dentro del proceso de venta y esta es tan poderosa como son los descuentos, la publicidad o la venta personal. Esta actividad se debe ejecutar tan pronto que el cliente sienta curiosidad por adquirir un producto. El principal objetivo de la atención al cliente es poder disipar cualquier duda o inquietud que el cliente tenga para cerrar la venta, de esta manera fidelizar su aporte a la empresa y por consiguiente satisfacer la necesidad que el cliente quiere cubrir.

Es necesario reconocer que en la actualidad los entornos comerciales se están perfilando con una uniformidad en cuanto al uso de las tecnologías de la información y de comercialización de productos y servicios, pero la diferenciación se manifiesta de acuerdo a la manera como se trata y atiende al cliente.

Debido a que la migración esta copando nuestro entorno, y el desarrollo industrial, turístico, artesanal y empresarial está avanzando en un proceso acelerado de mejoramiento en el área de atención al cliente por parte de personas extranjeras, este

factor obliga que el personal de las empresas de la localidad, que atienden a los usuarios obtengan una ventaja sobre este fenómeno y esta vendría ser como un valor agregado el conocimiento del idioma inglés, que favorecería a las organizaciones que posean personal bilingüe y por ende a la ciudad.

#### **1.1.3.9 Importancia de la comunicación en el servicio al cliente**

Kotler, (2004) define al cliente como el motivo principal por el cual se producen y comercializan bienes y servicios, además que éste no solo es un individuo aislado, sino un equipo o conjunto que consume productos y servicios brindados por otras fuentes.

Para tratar con los clientes es indispensable conocer sus necesidades para lograr dar una mejor atención, por cuanto los usuarios se acercan a una empresa con expectativas, deseos y planes que desean ser cubiertas.

Los autores Kotler y Keller (2006) definen la satisfacción al cliente:

Una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los Resultados esperados) con las expectativas de beneficios previas. Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado (p, 144)

El cliente y la satisfacción al cliente dentro de la atención al mismo es fundamental y en este caso donde la comunicación es un medio por el cual se va a dar satisfacción a los usuarios que se acercan a este tipo de empresas, la

capacitación del personal en la lengua inglesa es obligatoria y la selección de personal que cuente con este perfil.

La comunicación es un elemento de mucha importancia dentro del servicio al cliente ya que la comunicación es un vinculo de relación establecida entre dos o más personas. La comunicación se utiliza para fortalecer la relación entre el cliente y la empresa por medio de la interacción del personal que en ella labora.

Cuando un consumidor se acerca a una empresa a adquirir un bien o servicio este va formando expectativas con el servicio que se le ofrecerá para adquirir dicho producto o servicio.

Cobra (2002) se refiere a la calidad de servicio como: “es el consumidor quien determina qué es calidad”

La calidad del servicio que el cliente reciba al realizar la acción de compra es medida de acuerdo a cuan satisfecha esta la expectativa del servicio que el cliente esperaba recibir, entre mas se supere las expectativas de los clientes en relación al servicio, se ha cumplido con los objetivos de la atención al cliente, y para la consecución de este objetivo, la comunicación juega un papel fundamental.

En muchas ocasiones el personal de atención al cliente comete el error de utilizar los mismos sistemas comunicacionales que se aplican a clientes potenciales con clientes habituales y esto es un gran desacierto. Cada tipo de clientes requiere un tipo de

comunicación diferente, ya que necesita satisfacer necesidades específicas para lo cual se le debe presentar un servicio personalizado.

Los mensajes que se transmiten dentro de una comunicación entre cliente y empleado determinan la calidad del servicio al cliente que se está brindado, por consiguiente los mensajes que se emiten deben ser oportunos, además de prestar mucha atención a la situación de expectativa que tiene el usuario frente al cómo quiere ser atendido.

Al utilizar los elementos comunicacionales de forma adecuada ayudara a mejorar el servicio que se le brinda a los clientes y por consecuencia al elevar el nivel de la atención al cliente disminuirá la brecha tensional que posee el cliente frente a sus expectativas y su percepción del servicio.

#### **1.1.3.10 Tipos de atención al cliente**

Partiendo de que cada cliente es diferente y tiene diferentes tipos de necesidades y preferencias, es importante que se le brinde una atención personalizada debidamente diseñada para cada uno, por lo que se debe tomar en consideración la existencia de tres tipos de atención al cliente que serán de ayuda a este proceso y se mencionan a continuación de acuerdo a González, Aldo y Olvera Daniel (2012) La Atención (Tesis de Licenciatura en Mercadotecnia) Universidad de Tepeyac, México.

**Atención activa y voluntaria** la cual es una acción que se realiza por lo general cara a cara o persona a persona en otras palabras en una atención presencial la cual se

realiza como un acto consiente que no involucra ningún intermediario y su fin es aclarar o distinguir algo. Esta atención trata de enfocar todas las energías en un único interlocutor con el que se está trabajando.

**Atención activa involuntaria** esta atención al cliente está orientada basada en una percepción que se tiene de la posible necesidad que el cliente tiene y se quiere cubrir de alguna manera sin que este manifieste algún requerimiento verbalmente.

**Atención Pasiva** esta es una acción que es atraída sin esfuerzo alguno y tiene como objetivo generar sensaciones gratas y son estas las cuales orientan esta atención.

#### **1.1.3.11 Elementos de la atención al cliente**

Se debe tener en claro la importancia del cliente para la supervivencia de las empresas ya que es el cliente el encargado de proveerle de los respectivos ingresos a las empresas que ofertan productos o servicios para que estas se mantengan a flote.

Por lo cual se debe de proporcionar de un excelente servicio al cliente para así lograr la fidelización del mismo con la empresa y no permitir que la competencia se adueñe de ese ingreso económico y para lograr este objetivo se debe de tomar en cuenta los elementos de la atención al cliente presentados a continuación. Calderón, Neira (2002). El Servicio al cliente. (Tesis de Licenciatura en Ventas) Universidad de Lima. Perú

## **Determinación de las necesidades del cliente**

Es importante que la empresa comience utilizando esta herramienta para poder investigar y analizar las preferencias y los gustos de los clientes para lo cual se necesita determinar primero qué tipo de clientes quiere tener o cual es su público objetivo, luego se necesita saber cuáles son las necesidades básicas de este público objetivo para poder satisfacerlas de la mejor manera. Para esto se debe aplicar un proceso de atención personalizada debido a que cada cliente es diferente y presentará necesidades distintas que necesitarán ser cubiertas de formas específicas por lo cual será necesario la creación de políticas y de estrategias para poder mejorar la atención brindada.

Zeithaml y Bitner (2002) indica que las expectativas “son los estándares o puntos de referencia del desempeño contra los cuales se comparan las experiencias del servicio, y a menudo se formulan en términos de lo que el cliente cree que debería suceder o que va a suceder” p. 34

Cuando un cliente se acerca a un lugar para adquirir un servicio de la índole que fuere, siempre lleva ciertas expectativas, que se manifiestan por experiencias anteriores, comentarios con otros clientes, necesidades propias o el servicio que presta o el lugar donde se desarrolla la empresa.

