



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
EXTENSIÓN QUEVEDO
MODALIDAD PRESENCIAL

INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN.

MENCIÓN:
SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGÜE

TEMA:

TALENTO SECRETARIAL Y LA COMUNICACIÓN INTERNA-EXTERNA DEL
ESTUDIO JURÍDICO “BALLESTEROS VACA”, CIUDAD DE QUEVEDO, AÑO
2019.

AUTORA:

ARIAS FIGUEROA ALBA ROSARIO

DOCENTE GUÍA:

JADAN SOLIS PATRICIA YAJAIRA, MSc.

QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR

2020



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
EXTENSIÓN QUEVEDO



CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGÜE
MODALIDAD PRESENCIAL

DEDICATORIA

Este presente proyecto de tesis lo dedico a Dios que con su infinito amor y misericordia, me concedió sabiduría y entendimiento. También dedico este trabajo con mucho orgullo a mis cuatros hijos y nieta, ya que son los pilares fundamentales que me dan el impulso para salir adelante cada día.

De igual forma a mi madre, hermanos y primas que con su con su apoyo incondicional estuvieron en momentos de penurias estuvieron siempre ahí apoyándome incondicionalmente, y dando las palabras de perseverancia y luchar por mis ideales y jamás desmayar.

A mis maestros que gracias por su apoyo, por su tiempo, consejos y enseñanzas supieron guiarme por mi formación educativa y permitirme llegar a la culminación del mismo, de la misma manera a mis compañeras y de forma particular a mi amiga Liliana Paredes Quinto por su cariño, alegrías, dedicación y ocurrencias siempre fue mi moción para lograr este objetivo.

ALBA ROSARIO ARIAS FIGUEROA

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
EXTENSIÓN QUEVEDO**

**CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGÜE
MODALIDAD PRESENCIAL**

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento es en primer lugar a Dios por la vida, por su amor y bondad no tiene fin que gracias a él hoy me permite reírme ante todos mis logros; a mi familia que fueron mis primeros maestros y quienes sembraron valores morales y ética que formaron una persona de bien.

A mis hijos y nieta por siempre haberme dado la fuerza, motivación y el impulso que me ha llevado donde estoy ahora. Agradezco a todas mis compañeros que gracias al compañerismo, amistad y apoyo moral han aportado un alto porcentaje a mis ganas de seguir adelante en mi carrera profesional. De igual forma agradezco a la universidad por abrir sus puertas en su seno educativo, a sus docentes que impartieron sus conocimientos.

Mi agradecimiento también va dirigido al Gerente Propietario del Estudio jurídico “Ballesteros Vaca” el abogado Jorge Cristóbal Ballesteros Vaca por haber aceptado que se realice mi tesis en su prestigiosa empresa.

Mi sincero agradecimiento a mi tutora MCs. Jadan Solis Patricia Yajaira por haberme brindado la oportunidad de recurrir a su capacidad y a sus conocimientos, gracias a su paciencia y entrega supo guiarme en todo el proceso de tesis.

ALBA ROSARIO ARIAS FIGUEROA

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	1
TEMA.....	1
DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
AURORIZACIÓN DE LA AUTORIA INTELECTUAL.....	iii
CERTIFICADO DE APROBACION DE LA TUTORA DEL.....	iv
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DE LA TUTORA.....	v
CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD.....	vi
RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE CUADRO.....	x
DEMÁS ÍNDICE NECESARIOS.....	xi
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT.....	xiv
INTRODUCCION.....	1
INTRODUCCION.....	2
CAPITULO I.....	3
DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN	3
1.2. MARCO CONTEXTUAL.....	3
1.2.1 CONTEXTO INTERNACIONAL.....	3
2.1.2. CONTEXTO NACIONAL.....	4
1.2.3. CONTEXTO LOCAL.....	4
1.2.4 CONTEXTO INSTITUCIONAL.....	5
1.3 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	7
1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	8

1.4.1. PROBLEMA GENERAL.....	8
1.4.2. SUB-PROBLEMAS O DERIVADOS.....	8
1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
1.6. JUSTIFICACIÓN.....	10
1.7. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	11
1.7.1. OBJETIVO GENERAL.....	11
1.7.2. OBJETIVO ESPECIFICO.....	11
CAPITULO II.....	12
MARCO TEORICO REFERENCIAL.....	12
2.1.MARCO TEÓRICO.....	12
2.2. 2.2. Marco conceptual.....	12
Comunicación.....	13
Crecimiento de la comunicación.....	13
Diversos tipos de lenguaje.....	14
Lenguaje y la comunicación.....	14
Comunicación organizacional.....	16
Sus orígenes.....	16
Comunicación interna.....	17
La importancia de la comunicación interna en las organizaciones.....	18
Técnicas de la comunicación interna.....	18
Comunicación externa.....	19
Secretaria.....	20
Las secretarias ejecutivas.....	20
La diferencia entre una secretaria y una secretaria ejecutiva.....	21
Desempeño de las secretarias.....	22

Actitudes en el talento secretarial	22
Proyección profesional.....	23
Eficiencia de la secretaria.....	24
Eficacia de la secretaria.....	24
Perfil técnico	25
Clasificación de los servicios secretariales atención al público.....	25
Imagen empresarial.....	26
2.2. MARCO REFERENCIAL SOBRE LA PROBLEMÁTICA DE LA INVESTIGACIÓN	
.....	27
2.2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	27
2.2.2. CATEGORÍA DE ANÁLISIS.....	28
CATEGORÍA DE ANÁLISIS 1.....	28
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS SUBCATEGORÍAS.....	29
2.2.3. CATEGORÍA DE ANÁLISIS.....	29
2.3. POSTURA TEÓRICA.....	29
2.4. HIPÓTESIS.....	31
2.4.12.4.2. Sub-hipótesis o Derivados.....	31
2.4.2. Sub-hipótesis o Derivados.....	31
2.4.2 Variables.....	31
Variable Independiente.....	31
Variable Dependiente.....	32
CAPITULO III.....	33
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	33
3.1. RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	33

3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas.....	33
3.1.2 Análisis e interpretación de datos	34
3.2. CONCLUSIONES GENERALE Y ESPECIFICAS.....	50
3.2.1. Conclusión general.....	50
3.2.2. Conclusiones específicas.....	50
3.3. RECOMENDACIONES GENERALES Y ESPECIFICAS	51
3.3.2. Recomendación general.....	51
3.3.3. Recomendaciones específicas.....	51
CAPITULO IV.....	52
PROPUESTA DE APLICACIÓN.....	52
4.1. Propuesta de aplicación de resultados.....	52
4.1.1. Alternativa obtenida.....	52
4.1.2. Alcance de la alternativa.....	52
4.1.3. Aspectos básicos de la alternativa	53
4.1.3.1. Antecedente.....	53
4.1.3.2. Justificación.....	54
4.2. OBJETIVOS.....	54
4.2.1. General.....	54
4.2.2. Específicos.....	54
4.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA.....	55
4.3.1. Título.....	55
4.3.2. Componentes	55
Manual de instrucciones.....	56
Técnicas de atención a los clientes.....	58

Actividades del manual de valores.....	61
Manual de estrategias de motivación	65
Conservación de la motivación.....	66
Capacitación del personal del Estudio Jurídico Ballestero Vaca	67
ESTRUCTURA DEL MODULO	68
PERFIL DEL FACILITADOR QUE IMPARTIRÁ EL MODULO.....	68
RECURSOS.....	69
4.4. RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA	70
3.5. CRONOGRAMA DEL PROYECTO	71
Referencias bibliográficas.....	73
ANEXOS.....	78
CUESTONARIO DE PREGUNTAS DIRIGIDO A LOS CLIENTES.....	79
TOTOS DE LAS ACTIVIDADES.....	81

ÍNDICE DE CUADRO

Tabla #1	Cuanto tiempo tiene de ser cliente.....	34
Tabla #2	Como llego a conocer a la empresa.....	35
Tabla # 3	satisfacción con la atención brindadas por las secretarias.....	36
Tabla #4	comparación con otros estudios jurídicos.....	37
Tabla # 5	condición se encuentra el estudio jurídico Ballesteros Vaca.....	38
Tabla # 6	empresa existe una buena organización.....	39
Tabla # 7	la información administrativa.....	40
Tabla #8	relaciones interpersonales entre compañeros.....	41
Tabla # 9	talento organizacional.....	42
Tabla # 10	los medios de comunicación interna.....	43
Tabla # 11	información administrativa necesaria.....	44
Tabla # 12	califica usted los medios de comunicación.....	45
Tabla # 13	satisfacción con el talento secretarial.....	46
Tabla # 14	desempeño laboral	47
Tabla # 15	función específica.....	48
Tabla # 16	productividad de la empresa.....	49