## **Ciclo de servicios**

Las empresas necesitan estar informadas de las tendencias temporales de las necesidades de atención de los clientes es decir cada cuanto tiempo el cliente

pide ayuda o en que épocas del año los clientes necesitan mayor ayuda, etc. Esto es muy común dentro de las empresas que ofrecen servicios de turismo ya que estas están pudientes para así invertir mayores recursos para mejorar la atención al cliente.

Otra forma de aplicar la herramienta sobre el ciclo de servicios es determinar las necesidades de los clientes ayudándose de la utilización de parámetros de medición como por ejemplo las renovaciones de suscripciones a catálogos o revistas ya que de esta manera las empresas pueden enterarse de cuáles son las preferencias de los clientes y de esta manera poder ofrecerle nuevos productos o servicios.

### **Encuestas**

Es costumbre dentro de las empresas el realizar encuestas acerca del servicio al cliente mediante el famoso buzón de sugerencias pero la realidad es que la aplicación de este método es de poca efectividad para el mejoramiento de la atención, por lo cual se recomienda que este proceso de investigación debe realizarse de manera personal y directa y desarrollado por una persona que sea responsable de asistir al cliente en cualquiera que sea su necesidad o duda. Es también recomendable que todos los miembros del personal estén en la capacidad de hacer esta labor.

### **Evaluación del servicio de calidad**

La evolución es un proceso importante dentro de la atención al cliente ya que es parte del proceso de personalización del servicio y esto es lo que llevara a la

posible fidelización del cliente con la empresa para lo cual es importante seguir los siguientes lineamientos:

- Mostrar total atención al cliente
- Poseer una presentación adecuada frente al cliente
- Brindar una atención personal y con amabilidad
- Tener a mano información adecuada que ayudará a aclarar dudas que tenga el cliente
- Tener una correcta y adecuada expresión corporal y oral

### **Análisis de recompensas y motivación**

Es fundamental para que se pueda aplicar una buena atención al cliente que el personal que trabaja en las empresas se encuentre motivado y esto basa en dos factores fundamentales que son:

- La valoración del trabajo lo que quiere decir como la empresa gratifica a sus empleados por un buen desempeño en sus tareas. Esto se puede hacer por medio de remuneraciones monetarias adicionales, sistemas de bonificaciones o comisiones etc.
- La motivación es vital ya que un equipo de trabajo motivado rendirá de mejor manera para lo cual se utilizan incentivos dentro de la empresa, mejorar las condiciones laborales, realizar talleres o capacitaciones motivacionales, programas de integración y dinámicas de participación.

## CAPITULO II

### 2.1. Análisis e interpretación de los resultados

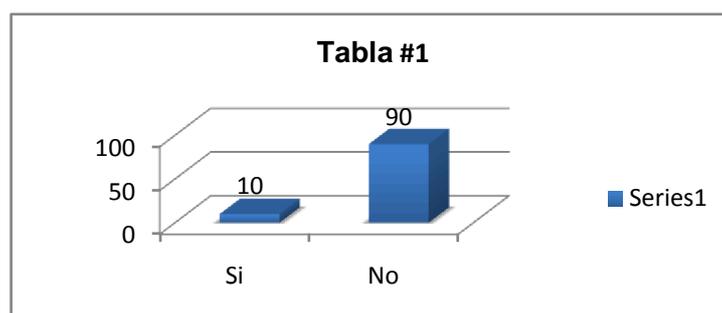
Una vez de tabular las encuestas dirigidas a los empleados de Fybeca Malecón, se obtuvieron los siguientes resultados:

Pregunta No 1

1. ¿Domina usted el idioma inglés?

Cuadro No 1

RESPUESTAS	RESULTADOS	PORCENTAJES
Si	2	10%
No	17	90%
<b>TOTAL</b>	19	100%



Fuente: Empleados de Fybeca-Malecón Manta

Elaborado por: Carolina Intriago Daza

### Análisis

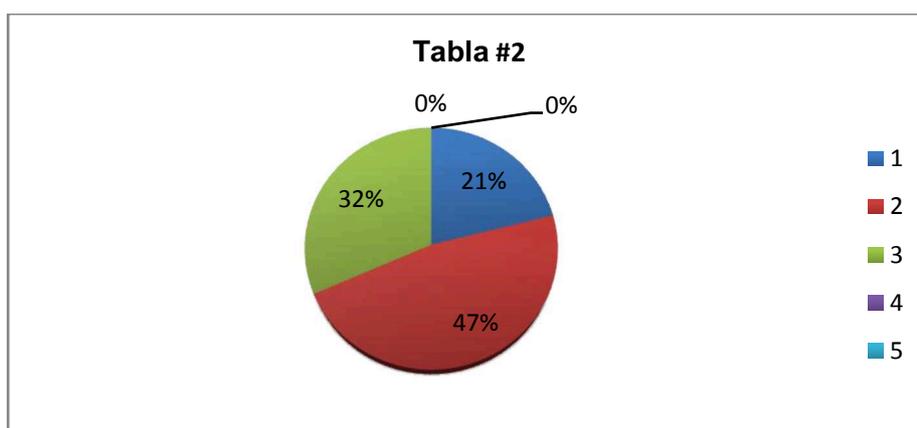
Los resultados obtenidos en la investigación sobre el dominio del idioma inglés por el personal de Fybeca-Malecón evidencian que el 90% de ellos no dominan el inglés y el 10% lo dominan a un nivel medio, lo que demuestra que la gran mayoría de los colaboradores de la empresa no se encuentran en la capacidad de entablar una comunicación efectiva con clientes de habla inglesa, por lo que se amerita una capacitación.

## Pregunta No 2

2.- Del 1 al 5 (siendo 1 nivel bajo y 5 nivel alto) califique su nivel de inglés.