DEMÁS ÍNDICE NECESARIOS

Grafico # 1	Cuanto tiempo tiene de ser cliente.....	34
Grafico # 2	Como llego a conocer a la empresa.....	35
Grafico # 3	satisfacción con la atención brindadas por las secretarias.....	36
Grafico#4	comparación con otros estudios jurídicos.....	37
Grafico # 5	condición se encuentra el estudio jurídico Ballesteros Vaca.....	38
Grafico#6	empresa existe una buena organización.....	39
Grafico # 7	la información administrativa.....	40
Grafico #8	relaciones interpersonales entre compañeros.....	41
Grafico # 9	talento organizacional.....	42
Grafico # 10	los medios de comunicación interna.....	43
Grafico # 11	información administrativa necesaria.....	44
Grafico # 12	califica usted los medios de comunicación.....	45
Grafico # 13	satisfacción con el talento secretarial.....	46
Grafico # 14	desempeño laboral.....	47
Grafico # 15	función específica.....	48
Grafico # 16	productividad de la empresa.....	49
Grafico # 17	fortalecer la formación personal de secretarias y directivos.....	55
Grafico #18	funciones del área de secretaría.....	56
Grafico # 19	Técnicas de atención a los clientes.....	57
Grafico # 20	Actividades del manual de valores	61
Grafico # 21	MANUAL DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACION.....	63



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
EXTENSIÓN QUEVEDO



CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGÜE
MODALIDAD PRESENCIAL

RESUMEN

Este proyecto de tesis se realizó una investigación de talento secretarial y la comunicación interna-externa con la finalidad de identificar las preferencias y las necesidades de los clientes del estudio jurídico Ballesteros Vaca. Se encuestaron a hombres y mujeres de 18 años en adelante, residentes en la ciudad y sus alrededores de igual forma se o realizó con las secretarias de la institución.

La investigación elaborada fue descriptiva, ya que con este tipo investigación nos permite focalizar a la organización en el trato y de qué manera llegan al cliente, el instrumento de medición fue un cuestionario, el cual se aplicó a 66 personas que requieren de sus servicios y asesoría jurídica. Seguidamente se procesaron los datos adquiridos, se analizaron y expresados de formas gráficas y tablas para lograr una mejor comprensión.

De igual forma podemos mencionar que este proyecto está planteando objetivos generales muy claros que al analizar la calidad del talento secretarial y la comunicación interna-externa de la organización asimismo se pudo plantear una propuesta alternativa como son las estrategias a la cual podemos esquematizar y ayudar a optimizar el desempeño dentro y fuera de la empresa.

Se descubrió datos muy importantes sobre su creación, se pudo identificar la exigencia de los clientes y de la falta de técnicas y actitudes secretariales. Para finalizar este proyecto se aportó una serie de conclusiones y recomendaciones sobre el estudio realizado en los cuales están planteados en el referente a la institución y la información sobre el talento secretarial y la comunicación interna-externa en las labores diarias.

Palabras claves: Talento secretarial, comunicación interna-externa, estrategia de técnicas y actitudes secretariales.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
EXTENSIÓN QUEVEDO



CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGÜE
MODALIDAD PRESENCIAL

ABSTRACT

This thesis project was carried out an investigation of secretarial talent and internal-external communication in order to identify the preferences and needs of the clients of the Ballesteros Vaca, law firm. Men and women 18 years of age and older, residents of the city and its surroundings were surveyed in the same way or with the secretaries of the institution.

The elaborated research was descriptive, since with this type of research it allows us to focus the organization on the treatment and how they reach the client, the measuring instrument was a questionnaire, which was applied to 66 people who require their services and legal advice. The acquired data were then processed, analyzed and expressed in graphical forms and tables to achieve better compression.

In the same way we can mention that this project is presenting very clear general objectives that when analyzing the quality of the secretarial talent and the internal-external communication of the organization, an alternative proposal could also be proposed, such as the strategies to which we can outline and help optimize performance inside and outside the company.

Very important data about its creation was discovered, the requirement of clients and the lack of secretarial techniques and attitudes could be identified. To conclude this project, a series of conclusions and recommendations were provided on the study carried out in which

they are presented in the reference to the institution and information on secretarial talent and internal-external communication in daily work.

Keywords: Secretarial talent, internal-external communication, strategy of techniques and secretarial attitudes.

INTRODUCCION

El presente proyecto investigativo tiene como objeto plantear una propuesta de comunicación para mejorar el entorno laboral interna-externa del estudio jurídico Ballesteros Vaca, luego de haber realizado un análisis con el que se desarrolló entrevista a los directivos y una encuesta a las secretarías existentes en la organización.

El estudio se efectuó en los departamentos de secretaría y localidades donde ellas desarrollan sus actividades, para que los resultados sean reales y poder plantear soluciones a las necesidades proyectadas.

Los resultados arrojados en esta investigación dieron una pauta para saber conocer cómo se está manejando las herramientas de la comunicación interna-externa y como están haciendo aplicada. La investigación que se presenta está dividida en tres partes y cada una de ellas aborda el objeto de estudio desde diferentes ángulos.

El capítulo primero trata de la comunicación como el intercambio de ideas entre dos o más personas, el origen y el proceso que la comunicación tiene sin importar el número de involucrados, también habla de la influencia de las relaciones humanas en el desenvolvimiento de los integrantes de una empresa.

En el segundo capítulo se detalla el marco teórico en el que se encuentra, marco conceptual, donde se definen las variables de estudio, el marco referencial, en el que se ha buscado investigaciones similares en otros contextos investigativos, la postura teórica donde se analizan diferentes teorías acerca de la problemática, y se adopta una que guiará a la presente investigación y por ultimo está las hipótesis.

En el tercer capítulo se encuentra el resultado de la investigación, que ayudará a la identificación del problema por medio de las pruebas estadísticas aplicadas, el análisis e interpretación de datos con la entrevista y encuesta dirigidas a las secretarias, directivos y clientes del estudio jurídico Ballesteros Vaca.

CAPITULO I

DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.3. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN

Talento secretarial y la comunicación interna-externa en el Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”, ciudad de Quevedo, Año 2019.

1.2 MARCO CONTEXTUAL

1.2.1. Contexto Internacional

El mundo entero reconoce la misión y el talento que desarrollan las secretarias que es brindar apoyo incondicional a su jefe con las tareas establecidas, además de tener una buena comunicación ya sea interna-externa de la organización o empresa.

La televisión y los medios de comunicación del pasado habían hecho un modelo sobre el perfil de las secretarias que eran las lindas señoritas que tomaban los mensajes en las rodillas de sus jefes, pero todo esto quedó en el pasado.

Tal como se refleja los titulares de los ministerios más relevantes del gobierno del Reino Unido las secretarias (os) ocupan los puestos más altos de la administración públicas británica, con un complejo entramado de cargos, como principal private security y parliamentary private secretary (PPS), este último cargo para los diputados con vista a ser nombrados ministros del ramo en el futuro.

En muchas compañías les cambiaron hasta el nombre: hoy le llaman team, sienten los cambios del asistente del equipo, una manera elegante de decir que el ámbito laboral es

más amplio. Trabajan dan soporte a varios gerentes o en muchos casos a toda una área para más personas y a satisfacción.

El 23 de julio de 1873, Liliam Sholes se registra como la primera secretaria que registra la historia, tras darle al fin el uso comercial a la máquina de escribir inventada años antes por su padre. Durante los años 60 en Estados Unidos se propone celebrar este hecho tan importante para dar honor el gran desempeño de las secretarias.

1.2.2. Contexto Nacional

En Ecuador las secretarias se encuentran obligadas a enfrentar nuevos retos enfocados a la satisfacción de los clientes. La secretarias ejecutivas en el Ecuador, son seleccionadas mediante test que se aplican con mucha rigurosidad, sobre todo en su potencial de servicio público.

En las instituciones públicas ahora se exige a las secretarias que además de la capacidad profesional ejercen habilidades para el planteamiento, motivación, liderazgo y toma de decisiones; y sobre todo, que demuestren la capacidad y talento para relacionarse con el público que acude en busca de buen servicio de la institución donde labora porque la imagen y la comunicación profesional es uno de los factores más importantes en el logro de la meta deseada de una empresa o institución.

1.2.3. Contexto Local

A nivel local de nuestra ciudad existen muchas instituciones públicas y privados, pero pocas son las que prestan un buen servicio. Las instituciones públicas son percibidas por los usuarios como organizaciones burocráticas e ineficientes, con excesivo papeleo y mucha demora en la atención.

A diferencia de las empresas privadas pueden ser más controladas siendo eficiente y eficaz al momento de la atención, pero a su vez hay que corregir las carencias que están presentándose en diferentes instituciones. En el procedimiento operativo es una herramienta necesaria para que una administración y organización para mejorar el desempeño presentando una buena imagen, atender bien al cliente.

Hoy en día se requiere de una información bien estructurada, organizada y de rápido acceso para lograr optimizar la atención administrativa de la empresa, con un gran autoestima y paciencia, amabilidad por parte de la secretaria ejecutiva.