Cuadro No 2

RESPUESTAS	RESULTADOS	PORCENTAJES
1	4	21%
2	9	47%
3	6	32%
4	0	0%
5	0	0%
<b>TOTAL</b>	19	100%



Fuente: Empleados de Fybeca-Malecón Manta  
Elaborado por: Carolina Intriago Daza

### Análisis

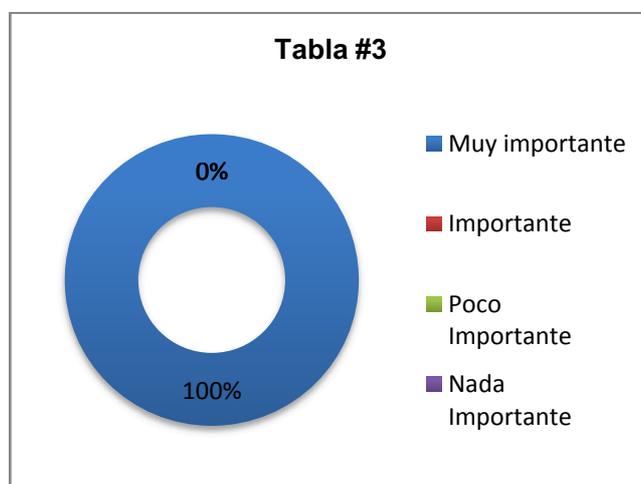
Respecto al nivel de dominio del idioma inglés que poseen los empleados de Fybeca-Malecón, se evidencia que un 47% de los trabajadores dominan el inglés en un nivel básico, un 32% lo dominan en un nivel medio y un 21% de los empleados dominan el idioma inglés en un nivel inicial, lo que muestra que las personas que trabajan en Fybeca-Malecón poseen un nivel de inglés básico-medio, lo cual no es suficiente para atender a los usuarios de habla inglesa.

### Pregunta No 3

3. ¿Qué importancia cree usted que tiene la comunicación dentro de la atención al cliente?

Cuadro No3

RESPUESTAS	RESULTADOS	PORCENTAJES
Muy importante	19	100%
Importante	0	0%
Poco Importante	0	0%
Nada Importante	0	0%
<b>TOTAL</b>	19	100%



Fuente: Empleados de Fybeca-Malecón Manta  
Elaborado por: Carolina Intriago Daza

### Análisis

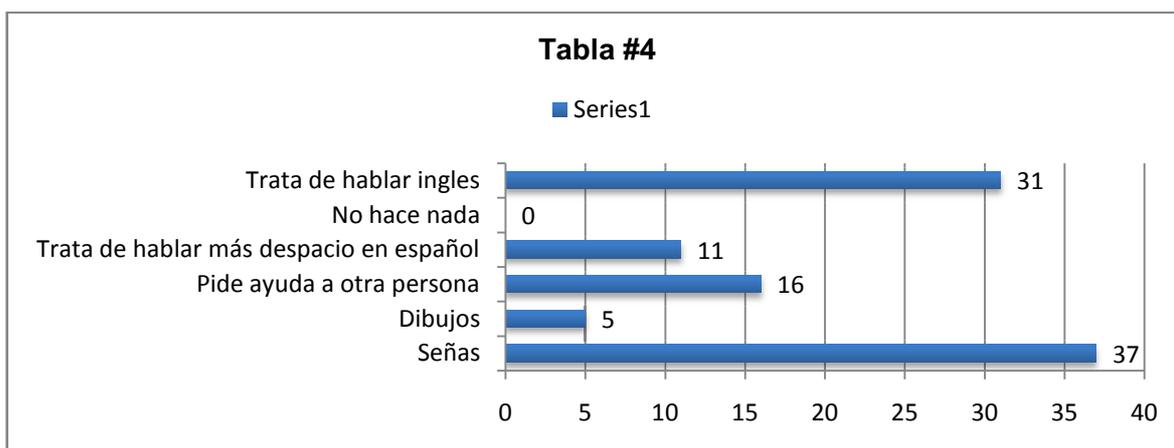
Los datos respecto a la importancia que tiene la comunicación dentro de la atención al cliente reflejan que un 100% de los colaboradores que laboran en Fybeca-Malecón consideran muy importante la comunicación para brindar una excelente atención al cliente, por cuanto es el medio de cubrir sus expectativas..

#### Pregunta No 4

4. ¿Cuándo atiende a un cliente que no habla español cómo se comunica usted con el/ella?

Cuadro No 4

RESPUESTAS	RESULTADOS	PORCENTAJES
Señas	7	37%
Dibujos	1	5%
Pide ayuda a otra persona	3	16%
Trata de hablar más despacio en español	2	11%
No hace nada	0	0%
Trata de hablar ingles	6	31%
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>



Fuente: Empleados de Fybeca-Malecón Manta  
Elaborado por: Carolina Intriago Daza

#### Análisis

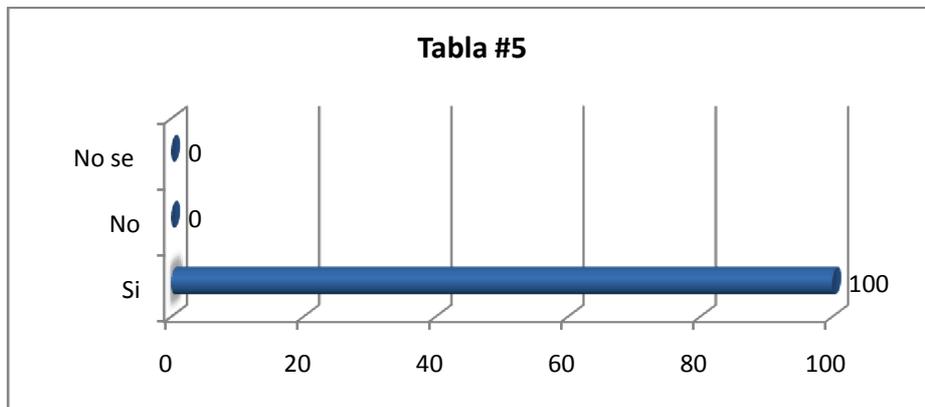
De acuerdo a los datos, se evidencia que un 37% de los encuestados utilizan señas para comunicarse con los clientes de habla inglesa, un 31% trata de hablar en inglés, un 16% le pide ayuda a otros colaboradores, un 11% opta por hablar más despacio en español, mientras un 5% se comunica con los clientes ayudándose en dibujos, lo que demuestra que la utilización de la comunicación gestual es la principal herramienta para poder entablar comunicación con los clientes extranjeros a falta del dominio del inglés.

Pregunta No 5

¿Piensa usted que el conocimiento del idioma inglés le ayudaría a dar un mejor servicio al cliente a usuarios que no hablan español?

Cuadro No 5

RESPUESTAS	RESULTADOS	PORCENTAJES
Si	19	100%
No	0	0%
No se	0	0%
<b>TOTAL</b>	19	100%



Fuente: Empleados de Fybeca-Malecón Manta  
Elaborado por: Carolina Intriago Daza

**Análisis**

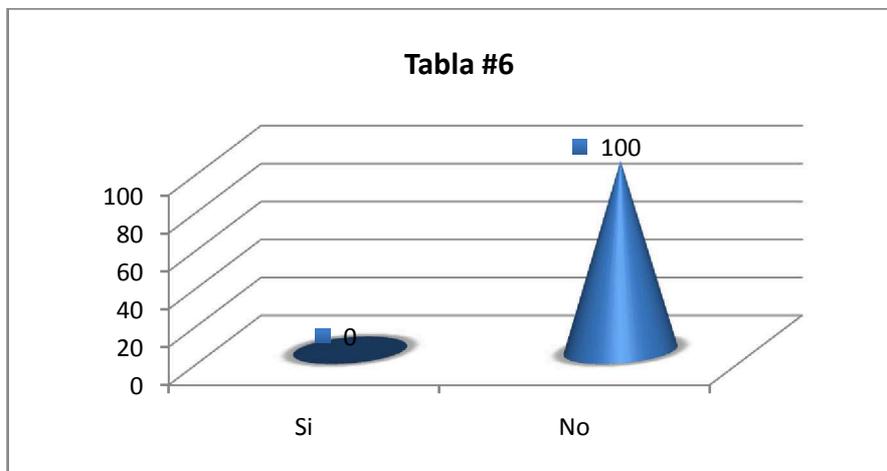
Con relación al apoyo que brindaría el dominio del idioma inglés para a brindar un mejor servicio al cliente, se reflejan que un 100% de los colaboradores de Fybeca-Malecón consideran que favorecería para brindar un mejor servicio al cliente a los clientes que no hablan español además consideran que es un plus para un profesional dominar otro idioma..