1.2.4. Contexto Institucional

El Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca” inicia sus actividades en dar asesoría jurídica y servicio legal a través de la iniciativa de un sueño por cumplir el gerente-propietario el Ab. Jorge Cristóbal Ballesteros Vaca, en tener su propio bufete.

El país justo atravesaba por la peor crisis financiera que nunca antes había vivido, pero esto no fue impedimento para llevar a cabo sus aspiraciones, ya que una gran parte de su dinero se encontraba en uno de los bancos cerrados por el estado ecuatoriano.

Logrando su meta el 8 de julio de 1999, el Estudio Jurídico Ballesteros Vaca” inaugura y abriendo sus puertas a la colectividad con la contribución de sus dos mejores amigos y colegas; el Ab. Freddy Peñafiel Párraga y el Ab. Ángel Tinitana Arias, formaron una sociedad jurídica.

A nivel institucional se ha mantenido durante estos 20 años en la ciudad de Quevedo, dando servicios y asesoría legal a la ciudadanía quevedeña y sus alrededores; con constancia y dedicación que demanda ejercer dicha labor.

Los servicios que brinda el estudio jurídico “Ballesteros Vaca” son los siguientes:

- Divorcios
- Litigios
- Cobranza
- Asesoramientos
- Consultas
- Investigaciones
- Contratos
- Auditorías
- Y otros documentos que establezcan derechos y obligaciones jurídicas.

Los profesionales del estudio Ballesteros Vaca para poder brindar un servicio de calidad están en continua actualización, de acuerdo a las reformas que establecen las leyes vigentes en nuestro país.

Actualmente la institución cuenta con dos secretarías, cada una cumplen el rol que le corresponde desempeñar, como son gestionar y estructurar de forma organizada la información; para que esta llegue a tiempo a su destino requerido.

Cada vez es mayor el número de las secretarías que requieren del talento secretarial puesto que una secretaria es de vital importancia en todos los sectores en vía de desarrollo como lo es el Estudio Jurídico Ballesteros Vaca.

El Estudio Jurídico Ballesteros Vaca, en estos dos últimos años ha menguado el número de clientes, debido a la dificultad que presenta la comunicación interna-externa de la organización.

1.3 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

El problema que actualmente existen en el estudio jurídico Ballesteros Vaca, la falta de una buena comunicación interna-externa, y la insuficiencia de talento secretarial; la misma que se caracteriza por el incumplimiento e insatisfacción de sus labores encomendada por parte de las secretarías, que no priorizan al usuario, haciendo que este quede decepcionado de haber sido atendido.

La mala comunicación en el momento de enviar una información el problema surge entre los integrantes de la institución; En el primer caso, la información no llega; en el segundo caso el mensaje llega distorsionado. De igual forma sucede con los clientes al no brindarle la información proporcionada, este decide no regresar.

Cabe recalcar que una de las causas a esta problemática es la escasa preparación profesional, buen trato, ética; Lo que a su vez trasciende en la aplicación de las normas del perfil técnico.

Se atribuye que entre las causas están en el desconocimiento de las prácticas de relaciones humanas y sus derivaciones. Por lo que es indispensable analizar las causas que provocan dichos actos que deterioran el normal desarrollo de las actividades y afecta el ambiente de trabajo en el estudio jurídico Ballesteros Vaca.

La comunicación interna-externa y el talento secretarial es importante en una empresa o institución sea pública o privada, para esto el proyecto propone realizar

seminarios a las secretarias para reducir elocuentemente la presencia del problema de tal manera que puedan brindar a los usuarios, compañeras y directivos.

1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.4.1. Problema General

¿Cómo afecta el talento secretarial y la comunicación interna - externa en el estudio jurídico “Ballesteros Vaca”, ciudad de Quevedo, año 2019?

1.4.2. Sub-problemas o derivados

- ✓ ¿Cuáles serían las estrategias para una buena comunicación interna-externa para brindar una excelente interacción dentro de la empresa?
- ✓ ¿De qué manera influye el desempeño de las secretarias en la satisfacción de las necesidades de los usuarios en el estudio jurídico Ballesteros Vaca?
- ✓ ¿Cómo motivar a las secretarias para que acaezca una buena interacción con los clientes de la empresa?

1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Este proyecto investigativo, se encuentra delimitado de la siguiente manera:

Delimitador espacial: El presente trabajo de investigación se efectuará en el Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”, ciudad de Quevedo, provincia de Los Ríos, ubicado en la avenida June Guzmán.

Área: Secretariado Ejecutivo Bilingüe

Campo: Comunicación interna-externa

Línea de investigación de la universidad: Educación y de desarrollo

Línea de investigación de la Facultad: Talento humano, educación y docencia

Línea de investigación de la carrera: Modelos educativos

Delimitador temporal: El proyecto se está llevando a cabo en el año 2019

Sub-Línea de investigación: Talento secretarial y la comunicación interna-externa del estudio “Ballesteros Vaca”, ciudad de Quevedo, año 2019

Delimitador demográfico: Los beneficiarios directos de la presente investigación serán las secretarías y dirigentes.

1.6. JUSTIFICACIÓN

El interés de la presente investigación está enfocada en poder brindar una solución a la problemática en curso. En la actualidad hay que ser comunicativo, dinámico y preciso.

La situación que desencadena una serie de inconvenientes por la mala comunicación entre directivos y secretarías.

En esta investigación nos permite solidificar en la práctica el conjunto de conocimientos que se han ido recolectando en el transcurso de la vida universitaria. Muchas veces la gente afirma que el conocimiento es poder, más creo que el conocimiento siempre debe ser aprovechado para generar soluciones prácticas en beneficio de los interesados.

Es importante reconocer el papel que juega la secretaria en la sociedad, ya que su talento es la capacidad fructífera de una persona, que se define en términos de trabajo, donde manifiesta sus conocimientos, habilidades, pericias, y cualidades necesarias para realizar sus actividades con calidad y efectividad.

Este proyecto investigativo es necesario debido al débil talento secretarial que quebranta negativamente en la óptima comunicación interna-externa en el estudio jurídico Ballesteros Vaca y su ausencia de profesionalismo en el desempeño secretarial.

La elaboración de este proyecto investigativo va hacer de mucha utilidad no solo para el estudio jurídico Ballesteros Vaca, sino para otras instituciones con los mismos inconvenientes. Para esto es necesario proyectar y realizar temas esenciales de investigación, en las que se empleen programas de motivación, talleres y capacitación.

1.7. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1. Objetivo general

Analizar la calidad del talento secretarial y la comunicación interna- externa en el estudio jurídico “Ballesteros Vaca”, ciudad de Quevedo, año 2019.

1.7.2. Objetivo específico

Determinar la influencia en la correcta información que se les brinda a los clientes del estudio jurídico Ballesteros Vaca.

Establecer mejoras comunicativas, para lograr un buen desempeño en las secretarias y sus superiores en el estudio jurídico Ballesteros Vaca.

Diseñar una guía pedagógica enfocada a la motivación para el buen desempeño del talento secretaria y la comunicación interna-externa del estudio jurídico Ballesteros Vaca.

CAPITULO II

MARCO TEORICO REFERENCIAL

2.1. MARCO TEÓRICO

2.2. Marco conceptual

Comunicación

La comunicación es todo proceso de interacción social a través de signos y sistemas de producto de las actividades humanas. Es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge la necesidad de ponerse en contacto con los demás intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes, aspiraciones, criterios.

La comunicación tuvo su origen hace unos 5 mil años atravesando por distintas etapas que coadyuvaron a su desarrollo, la humanidad desarrolló el habla que evolucionó desde las formas primitivas hasta el lenguaje actual. La necesidad del hombre de comunicarse surge a partir de interactuar con el medio y con otro, es sumamente importante para la humanidad transmitir su legado de generación en generación y todo lo que involucra, como distintas marcos teóricos referentes a múltiples temáticas, distintas habilidades y destrezas, aptitudes y capacidades, descubrimientos y necesidades, lo bueno, lo malo, etc.

Según B. F. Lomonosov. Comunicación es todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistemas de mensajes. Incluye todo proceso en la cual toda conducta de un ser humano actúa como un estímulo de la conducta de otro ser humano. Puede ser verbal, interindividual o intergrupala.

La comunicación es la interacción de las personas que entran en ella como sujetos. No sólo se trata del influjo de un sujeto en otro, sino de la interacción. Para la comunicación se necesita como mínimo dos personas, cada una de las cuales actúa como sujeto. E. Pichón. Riviere

Fernando González. La comunicación es un proceso de interacción social a través de signos y sistemas de signos que surge como producto de la actividad humana. Los hombres en el proceso de comunicación expresan sus necesidades, aspiraciones, criterios, emociones.

Crecimiento de la comunicación

En tiempos actuales hay que ir innovándose cada día y acoplándose a las tendencias de comunicación en el ámbito que fuese necesario en lo social, cultural, profesional y laboral ya que en el mundo globalizado en el que vivimos es un mundo moderno donde la tecnología nos facilita la comunicación y sus beneficios.

Es de gran beneficio a los grandes estándares de comunicación. Por el cual nos podemos comunicar de manera mucho más fácil y sencilla de cualquier parte del planeta, no importa si pertenecemos a una pequeña o gran empresa lo primordial es no quedarse atrás, si no seguir evolucionando a medida de los nuevos cambios vanguardistas.

Diversos tipos de lenguaje

Como lo indica Juan Berchmas Vallet (1970), el término “lenguaje” se refiere a la comunicación “verbal”, propia del ser humano, articulada en palabras habladas o escritas, pero es obvio que existen diferentes tipos de lenguaje. La ciencia que estudia los fundamentos de los procesos de comunicación y la naturaleza de las señales se llama semiótica (del griego semeion/signo).

El lenguaje verbal es sin duda el más importante de los lenguajes, pero hombres y animales disponen de sistemas complejos de comunicación no verbal, como por ejemplo el movimiento y las posturas del cuerpo, contactos físicos, olores, y otros. A través de gestos y actitudes, sonidos, ruidos y danzas, los hombres y los animales se hacen reconocer, cortejar y rechazar, establecer acuerdos de todo género.

Entre todos los tipos de lenguaje, sin embargo el verbal-oral o escrito, es sin duda el más importante, debido a su inmensa potencialidad expresiva y al a “doble articulación”. Con el lenguaje el hombre saca a la luz su mundo interior, da su nombre a las cosas, ordena la existencia, cuenta historias, dice, llama a la existencia y se comunica.

Lenguaje y la comunicación

Para Cicerón consideraba como una comunicación de conocimiento. Y que el término “comunicación” no está libre de complicaciones y ambigüedades. La etimología del verbo latino *comunicare* expresa eficazmente el contacto de individuos que quieren entrar en contacto con otros, compartiendo algo.

El filósofo inglés John Locke (1632-1704), en su gran obra *Ensayo sobre la inteligencia humana*, dijo que la comunicación consiste en la transmisión de ideas y pensamientos de la mente del hablante al oyente.

El fonólogo ruso Romano Jakobson, en su teoría explica que el proceso de comunicación se dispone de una serie de operaciones, que proceden de dentro hacia afuera y viceversa. Por un lado el remitente del mensaje establece el contenido a comunicar y busca expresarlo de la mejor forma posible, plasmando así una obra de “codificación”; por otra parte, el destinatario del mensaje realiza la operación inversa, partiendo desde el exterior al interior en un proceso de “decodificación”, que a partir de la expresión de código consigue la elaboración del contenido.

Esquemmatizando al máximo, se pueden especificar por lo menos tres elementos constitutivos de la comunicación:

- ✓ **El emisor:** El emisor, el que envía el mensaje, es decir la fuente que está en el origen de la información.
- ✓ **El receptor:** Destinatario, a quien es enviado el mensaje.
- ✓ **El mensaje:** En sí misma, constituido por los contenidos mismos.

Estos tres elementos, sin embargo, no agotan el complejo fenómeno de la comunicación, así que Jakobson, señaló que para que el mensaje transmitido se entienda, en primer lugar se precisa un código común al emisor y al receptor.

Finalmente, para que se dé una comunicación propiamente dicha es esencial un contacto, es decir un canal conectivo – físico o psicológico – que establezca y / o mantengan la comunicación.

En una comunicación, por lo tanto, además del emisor, el destinatario y el mensaje, hay por lo menos otros tres elementos.

- **El código:** Sistema de signos a través de los cuales se transmite el mensaje.

- **El contexto:** Que incluye tanto el conjunto de los formulados que acompañan aquello que hay que tener en cuenta (contexto lingüístico), como la/las situación en las que ha sido presentado el comunicado (contexto extra-lingüístico o situacional).
- **El contacto:** El canal físico o psicológico que permite el encuentro.

Comunicación organizacional

Sus orígenes

El especialista norteamericano Charles Redding, conceptúa que la comunicación organizacional comienza a ser tratada alrededor de los años 50, pero no hasta la década de los setenta, con la aparición del libro “comunicación en la organización”, cuando por primera vez se aborda de manera teórica el estudio de la teoría de la comunicación organizacional.

A este título siguieron otros que continuaron y amplificando los estudios iniciales, y con ello se dio apertura a este nuevo campo en las ciencias sociales y empresariales. El objeto de estudio de esta disciplina es paradójicamente tan antiguo como la sociedad humana, pues trata justamente de la comunicación entre los hombres y está por tanto estrechamente vinculada a los procesos de interrelación en el logro de objetivos comunes en agrupación sociales.

En Cuba esta disciplina no se conocía con esta concepción ni denominación hasta hace unos pocos años, y como en otros países sus antecedentes se remiten a las concepciones y prácticas en las esferas de la publicidad y las relaciones públicas, cuyos orígenes estuvieron muy vinculados al desarrollo de los medios de comunicación en el país y su consolidación en los años cincuenta.

Alrededor de la década de los ochenta comienza a abordarse este tema en círculos de estudios de la comunicación, y en los años noventa se planteó ya con más sistematicidad desde el punto de la necesidad de su desarrollo tanto desde el punto de vista teórico, con conceptos concretas a nuestras características económicas, culturales, sociales en general.

Comunicación interna

La comunicación, como se vio en la sección anterior es una actividad diaria de todas las personas, y así como es importante en las relaciones personales, lo es también en las empresas. La comunicación interna es la que se da dentro de la organización con sus empleados y superiores, de igual manera recibe información, da o recibe instrucción y se coordina con el equipo de trabajo, y a su vez la persona interactúa con sus compañeros y jefes. La comunicación interna busca en hacer conocer a los empleados los pensamientos de la gerencia para que se conozcan entre sí.

En este sentido, uno de los autores contemporáneos que se tomará dentro de esta inicial investigación es Capriotti (2009, p. 39). En su libro *Branding Corporativo*, presenta el concepto de comunicación interna como el conjunto de mensajes y acciones de comunicación elaboradas de forma consciente y voluntaria para relacionarse con los públicos de la organización, con el fin de comunicar con ellos de una forma creativa y diferenciada sobre las características de la organización sobre sus servicios y/o sus actividades.

Siguiendo sus afirmaciones y en contraste con su definición se presentan los autores Brandolini y González Frigoli (2009, p. 28) con una mirada crítica acerca de la comunicación interna, a la definen como una herramienta o una técnica de gestión, donde el objetivo primordial es la eficacia de la recepción y comprensión del mensaje.

La importancia de la comunicación interna en las organizaciones

Las situaciones que afectan negativamente en los procesos y políticas de comunicación y la falta de canales de divulgación internos respectivamente provocan desconciertos y desinformación entre los empleados de la organización, lo cual trasciende directamente en la productividad tanto individual como grupal debido que las fallas en ese aspecto pueden causar una alta rotación del talento humano de la compañía, así lo indica Felipe Cristancho Dueñas (2013).

Define, que la comunicación interna es una herramienta estratégica clave en las empresas, puesto que mediante un buen empleo de la información corporativo podemos transmitir correctamente a los empleados los objetivos y valores estratégicos que promueven la organización, lo cual genera una cultura de apropiación, fidelidad y sentido de idoneidad hacia la empresa por parte de talento y comunicación, se siente motivado y valorado al tener claro y definido los principios y retos a los que se enfrenta la empresa.

Por otro lado nos indica que para aumentar el rendimiento y motivación de los colaboradores, debemos hacerlos sentir integrados y en línea con filosofía de la organización mediante la circulación clara de mensajes que inculquen los valores, visión, misión, metas y estrategias agrupadas.

Técnicas de la comunicación interna

Capriotti (2014), destaca que la comunicación interna está ligada a una manera más participativa. Se necesita “de la organización para la organización”. Este cambio genera una comunicación bidireccional, donde los puntos de vista, las sugerencias y opiniones de los colaboradores, son tomados en cuenta. “comunicación interna como el intercambio de información entre todos los niveles de organización”. Dentro de las técnicas articule una buena comunicación interna:

- Ayuda a la identificación de los trabajadores con filosofía de la empresa.
- Circulación con rapidez y fluidez de la información.
- Cohesión en el grupo.
- Mejora en la relación más allá de lo laboral, la comunicación organizacional dinamiza la manera de interactuar.

Esta labor debe ser entendida como parte fundamental en el funcionamiento de una empresa ya que el gasto de una buena comunicación, es mucho menor a las pérdidas que se pueden generar al no estar enterados de los acontecimientos.