Pregunta No 6

6. ¿Ha recibido usted alguna capacitación sobre servicio al cliente para mejorar la comunicación con clientes que no hablan español?

Cuadro No 6

RESPUESTAS	RESULTADOS	PORCENTAJES
Si	0	0%
No	19	100%
<b>TOTAL</b>	19	100%



Fuente: Empleados de Fybeca-Malecón Manta  
Elaborado por: Carolina Intriago Daza

**Análisis**

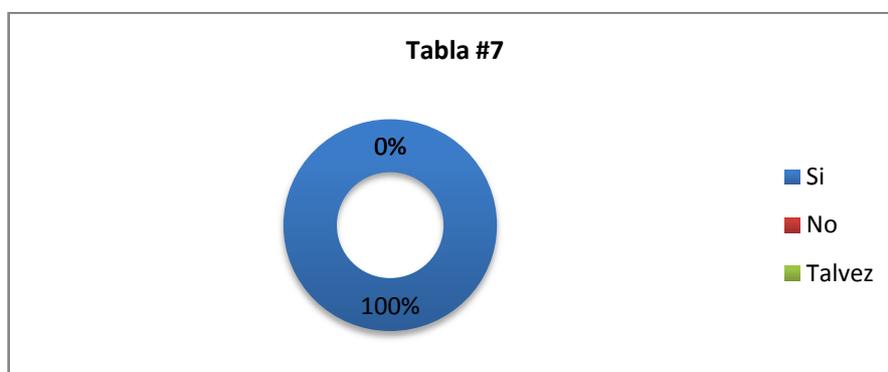
En cuanto en haber recibido alguna capacitación sobre el servicio al cliente para mejorar la comunicación con los clientes que no hablan español, el 100% de los encuestados respondieron que no han recibido capacitaciones para poder solucionar el inconveniente de no poder comunicarse con clientes de habla inglesa, pero les gustaría tener la oportunidad para hacerlo.

### Pregunta No 7

7. ¿Si Fybeca-Malecon implementara una capacitación en el idioma inglés usted estaría dispuesto/a a tomarla?

Cuadro No 7

RESPUESTAS	RESULTADOS	PORCENTAJES
Si	19	100%
No	0	0%
Tal vez	0	0%
<b>TOTAL</b>	19	100%



Fuente: Empleados de Fybeca-Malecón Manta  
Elaborado por: Carolina Intriago Daza

### Análisis

El 100% de los empleados encuestados están dispuestos en recibir una capacitación en el idioma inglés para así mejorar su desempeño en la atención al cliente de habla inglesa para así satisfacer de mejor manera sus necesidades, y ofrecer un servicio de calidad a la comunidad donde se desarrollan como empresa y crecer cada día en el campo farmacéutico que se está tornando más competitivo en la actualidad..

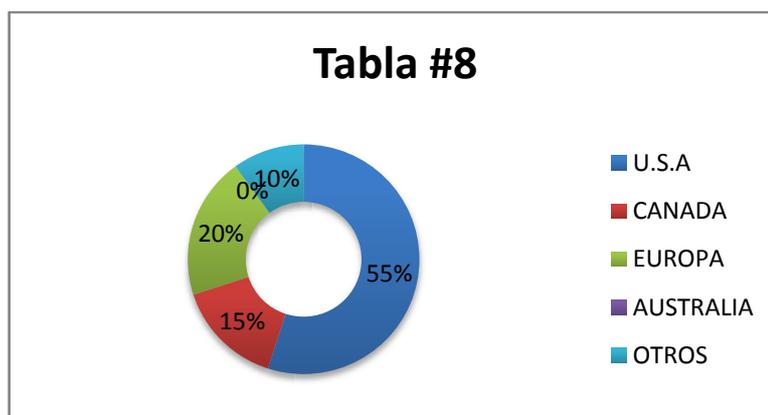
## Encuestas dirigidas a clientes de habla inglesa de Fybeca Malecón:

Pregunta No1

1. Where are you from? (De donde es usted?)

Cuadro No 8

RESPUESTAS	RESULTADOS	PORCENTAJES
U.S.A	11	55%
CANADA	3	15%
EUROPA	4	20%
AUSTRALIA	0	0%
OTROS	2	10%
<b>TOTAL</b>	20	100%



Fuente: Clientes de habla inglesa de Fybeca-Malecón Manta  
Elaborado por: Carolina Intriago Daza

### Análisis

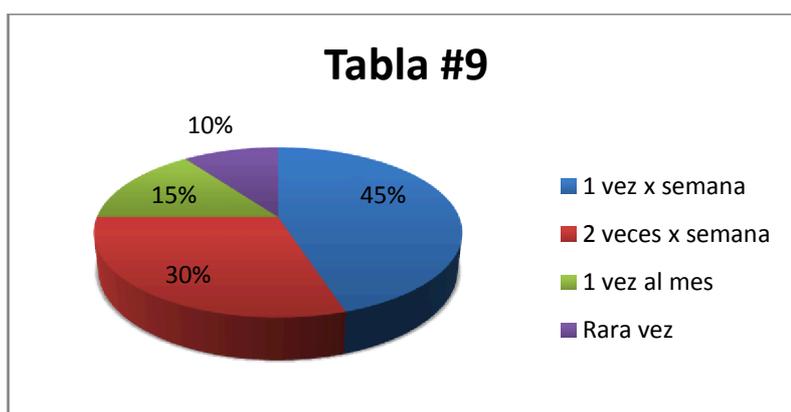
De acuerdo a las encuestas realizadas se observa que un 55% de los clientes que atiende Fybeca-Malecón son de origen estadounidense, 20% son de Europa, un 15% son canadienses y un 10% son provenientes de otros países que no hablan español, se resalta que la mayoría de los encuestados son de procedencia de Estados Unidos de Norteamérica.