Comunicación externa

La comunicación externa en una empresa o institución es que aquella que se realiza para el desenvolvimiento diario de la actividad laboral, se efectúa con todos los públicos en general, sus clientes potenciales y proveedores. De acuerdo al autor Gary Kreps en el texto de comunicación para la organización (1990) implica en dar y recibir información externa e idénticas a todos estos públicos externos para conformar la trasmisión de mensajes y canales de comunicación, del intercambio de información oportuna que favorezca a ambas partes, dé soporte a la imagen y reputación sea positivas en la organización.

Esteban y otros (2008) define a la comunicación externa como la transmisión de información fuera de la empresa, destinada a los públicos externos de la organización (consumidores, distribuidores, prescriptores, prensa, grupos de interés, entre otros).

Sanz y otros (2005) la relaciona igual manera que Esteban y otros (2008) a la

Comunicación masiva que emite la organización, definiéndola como aquella que se origina en la corporación y tiene como destinatario a sujetos ajenos a la misma. Ésta adaptada diferente formas y puede hacer uso de diferentes herramientas e instrumentos de

comunicación, dependiendo de la finalidad perseguida y de la naturaleza y características del mensaje a emitir, determinando el proceso los destinatarios o emisores.

Secretaria

La secretaria es la persona que se encarga de recibir y redactar la correspondencia de un superior jerárquico, llevar adelante la agenda de este, custodiar y ordenar los documentos de una oficina.

Las secretarias por ocupar un puesto muy importante en una empresa o institución se las considera el pilar primordial de la sociedad, la cual deben estar avante a las exigencias del mundo globalizado. Es necesario conocer que el talento secretarial va de la mano con el manejo y coordinación de actividades debidamente planificada.

Entre las distintas variedades de secretarias que pueden existir, podríamos destacar, la que se dan a llamar secretaria particular. Como su propio nombre indica, aquella es la que tiene como funciones el encargarse de todos los asuntos personales y privados de su jefe, que ocupa un puesto de autoridad. Según Julian Porto y Maria Merino (2010) actualizado (2013).

Las secretarias ejecutivas

Las secretarias ejecutivas prestan apoyo administrativo de alto nivel ejecutivos, ocupándose de las peticiones de información y llevando a cabo funciones de oficinas como preparar la correspondencia, recibir a los visitantes, organizar las reuniones y gestionar los programas. También pueden supervisar al personal de oficina nivel inferior.

La diferencia entre una secretaria y una secretaria ejecutiva

Las secretarias podrán realizar tareas como escribir, archivar, contestar el teléfono y concertar citas para su supervisor. La secretaria ejecutiva o auxiliar administrativo puede hacer esas cosas, pero también es responsable de funciones de más alto nivel, tales como la investigación, la interacción con los proveedores y la selección de productos y gestión de base de datos, como indicaremos las siguientes diferencias.

De gran importancia la secretaria tiene que aplicar técnicas necesarias para la atención al cliente. Es necesario que la secretaria siempre debe impartir sistemas precisos para la atención al cliente, para ello apuntaremos los siguientes pasos claves:

- ✓ La secretaria podría publicar artículos en una página web, mientras que una secretaria ejecutiva podría diseñar y administrar el sitio web.
- ✓ La secretaria podría realizar la entrada de datos en una hoja de cálculo que la secretaria ejecutiva ha diseñado y utiliza para funciones de informe.
- ✓ La secretaria ejecutiva puede tener otros miembros del personal administrativo reportándole a ella, mientras que una secretaria no tiene responsabilidades de supervisión.
- ✓ Una secretaria ejecutiva a menudo depende directamente del director general y puede soportar uno o más altos ejecutivos

Las secretarias deben estar interrelacionadas con el progreso, es parte de inclusión social y laboral, la cual es definida por el autor Díaz (2015) como “Una situación en las que los individuos puedan ejercer sus derechos y aprovechar sus destrezas para lograr una ventaja de las oportunidades que se presenten en el medio en el que se desenvuelve”. No se puede desligar el uso de técnicas y talentos secretariales en el desempeño labora

Desempeño de las secretarias

Cevallos, (2011). La secretaria será asistente directa del jefe y constituirá el principal eslabón de comunicación entre él y el resto de personas, será portavoz de las decisiones de superiores, además debe realizar adecuadamente las siguientes actividades: Recibir, leer y distribuir, o mucho más compleja en base a las indicaciones recibidas, preparándola para su firma y salida, como son:

- Buscar información pertinente en la empresa.
- Realizar tareas administrativas elaboradas aplicando instrucciones recibidas.
- Participar eventualmente y redactar los informes y actas correspondientes.
- Atender y filtrar visitas y llamadas telefónicas.
- Técnicas de la comunicación oral.
- Escuchar todo lo que la otra persona le está comunicando.
- No emita en juicio sobre el mensaje a partir de su perjuicio o estado emocional.
- Escuche los puntos de vista y de quienes intervengan en una conversación o discusión.
- Planificar la forma como va a comunicarse algo.
- No exprese una opinión si no está seguro de los dice.
- Considere siempre los sentimientos ajenos.
- No descalifique una opinión porque no sea suya.

Actitudes en el talento secretarial

Montero (2002), los directivos de la organización deben comprender que la secretaria no solo forma parte de la empresa, sino que es la imagen de la empresa en la cual se desempeña. Estas mismas consideraciones son para quienes requieren de sus servicios (clientes), en el importante puesto de secretaria son el concepto de las relaciones públicas.

Se piensa que por usar un uniforme corporativo o una presencia personal aceptable “está todo dispuesto”, pero el aspecto fundamental es considerar que ello es solo una parte y que lo otro es “respeto al público o usuario”. Por ello es necesario establecer, que debe haber una persona de mucho tacto y cortesía, con lenguaje claro, preciso y conciso, con una presentación personal adecuada.

Cambiar para mejorar: para experimentar crecimiento es necesario cambiar. Los cambios deben ser buscados y realizados.

Entusiasmos en todos nuestros emprendimientos: Vivir con esta cualidad nos da la fuerza necesaria; esta fuerza hay que vivirla a diario. Serenidad, autocontrol y visión positiva son las mejores armas para enfrentar con éxito los problemas.

Establecer metas: Sin la acción es difícil lograr nuestro objetivo. Llevar a cabo nuestras ideas puede convertirse en algo grandioso, solo sabremos si actuamos.

Ser personas integrales: si ampliamos nuestros conocimientos sobre distintas áreas, estaremos más preparados y aportaremos mucho más. Nunca podemos decir que “sabemos lo suficiente”.

Terminar las tareas: La perseverancia y el compromiso no pueden faltar en un emprendedor.

Proyección profesional

Es de relevancia contar con un título académico, además de estar en capacitación constante porque la figura profesional ha cambiado y las empresas necesitan talento secretarial preparado para enfrentar los retos que hoy en día se presentan, para estar acorde

con los diferentes competencias tecnológicas además de poseer las diferentes habilidades y técnicas que facilitarían los cambios.

Eficiencia de la secretaria

Eficiencia hace referencia a los recursos y los resultados obtenidos en la capacidad o cualidad de las secretarias es muy apreciada por su empresa u organizaciones debido a que en la práctica de lo que estas hacen, tiene como propósito alcanzar metas u objetivos, con recursos humanos financieros, tecnológicos, físicos, de conocimientos limitados y en muchos casos en situaciones complejas y muy competitivas, (Cevallos, 2011).

De gran importancia la secretaria tiene que aplicar técnicas necesarias para la atención al cliente. Es necesario que la secretaria siempre debe impartir sistemas precisos para la atención al cliente, para ello apuntaremos los siguientes pasos claves:

- ✓ Espontaneidad.
- ✓ Solución de problemas y reconocimiento.
- ✓ Evaluación permanente de la metodología utilizada.
- ✓ Incluir un sistema con amabilidad.
- ✓ Respeto mutuo.
- ✓ Fluidez de sus conocimientos.

Eficacia de la secretaria

La eficacia es la capacidad de la causa eficiente para producir su efecto hacer las cosas correctas, es decir, las actividades de trabajo con las que la institución alcanza sus objetivos. Es una medida del logro de resultados en términos generales, se de eficacia una vez que se han alcanzado los objetivos. Cevallos, (2011).

Perfil técnico

Este perfil técnico es importante por la habilidad en la utilización de plataforma de Windows y manejo de programas computacionales, medios digitales Macromedia Microsoft Word, Microsoft Excel, PowerPoint, memoria asociativa, capacidad de síntesis y desarrollo, redacción, fluidez verbal.

Clasificación de los servicios secretariales atención al público

Es un servicio o actividad que las secretarias brindan dentro de una empresa, institución u organización ya que está en contacto diario con el público, por lo cual brindar un buen servicio a los usuarios no alcanza, si el cliente no lo percibe. Para ello es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos.

Cortesía: Se pierden muchos clientes si el personal que los atiendes es descortés. El cliente desea ser bien recibido, sentirse importante y que perciba que uno le es útil.

Atención rápida: A nadie le agrada esperar o sentir que se lo ignora. Si llega un cliente y estamos ocupados, dirigirse a él en forma sonriente y decirle: “Estaré con usted en un momento”. Esto demuestra una excelente atención.

Confiabilidad: Los clientes quieren que su experiencia sea muy confiable. Esperan encontrar lo que buscan o que alguien responda a sus preguntas. También esperan que se les ha prometido algo, esto se cumpla.

Atención personal: Como clientes nos agrada y nos hace sentir importante la atención personalizada. Nos disgusta sentir que somos un número.

Una forma de personalizar el servicio es llamar al cliente por su nombre si lo hacemos con personas de confianza no pasa nada, si estamos frente a desconocidos se debe dar la debida atención correcta.

Personal bien informado: El cliente espera recibir de los empleados encargados de brindar un servicio, una información completa y segura respecto a lo que está solicitando, es por ello que como secretarias de las empresas públicas y privadas se debe utilizar el uniforme correctamente, ya si no fuera así daremos un mal aspecto a nuestros clientes.

Simpatía: El trato con el cliente no debe ser frío y distante por el contrario responder a sus necesidades con entusiasmos y cordialidad. En una empresa siempre debe haber esa amabilidad por parte de la secretaria hacia los clientes.

Todos estos aspectos mencionados anteriormente son de vital importancia para las secretarias ya que de esa forma se llevará a cabo las metas y actividades planteadas en la organización.

Imagen empresarial

La imagen o entidad corporativa es la manera en la una empresa, firma o presentación al público, tanto como al cliente o a inversores y a empleados. Se puede ver típicamente en logotipos y en el uso de marcas registradas, pero también puede incluir cosas como el diseño de producto, la publicidad, las relaciones públicas y otros.

El objetivo principal de la comunicación institucional de una empresa, con el propósito de construir y mantener la identidad para que coincida y facilite sus objetivos de negocio.

2.2. MARCO REFERENCIAL SOBRE LA PROBLEMÁTICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.2.1. Antecedentes investigativos

Para ejecutar la presente investigación fue necesario revisar estudio anterior relacionado o vinculados con el tema, a fin de buscar aporte al mismo, a continuación, se menciona a lo más relevante.

La investigación ejecutada en el estudio jurídico Ballesteros Vaca, que se encuentra ubicado en la avenida June Guzmán de Cortes calle entre séptima y octava. Actualmente cuenta tres abogados y dos secretarias, para lo cual brindan servicios jurídico a la colectividad riosenses, gracias a su colaboración se pudo realizar la debida investigación y obtener conclusiones que anteceden a las condiciones que se desarrollaran en la presente investigación y que proporcionaran la toma de decisiones en lo posterior.

Uno de los ámbitos a tratar de las instituciones públicas o privadas que mayor suceso en su imagen corporativa ante la sociedad, es el de las relaciones públicas por cuya gestión acertada o equivocada se producen secuela de carácter administrativo y social.

Previa a la selección de la metodología de la investigación y el diseño de instrumentos apropiados se ejecutó el trabajo de campo para la recolección de la información trascendente que aporten datos que luego de análisis y la interpretación de resultados, permitieron establecer la existencia del problema, es decir, que el departamento responsable de las Relaciones Publicas que es asumida por un personal que es de confianza de la primera autoridad.

Se tomaron citas textuales de valioso y reconocidos autores y el aporte de la investigadora, el departamento de titulación Universidad Técnica de Babahoyo Extensión

Quevedo, con el apoyo de mi tutora encargada; he llevado un proceso de selección óptima y debidamente planificada que con su ayuda en conocimiento del tema y orientación puedo seguir en esta investigación.

El resultado preliminar fue favorable, en la cual lo identifiqué en el marco teórico, se recolectó la realización de encuestas y entrevistas a las secretarías, al gerente propietario y a los socios; así como observaciones de las actividades diarias del personal objeto a estudio, medio de investigación que sirven de apoyo para un análisis y conclusiones explícitas sobre el tema.

También pude aprovechar en utilizar el método de análisis, como es FODA, que me permitió investigar fortalezas y amenazas del personal que se encuentra laborando actualmente en el estudio jurídico Ballesteros Vaca, como una atribución de conocimiento de las capacidades y actitudes que se requieran.

2.2.2. Categoría de análisis

Categoría de análisis 1: Talento secretarial

Definición.- El talento secretarial es la resultante de combinar las capacidades, el compromiso y la acción para obtener buenos resultados en la gestión de la oficina. El talento es un activo intelectual que equivale a resultados en la gestión de la oficina.

El talento secretarial garantiza el éxito de la comunicación comercial y de los servicios de una empresa, debido que el secretario(a) es la persona inmediata que representa la empresa antes los clientes y al público en general.

Operacionalización de las subcategorías

- ✓ Actividades empresariales
- ✓ Comunicación comercial
- ✓ Servicio al cliente

2.2.3. Categoría de análisis

Categoría de análisis 2: Comunicación interna-externa

Definición: La comunicación organizacional interna y externa es el proceso por medio del cual los miembros recolectan e imparten información pertinente acerca de organización y los cambios que ocurren dentro de ella, según lo dice Gary Kreps (1995).

Operacionalización de las subcategoría

- Comunicación organizacional
- Procesos
- Toma de decisiones

2.3. POSTURA TEÓRICA

Para N. Luhmann (1995)

La complejidad del fenómeno comunicativo requiere incluir en relaciones interactivas y dinámicas, como un proceso circular en el emisor y receptor intercambia alternativamente sus roles y que exige comprensión entre las personas que interviene en él. La información es solo una parte de ese proceso, el contenido de lo que se comunica y por sí mismo no

produce comunicación; la información, la expresión comunicativa y la comprensión serían los tres elementos del fenómeno comunicativo. Por consiguiente, para que se desarrolle un proceso comunicativo “la información ha de ser expresada y esta expresión comunicativa ha de ser comprendida”.

Según Katz y Kahn, (1996)

Los métodos de comunicación, desde una perspectiva sistemática, permiten a la organización mantener la coordinación entre sus distintas partes y alcanzar así sus características esenciales. La acción ordenada y el trabajo clasificado contribuirán a lograr los objetivos estratégicos.

Para Gary Kreps (1995)

La comunicación organizacional interna y externa, es el proceso por medio del cual los órganos recolectan información pertinente acerca de su organización y los cambios que ocurren dentro de ella.

Para David Norton y Francisco Javier Garrido

Destacan que la estrategia de comunicación secretarial es tarea de todos quienes conforman la organización o empresa para afrontar los desafíos del futuro. Para esto se necesita poner en práctica las siguientes estrategias: Buena atención, Enriquecimiento de vocablos, saber escuchar, ser coherente y funcional.

Estoy de acuerdo con lo sustentado por (P. Druker, 2000).

La comunicación es de vital importancia para las organizaciones apoyadas en la información. “los conocimientos estarán en la parte baja de la pirámide jerárquica, en la mente de los especialistas que ejecutan diversos trabajos y se dirigen así mismo”.

Por otro lado, muchas de las deficiencias o puntos débiles de la comunicación van en descendencia y podría evitarse recurriendo a mecanismo que posibiliten el feedback (retroalimentación). Así nos permitiría a los empleados plantear sugerencias para la solución de problemas o propuestas de mejoras, y en otro de los casos quejarse o comunicar el descontento.

2.4. HIPÓTESIS

2.4.1. Hipótesis general o básica

El talento secretarial mejorará la comunicación interna-externa en el Estudio Jurídico Ballesteros Vaca.

2.4.2. Sub-hipótesis o Derivados

- ✓ El talento profesional de las secretarias resaltará en la comunicación interna-externa en el estudio jurídico Ballesteros Vaca.
- ✓ La comunicación interna-externa se perfeccionará en el estudio jurídico Ballesteros Vaca.
- ✓ El desempeño de las secretarias será satisfactorio a las necesidades de los clientes en el estudio jurídico Ballesteros Vaca.

2.4.2 Variables

Variable Independiente:

Talento secretarial

Variable Dependiente:

Comunicación interna-externa

CAPITULO III

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas

Para obtener los datos estadísticos se aplicó un programa de cómputo como lo es Microsoft Excel donde se aplicó la formula correspondiente con las respectivas muestras, se efectuó la entrevista a gerente y socios y luego tabular las encuestas realizadas al azar adquiriendo en su totalidad de 71 de población para en posteridad obtener conclusiones y recomendaciones.

La investigación se efectuó con una población de estudio determinada por clientes, directivos y secretarias del estudio jurídico Ballesteros Vaca, con los que se trabajó para obtener la muestra. Para determinar la muestra se realizó tomando en consideración con una población de 95 clientes, 1 gerente propietario, 2 socios y 2 secretarias del estudio jurídico Ballesteros Vaca.