## Pregunta No2

2. How often do you come to Fybeca -Malecon? (¿Con qué frecuencia visita Fybeca Malecón?)

Cuadro No 9

RESPUESTAS	RESULTADOS	PORCENTAJES
1 vez x semana	9	45%
2 veces x semana	6	30%
1 vez al mes	3	15%
Rara vez	2	10%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>



Fuente: Clientes de habla inglesa de Fybeca-Malecón Manta  
Elaborado por: Carolina Intriago Daza

### Análisis

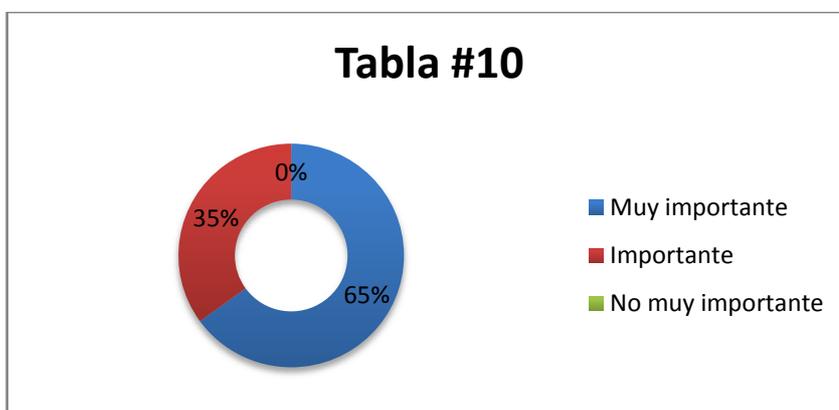
La información obtenida de la encuesta realizada a los clientes de habla inglesa de Fybleca- Malecón respecto a con qué frecuencia visita el establecimiento para realizar alguna compra fue muestra que un 45% frecuenta a Fybeca-Malecón, una vez por semana, un 30% va dos veces por semana, un 15% una vez al mes asiste y un 10% rara vez, considerándose que el porcentaje de visita de éstos usuarios es significativa, lo cual hace necesario un personal bilingüe.

### Pregunta No 3

3. How important do you think is that the Fybeca's employees speak English ? (¿Can importante cree usted que es que el personal de atención hable inglés?)

Cuadro No 10

RESPUESTAS	RESULTADOS	PORCENTAJES
Muy importante/ Very important	13	65%
Importante/ Important	7	35%
No muy importante/ Not very important	0	0%
<b>TOTAL</b>	20	100%



Fuente: Clientes de habla inglesa de Fybeca-Malecón Manta  
Elaborado por: Carolina Intriago Daza

### Análisis

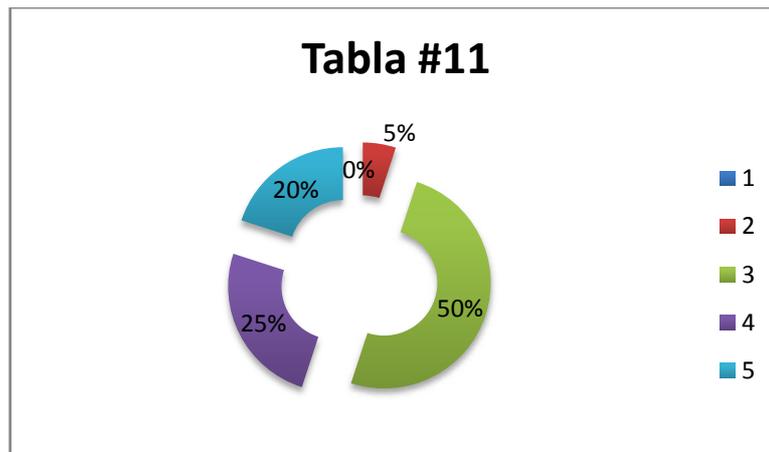
Entre los clientes de habla inglesa encuestados un 67% considera muy importante que los empleados de Fybeca-Malecón hablen inglés y un 35% solo lo considera importante. Por lo cual se ve la necesidad que las personas que trabajan en ese establecimiento se comuniquen con ellos en su idioma creando un ambiente de seguridad y satisfacción del servicio brindado..

Pregunta No 4

4. Please rate Fybeca's customer service from 1 to 5 (1 being very bad and 5 excellent) (califique en escala de 1 a 5 el servicio al cliente en Fybeca malecon (siendo 1 malo y 5 excelente) )

Cuadro No 11

RESPUESTAS	RESULTADOS	PORCENTAJES
1	0	0%
2	1	5%
3	10	50%
4	5	25%
5	4	20%
<b>TOTAL</b>	20	100%



Fuente: Clientes de habla inglesa de Fybeca-Malecón Manta  
Elaborado por: Carolina Intriago Daza

**Análisis**

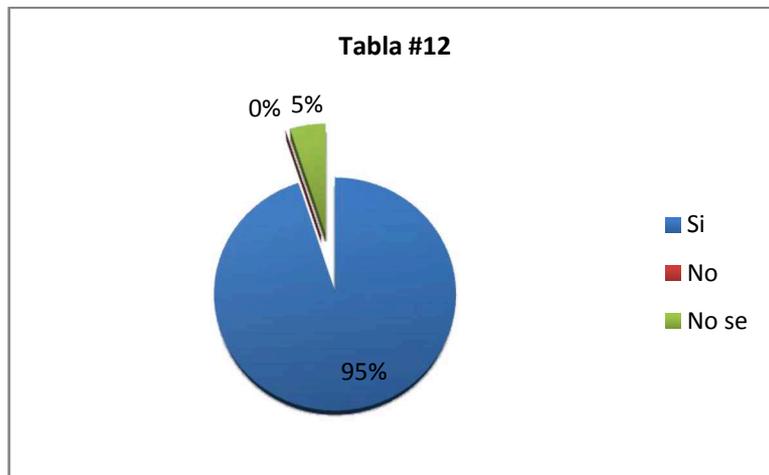
La opinión de los clientes de habla inglesa sobre el servicio al cliente de Fybeca-Malecón, resalta que 50% de los encuestados cree que el servicio es bueno, un 25% piensa que es muy bueno y un 20% cree que es excelente. Lo cual demuestra que a pesar de las limitantes del idioma el servicio al cliente es bueno, pero se puede mejorar.

Pregunta No 5

5. Do you think that the Fybeca staff would need an English training to help their performance in customer service? (¿Considera usted importante una capacitación en el idioma inglés para personal de atención de Fybeca malecón?)

Cuadro No 12

RESPUESTAS	RESULTADOS	PORCENTAJES
Si/Yes	19	95%
No/No	0	0%
No se/Don't know	1	5%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>



Fuente: Clientes de habla inglesa de Fybeca-Malecón Manta  
Elaborado por: Carolina Intriago Daza

**Análisis**

Del estudio aplicado a los clientes de habla inglesa se muestra que un 95% cree que el personal de Fybeca-Malecón necesita una capacitación en el idioma inglés para mejorar el servicio al cliente y un 5% no están seguros de su respuesta ante la interrogante.

## **ENTREVISTA REALIZADA AL JEFE DE FYBECA- MALECÓN**

### **1. De acuerdo a su criterio ¿cómo valora usted el servicio al cliente de Fybeca Malecón cuando se atiende a clientes que no hablan español**

El servicio al cliente que brindamos siempre es el mejor, es verdad que nuestros colaboradores no dominan el idioma inglés, pero con un cliente extranjero nos esmeramos en entender y atender sus necesidades.

### **2. ¿Cree usted que los usuarios extranjeros salen satisfechos de Fybeca?**

Si, porque aunque no lo dominemos hacemos que el cliente escriba o nos ayude algún compañero que sepa el idioma.

### **3. ¿Cómo cree usted que se puede mejorar la atención a clientes de habla inglesa?**

Contratando personal bilingüe, colocando algún sistema en farmacia para ayudar al cliente extranjero, capacitando a nuestros compañeros en el idioma inglés.

### **4. ¿Cree que posee suficiente personal capacitado en el dominio del idioma inglés?**

No, eso ya depende de cada uno aprender el idioma y ponerlo en práctica.

**5. ¿Se capacita de alguna manera al personal de atención al cliente de Fybeca Malecón en el idioma inglés o servicio al cliente?**

Solo, en servicio al cliente por ese motivo damos calidad de servicio, en el tema del idioma no nos hemos preocupado por capacitar a los compañeros.

**6. Considera usted viable una capacitación en el idioma inglés para el personal de atención al cliente de Fybeca Malecón?**

Claro que si eso sería muy importante, de esa forma incrementaríamos las ventas y el cliente se sentirá mucho más satisfecho.

## **ENTREVISTA A SUPERVISORA DE FYBECA-MALECON - MANTA**

**1. De acuerdo a su criterio ¿cómo valora usted el servicio al cliente de Fybeca Malecón cuando se atiende a clientes que no hablan español**

Se pide ayuda al chico que más domine el inglés en la farmacia, se va a la pantalla y utilizamos el traductor que tenemos en la pantalla desplegable.

**2. ¿Cree usted que los usuarios extranjeros salen satisfechos de Fybeca?**

Si porque se les nota en sus rostros que salen satisfechos.

**3. ¿Cómo cree usted que se puede mejorar la atención a clientes de habla inglesa?**

Haciendo capacitaciones con el personal a cargo, haciéndoles comprender la importancia de un buen servicio dirigido a clientes extranjeros.

**4. ¿Cree que posee suficiente personal capacitado en el dominio del idioma inglés?**

No se cuenta con suficiente personal capacitado, es un motivo por el cual debemos tratar de capacitarnos para mejorar el servicio.

**5. ¿Se capacita de alguna manera al personal de atención al cliente de Fybeca Malecón en el idioma inglés o servicio al cliente?**

Solo en servicio al cliente, la capacitación de inglés depende de cada uno de nuestros colaboradores, existe un portal en las que se pueden auto preparar en el idioma inglés.

**6. Considera usted viable una capacitación en el idioma inglés para el personal de atención al cliente de Fybeca Malecón?**

Claro que sí, es necesario porque esto nos ayudaría a mejorar el idioma inglés y así dar un mejor acercamiento a clientes extranjeros.

## CAPITULO III

### 3.1. Conclusiones

- El personal de Fybeca-Malecón posee un conocimiento Inicial-básico del idioma inglés, salvo un número mínimo de empleados que tienen un conocimiento intermedio del mismo, que es insuficiente para la atención a los usuarios de habla inglesa.
- El no tener el conocimiento adecuado del idioma inglés se ven obligados a utilizar la comunicación gestual, en unos casos, en otros a través de dibujos, hablar en español en forma pausada o solicitar ayuda a alguno de los compañeros o compañeras que tienen un nivel de conocimiento de inglés que facilita la comunicación con estos clientes.
- En la empresa, la atención al cliente es excelente, los clientes están satisfechos, ya que el personal cubre las expectativas de la ciudadanía en la que se desenvuelve. En lo que respecta a la atención y servicio de los clientes de habla inglesa se evidencia la insuficiencia del conocimiento del idioma inglés.
- Los Directivos de Fybeca-Malecón reconocen los puntos débiles en relación a la falta de conocimiento del idioma inglés que obstaculiza poder entablar una comunicación adecuada con el cliente de habla inglesa.

### 3.2 Recomendaciones

- Considerar al inglés como herramienta comunicacional que mejora el rendimiento en la calidad del servicio al cliente de habla inglesa, tomando en cuenta que Manta es una ciudad que recibe gran cantidad de turistas y extranjeros anualmente.
- Sugerir los directivos de la empresa tomen en consideración que al seleccionar nuevo personal, éstos tengan conocimiento del idioma inglés a un nivel al menos intermedio - avanzado, porque de esta manera la calidad de satisfacción al cliente se elevará, y por ende redundará en beneficio de la empresa.
- Utilizar otras estrategias para evitar el uso del lenguaje gestual y el español, como elaborar cartillas con el lenguaje básico comunicacional, con la finalidad de que el personal se habitúe y pueda aprender las frases más comunes de atención al cliente.
- Implementar la propuesta "El saber comunicarse abre puertas al mundo" para elevar el conocimiento del idioma inglés del personal de atención y servicio de Fybeca-Malecón que favorecerá la comunicación con los usuarios de lengua inglesa.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. 1. Propuesta**

#### **EL SABER COMUNICARSE ABRE PUERTAS AL MUNDO**

##### **Justificación**

La comunicación es parte esencial del ser humano, porque por medio de esta herramienta se interrelacionan las personas para satisfacer ciertas necesidades comunicacionales que sirven para dar atención a los distintos usuarios que acuden a la empresa Fybeca-Malecón en busca de estos servicios con expectativas de que van a recibir una excelente atención.

Las expectativas de los clientes de habla inglesa de esta empresa precisan que éstas sean cubiertas por el personal de atención al cliente al lograr entablar una comunicación en el idioma inglés, que es el más hablado en el entorno, y en ocasiones el no existir ese entendimiento, es causal de frustración e incomodidad. Por tal razón nace la necesidad de aplicar un programa de capacitación del idioma de inglés al personal de atención y servicio al cliente de Fybeca-Malecón que favorezca la comunicación con clientes de habla inglesa.

##### **Programa de capacitación**

A través de este programa de capacitación se les proporcionará herramientas para introducirlos al aprendizaje para aquellos que tienen un nivel básico del

idioma y el fortalecimiento del idioma inglés para aquellos que su nivel de conocimiento es intermedio, el mismo que beneficiará a la comunicación entre los usuarios que hablan el idioma inglés y el personal de atención y servicio de Fybeca-Malecón.

Esta propuesta beneficiará al personal de atención y servicio de esta empresa, como a los clientes que desconocen el idioma español y necesariamente deben comunicarse en el idioma inglés, considerando que es un idioma reconocido mundialmente como universal, lo que les brindará seguridad, comodidad y un mejor desenvolvimiento en el entorno donde están relacionándose, además favorecerá a esta ciudad por la afluencia de extranjeros que la visitan. .

**Objetivo General:**

Elaborar un programa de capacitación en idioma inglés al personal de atención y servicio del personal de Fybeca-Malecón que favorezca la comunicación con los usuarios de habla inglesa.

**Objetivos específicos:**

- ✓ Fomentar la necesidad del conocimiento del idioma inglés para la atención al cliente de habla inglesa.
- ✓ Desarrollar un programa de capacitación para fortalecer el aprendizaje del idioma a nivel básico e intermedio que fortalezca la comunicación con los usuarios.

## **Beneficiarios**

Serán beneficiarios:

- ✓ Personal de Atención y servicios de Fybeca-Malecón, que se le brindará las estrategias necesarias para el aprendizaje del idioma inglés que mejorará la comunicación con los clientes de habla inglesa.
- ✓ Los directivos de la empresa

## **Plan de acción**

Los cursos de capacitaciones de inglés dirigidos al personal de Fybeca-Malecón se sugieren que sean dictados durante seis meses, en cursos de 2 meses cada uno, tres días a la semana, dos horas cada día, o cursos intensivos los sábados cuatro horas, de acuerdo a los niveles de conocimiento, serán dictados en los espacios de la empresa establecido para la capacitación.

Se considera que el personal labora en horarios rotativos se recomienda elaborar un horario de acuerdo a su tiempo disponible, así mismo los horarios en general deberán ajustarse a la disponibilidad de tiempo.

Los cursos serán impartidos por profesionales de enseñanza de inglés, seleccionados y contratados por la empresa.

Para el personal que su conocimiento esta en el nivel básico tomará los cursos de Basic English por dos meses, que al ser aprobado continuará al nivel (Intermediate) siguiente por dos meses de duración, culminando con el tercer nivel (Advanced) con duración de dos meses.

Al finalizar cada nivel los participantes serán evaluados en las cuatro destrezas para ser promovidos al siguiente nivel, de acuerdo a los parámetros establecidos por los instructores/as.

#### **NIVEL BASIC ENGLISH**

- Spelling, numbers, alphabet, greetings
- Pronunciation, letters, sounds, vowels consonants, syllables and words
- Pronouns, articles, preposition
- Adjectives, Possessive adjectives and pronouns
- Verb to be, simple present, Present continuous
- WH questions. Imperatives
- Nouns, quantifier, adverbs, comparatives and superlatives
- Practicing four skills, dialogues

#### **NIVEL INTERMEDIATE ENGLISH**

- Simple past regular and irregular verbs
- Past continuous, Questions with and without auxiliaries
- Conjunctions so, because, but, although

- Future tense, will, going to, should, have to, need to
- Modals verbs, ability, permission, request, advice and suggestion
- Present perfect (experience), + ever+ never
- Present perfect or simple past
- Present perfect + yet + already+ for+ since
- Practices four skills

### **NIVEL ADVANCED ENGLISH**

- Passive Voice, reported speech
- First conditional (If+ present will +base form)
- Second conditional ( If +past, would+ base form)
- Oral practices, dialogues, search different cultures and customs
- Practices in group or pair about their jobs
- Development four skills - Practices

## BIBLIOGRAFÍA

Asamblea Constituyente, (2008). Constitución del Ecuador.

Cobra (2008) Marketing de Servicios. Estrategia para Turismo, Finanzas, Salud y Comunicación. Segunda Edición.

Corporación GPF, (2011). Memoria Corporativa

Crystal, D (2003), English as Global Language (2nd edition), Cambridge University Press.

De la Fuente, Ricardo (2007) Diez mil años de comunicación. Primera Edición

Kotler, Phillip, Bloom Paul y Hayes Thomas (2004) Marketing de Servicios Profesionales

Kotler; Keller (2006) Dirección de Marketing G. Deudécima Edición, Pearson Educación, S.A. México.

Lexus (2001) Consultor Temático Práctico, Volumen 2

Niño Rojas, Victor Miguel (2008) Competencias en la comunicación Segunda Edición

Power, Carla (2005). Not the Queen's English. Newsweek. Mar. 2005.  
<http://www.newaweek.com/id/49022>

Redondo, Cerdá (2000) El inglés para turismo. Diferencias y similitudes con el inglés de los negocios.

Sifakis,N:C. (2004) Teaching EIL – teaching international or intercultural English? What teachers should know. System 32.2: 237-50

Tschohl, John (2008) El libro servicio al cliente (Achieving Excellence Through customer service) (5ta edición)-ISBN 968-860-752-5- Minneapolis, Minnesota.

Walton, Sam (1992) Made in America Second Edition.

Zeithaml y Bitner (2002) Marketing de Servicios: Un enfoque de integración del cliente a la empresa. Segunda Edición. Mc Grow Hiel México.

Web grafía

English Language Institute de República Dominicana (2014) Recuperada de [www.eli.com.do](http://www.eli.com.do)

English Language Institute de República Dominicana (2014) IRecuperada de : [www.elnuevodiario.com.ni](http://www.elnuevodiario.com.ni)

González, Aldo y Olvera Daniel (2012) La Atención (Tesis de Licenciatura en Mercadotecnia) Universidad de Tepeyac, México. Recuperado de: [www.monografias.com/trabajos35/atencion/atencion.shtml](http://www.monografias.com/trabajos35/atencion/atencion.shtml)

Calderón, Neira (2002). El Servicio al cliente. (Tesis de Licenciatura en Ventas) Universidad de Lima. Perú. Recuperado de: [www.monografias.com/trabajos11/sercli/sercli.shtml](http://www.monografias.com/trabajos11/sercli/sercli.shtml)

# AneXOS



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI  
FACULTAD DE GESTIÓN, DESARROLLO Y SECRETARIADO  
EJECUTIVO**

**CARRERA: SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGUE  
ENCUESTA AL PERSONAL DE ATENCIÓN DE FYBECA MALECÓN MANTA**

**FAVOR RESPONDER A SU CRITERIO LAS INTERROGANTES COMO PROCESO DE INVESTIGACION, PREVIO AL CUMPLIMIENTO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE LICENCIATURA EN SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGUE.**

**1. ¿DOMINA USTED EL IDIOMA INGLÉS?**

SI ( ) NO ( )

**2. DEL 1 AL 5 (SIENDO 1 NIVEL BAJO Y 5 NIVEL ALTO) CALIFIQUE SU NIVEL DE INGLES.**

- a) 1 ( )
- b) 2 ( )
- c) 3 ( )
- d) 4 ( )
- e) 5 ( )

**3. ¿QUÉ IMPORTANCIA CREE USTED QUE TIENE LA COMUNICACIÓN DENTRO DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE?**

- a) MUY IMPORTANTE ( )
- b) IMPORTANTE ( )
- c) POCO IMPORTANTE ( )
- d) NADA IMPORTANTE ( )

**4. ¿CÚANDO ATIENDE A UN CLIENTE QUE NO HABLA ESPAÑOL CÓMO SE COMUNICA USTED CON EL/ELLA?**

- a) SEÑAS ( )
- b) DIBUJOS ( )
- c) PIDE AYUDA A OTRA PERSONA ( )
- d) TRATA DE HABLAR MAS DESPACIO EN ESPAÑOL ( )
- e) NO HACE NADA ( )
- f) TRATA DE HABLAR EN INGLÉS ( )

**5. ¿PIENSA USTED QUE EL CONOCIMIENTO DEL IDIOMA INGLES LE AYUDARÍA A DAR UN MEJOR SERVICIO AL CLIENTE A USUARIOS QUE NO HABLAN ESPAÑOL?**

- a) SI ( )
- b) NO ( )
- c) NO SE ( )

**6. ¿HA RECIBIDO USTED ALGUNA CAPACITACIÓN SOBRE SERVICIO AL CLIENTE PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN CON CLIENTES QUE NO HABLAN ESPAÑOL?**

- a) SI ( )
- b) NO ( )

**7. ¿SI FYBECA MALECON IMPLEMENTARA UNA CAPACITACIÓN EN EL IDIOMA INGLÉS USTED ESTARIA DISPUESTO/A A TOMARLA?**

- a) SI ( )
- b) NO ( )
- c) TALVEZ ( )

**MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI  
FACULTAD DE GESTIÓN, DESARROLLO Y SECRETARIADO  
EJECUTIVO  
CARRERA: BILINGUAL EXCECUTIVE SECRETARIAL**

**SURVEY TO USERS**

**BASED ON YOUR PERSONAL CRITERIA PLEASE ANSWER THE FOLLOWING QUESTIONS IN ORDER TO OBTAIN MY BACHELOR DEGREE IN BILINGUAL EXCECUTIVE SECRETARIAL.**

**1. WHERE ARE YOU FROM?**

- a) USA ( )
- b) CANADA ( )
- c) EUROPE ( )
- d) AUSTRALIA ( )
- e) OTHER ( )

**2. HOW OFTEN DO YOU COME TO FYBECA MALECON?**

- a) ONCE A WEEK ( )
- b) TWICE A WEEK ( )
- c) ONCE A MONTH ( )
- d) VERY RARELY ( )

**3. HOW IMPORTANT DO YOU THINK IS THAT THE FYBECA'S EMPLOYEES SPEAK ENGLISH ?**

- a) VERY IMPORTANT ( )
- b) IMPORTANT ( )
- c) NOT IMPORTANT ( )

**4. PLEASE RATE FYBECA'S COSTUMER SERVICE FROM 1 TO 5 (1 BEING VERY BAD AND 5 EXCELLENT)**

- a) 1 ( )
- b) 2 ( )
- c) 3 ( )
- d) 4 ( )
- e) 5 ( )

**5. DO YOU THINK THAT THE FYBECA STAFF WOULD NEED AN ENGLISH TRAINING TO HELP THEIR PERFORMANCE IN COSTUMER SERVICE?**

- a) YES ( )
- b) NO ( )
- c) DON'T KNOW ( )

**THANK YOU FOR YOUR TIME AND HELP**



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI  
FACULTAD DE GESTIÓN, DESARROLLO Y SECRETARIADO  
EJECUTIVO  
CARRERA: SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGUE**

**ENCUESTA A USUARIOS DE HABLA INGLESA DE FYBECA MALECÓN MANTA**

**FAVOR RESPONDER A SU CRITERIO LAS INTERROGANTES COMO PROCESO DE INVESTIGACION, PREVIO AL CUMPLIMIENTO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE LICENCIATURA EN SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGUE.**

**1. ¿DE DÓNDE ES USTED?**

- a) ESTADOS UNIDOS
- b) CÁNADA
- c) EUROPA
- d) AUSTRALIA
- e) OTROS

**2. ¿CON QUÉ FRECUENCIA VISITA FYBECA MALECÓN?**

- a) UNA VEZ POR SEMANA
- b) DOS VECES POR SEMANA
- c) UNA VEZ AL MES
- d) RARA VEZ

**3. ¿CÚAN IMPORTANTE CREE USTED QUE ES QUE EL PERSONAL DE ATENCION HABLE INGLÉS?**

- a) MUY IMPORTANTE
- b) IMPORTANTE
- c) POCO IMPORTANTE

**4. CALIFIQUE EN ESCALA DE 1 A 5 EL SERVICIO AL CLIENTE EN FYBECA MALECON (SIENDO 1 MALO Y 5 EXCELENTE)**

- a) 1
- b) 2
- c) 3
- d) 4
- e) 5

**5. ¿CONSIDERA USTED IMPORTANTE UNA CAPACITACIÓN EN EL IDIOMA INGLÉS PARA PERSONAL DE ATENCIÓN DE FYBECA MALECÓN?**

- a) SI
- b) NO
- c) TALVEZ

**MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI**

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

**CARRERA: SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGUE**

**ENTREVISTA A DIRECTIVOS DE FYBECA MALECÓN**

**Favor responder a su criterio las interrogantes, como proceso de investigación, previo al cumplimiento de estudios superiores de Licenciatura en Secretariado Bilingüe.**

1. DE ACUERDO A SU CRITERIO ¿CÓMO VALORA USTED EL SERVICIO AL CLIENTE DE FYBECA MALECÓN CUANDO SE ATIENDE A CLIENTES QUE NO HABLAN ESPAÑOL

.....  
.....  
.....

2. ¿CREE USTED QUE LOS USUARIOS EXTRANJEROS SALEN SATISFECHOS DE FYBECA?

.....  
.....  
.....

3. ¿CÓMO CREE USTED QUE SE PUEDE MEJORAR LA ATENCION A CLIENTES DE HABLA INGLESA?

.....  
.....  
.....  
.....

4. ¿CREE QUE POSEE SUFICIENTE PERSONAL CAPACITADO EN EL DOMINIO DEL IDIOMA INGLES?

.....  
.....  
.....  
.....

5. ¿SE CAPACITA DE ALGUNA MANERA AL PERSONAL DE ATENCION AL CLIENTE DE FYBECA MALECON EN EL IDIOMA INGLES O SERVICIO AL CLIENTE?

.....  
.....  
.....  
.....

6. SI ES ASI CON QUE FRECUENCIA LO HACE?

.....  
.....  
.....  
.....

7. CONSIDERA USTED VIABLE UNA CAPACITACIÓN EN EL IDIOMA INGLÉS  
PARA EL PERSONAL DE ATENCION AL CLIENTE DE FYBECA MALECON?

.....  
.....