INVOLUCRADOS	POBLACIÓN	%	MUESTR A	%	TECNICA DE INVESTIGACIÓ N
Gerente	1	1%	1	1%	Entrevista
Socios	2	2%	2	3%	Entrevista
Secretarias	2	2%	2	3%	encuesta
Clientes	90	95%	66	93%	encuesta
TOTAL	95	100%	71	100%	

Fuente: Estudio Jurídico "Ballesteros Vaca"
Elaborado: Alba Arias Figueroa

3.1.2 Análisis e interpretación de datos

Encuestas realizadas a clientes

1. Cuanto tiempo tiene de ser cliente y piensa seguir necesitando de sus servicios?

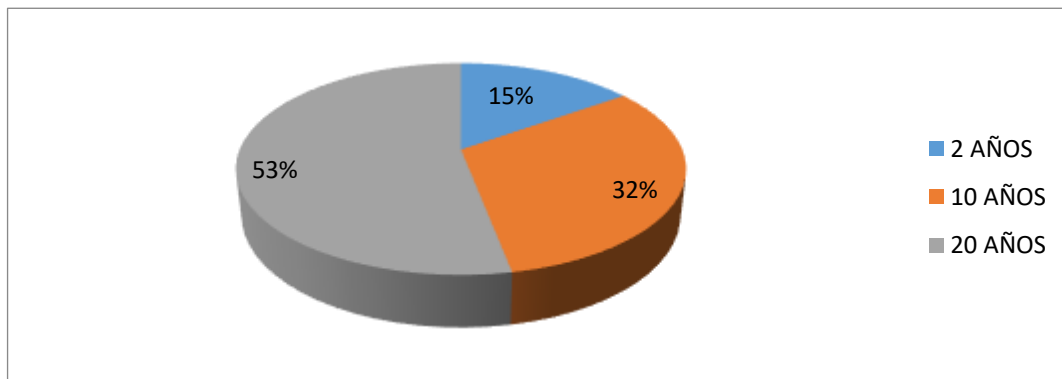
Tabla #1

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
2 AÑOS	10	15%
10 AÑOS	21	32%
20 AÑOS	35	53%
TOTAL	66	100%

Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Grafico # 1.



Análisis: Según los datos de la encuesta nos refleja que un 53% de las personas son fieles clientes que están desde su creación, el otro 32% si buscarían de sus servicios y el 15 % restante son nuevos clientes y tiene la confianza de seguir en su permanencia.

Interpretación: la mayoría de los encuestados dicen que han confiado y seguirán necesitando de su servicio cuando ellos los requieran, siendo un porcentaje considerable que ha sido de gran ayuda a la colectividad.

2. Como llego a conocer a la empresa?

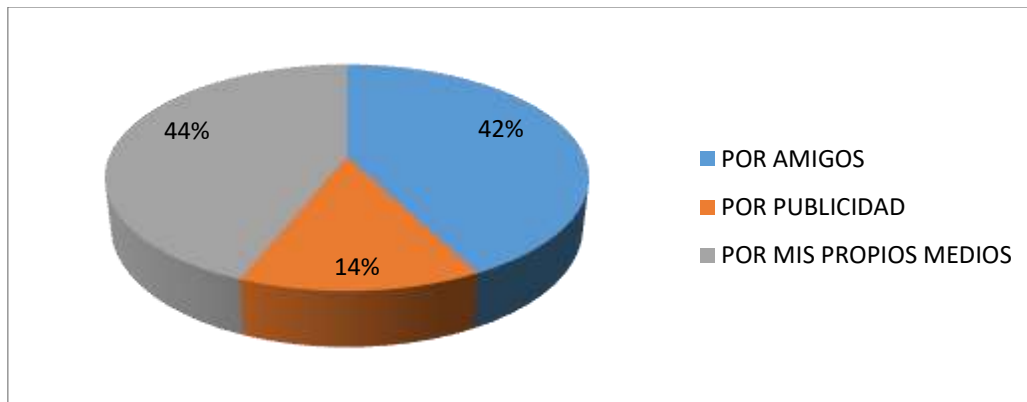
Tabla #2

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
POR AMIGOS	28	42%
POR PUBLICIDAD	9	14%
POR MIS PROPIOS MEDIOS	29	44%
TOTAL	66	100%

Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Grafico # 2.



Análisis: El 44% afirmaron que llegaron por sus propios medios, el 42% por amigos que recomendaron al estudio jurídico siendo muy importante, y un 14% por algún tipo de publicidad comercial.

Interpretación: Es importante resaltar que la gran parte de encuestados llegaron por sus propios medios, a lo mejor porque antes ya habían consultados con otros buffet, y vieron como mejor opción a esta institución.

3. Por favor indíquenos su grado de satisfacción con la atención brindadas por las secretarias.

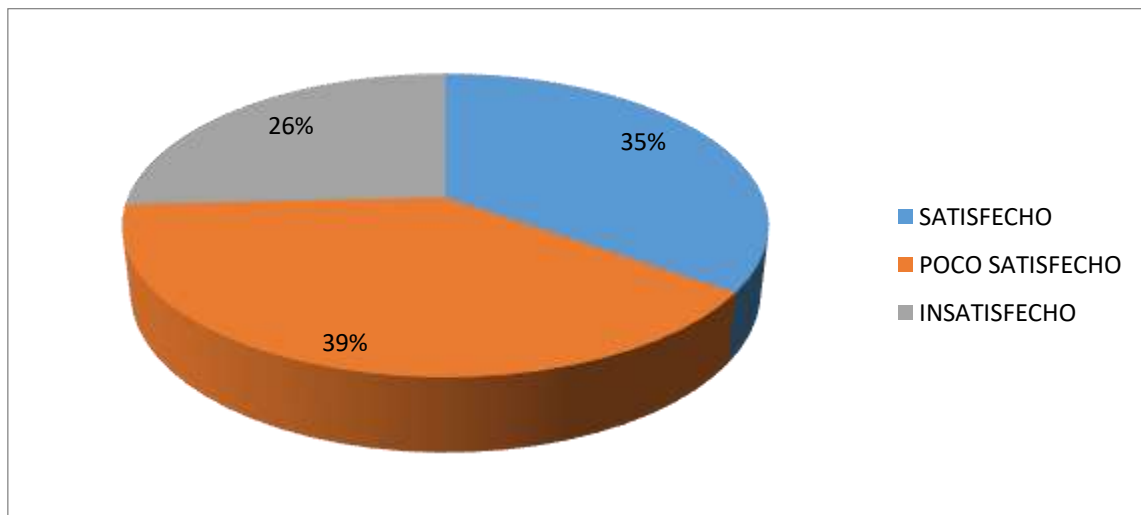
Tabla #3

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
SATISFECHO	23	35%
POCO SATISFECHO	26	39%
INSATISFECHO	17	26%
TOTAL	66	100%

Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Grafico # 3



Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Análisis: El 26% de los clientes nos dieron a conocer que se sienten insatisfechos, un 35% dicen estar poco satisfecho por atención por la atención brindada y un 39% de los encuestados dicen estar satisfecho por la atención de las secretarias.

Interpretación: El porcentaje reflejado nos da a entender falta de cordialidad e información por de las secretarias ya que el resultado no fue tan favorable.

4. En comparación con otros estudios jurídicos el servicio es.....?

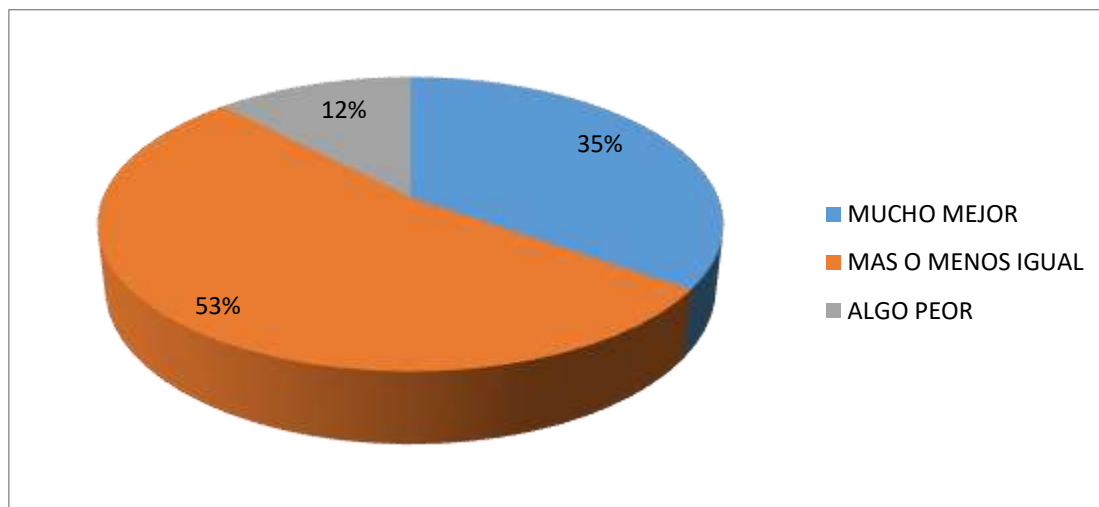
Tabla #4

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
MUCHO MEJOR	23	35%
MAS O MENOS IGUAL	35	53%
ALGO PEOR	8	12%
TOTAL	66	100%

Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Grafico # 4.



Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Análisis: Las persona encuestadas indicaron el 53% que el servicio es mucho mejor en comparación con otras instituciones, en cuanto el 35% que es igual al resto, y el 12% nos afirmaron que es peor el servicio.

Interpretación: El resultado fue muy favorable ya que la mayoría afirmó que el servicio jurídico es mucho mejor en comparación con los otros estudios.

5. Indique en condición se encuentra el estudio jurídico Ballesteros Vaca?

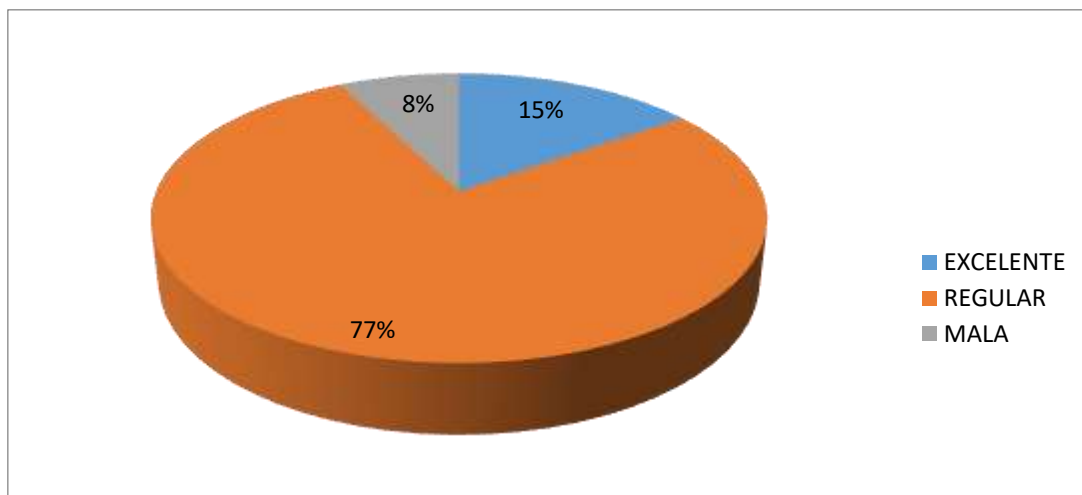
Tabla # 5

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
EXCELENTE	10	15%
REGULAR	51	77%
MALA	5	8%
TOTAL	66	100%

Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Grafico # 5.



Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Análisis: El 77% las personas indicaron que se encuentra en excelente condiciones, el 15% indicaron que era regular y un 8% me manifestaron que era mala las condiciones.

Interpretación: El resultado fue muy ventajoso ya que mucho más de la mitad indicó que se encuentra en excelente condición, así que no hay ningún problema en el lugar ni las condiciones físicas.

6. En su punto de vista cree usted que la empresa existe una buena organización?

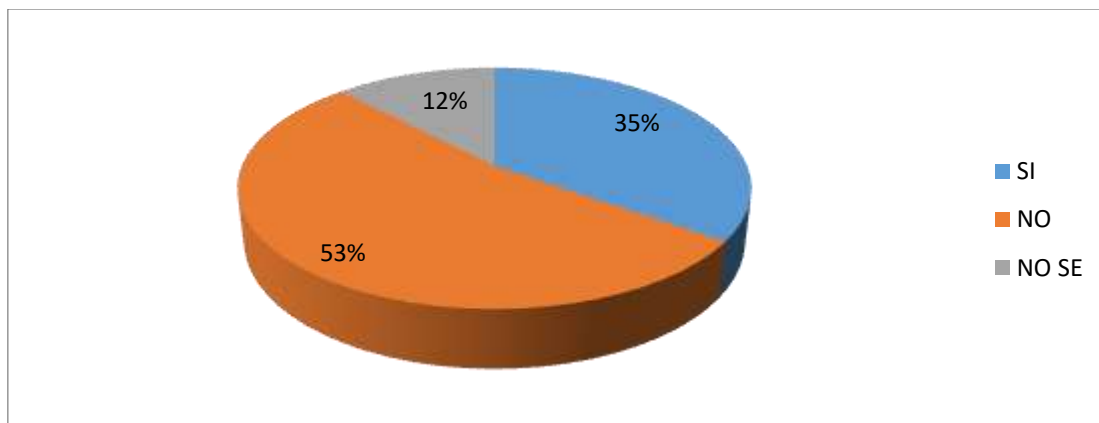
Tabla # 6

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
SI	23	35%
NO	35	53%
NO SE	8	12%
TOTAL	66	100%

Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Grafico # 6.



Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Análisis: El 53% indicó que no existe una buena organización, en cambio el 35% asegura que si lo hay, y un 12% manifestó que no sabía.

Interpretación: Tomando consideración que la mayoría se refirió que no había una buena organización, eso se debe a la mala comunicación interna que existe en la institución, y es reflejado por sus cliente y usuarios.

Encuestas realizadas a las secretarías

7. Dispone usted de la información administrativa que necesita para su trabajo, tales como resoluciones, leyes y normas actualizadas?

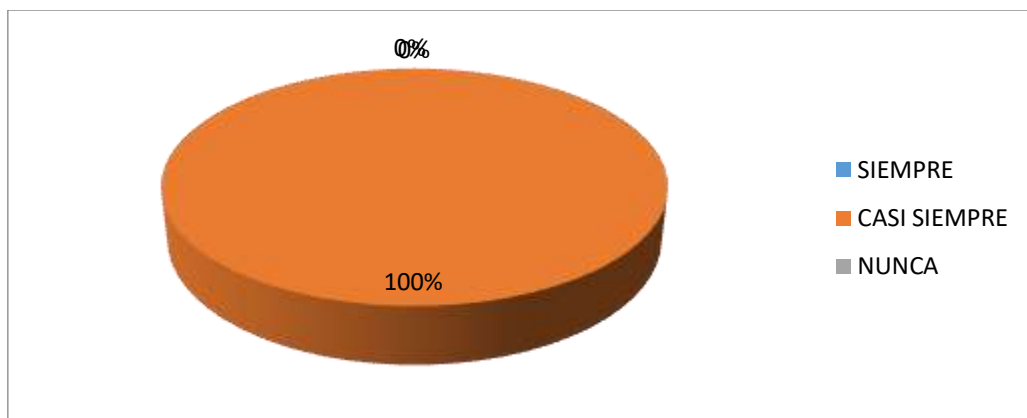
Tabla # 7

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
SIEMPRE	0	0%
CASI SIEMPRE	2	100%
NUNCA	0	0%
TOTAL	2	100%

Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Grafico # 7.



Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Análisis: En esta indagación nos indicaron que el 100% casi siempre disponen de información de las normas y leyes vigentes y actualizadas.

Interpretación: Este caso podía determinar que están completamente capacitadas e instruida para una consulta jurídica, por lo que los directivos tienen que preocuparse en esta área.

8. La comunicación fortalece las relaciones interpersonales entre compañeros?

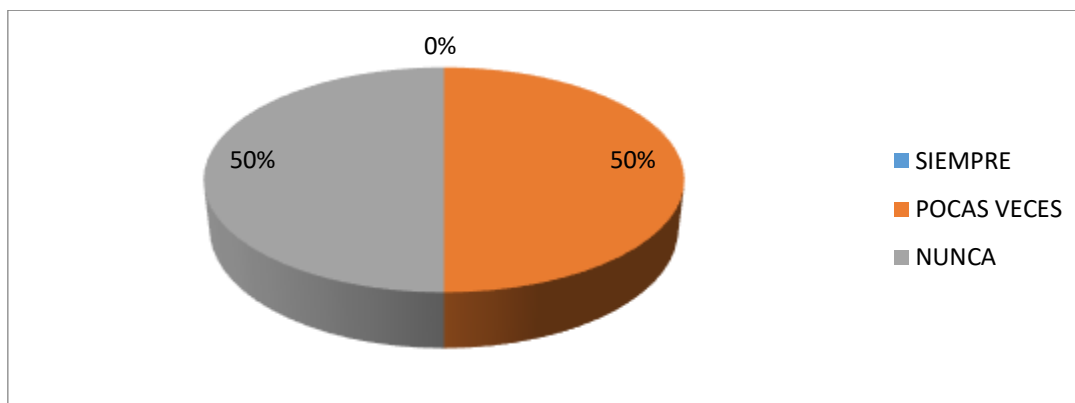
Tabla #8

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
SIEMPRE	0	0%
POCAS VECES	1	50%
NUNCA	1	50%
TOTAL	2	100%

Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Grafico # 8



Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Análisis: Un 50% manifestó que pocas veces la comunicación fortalece las relaciones interpersonales entre compañeros, en cambio el otro 50% dice que nunca.

Interpretación: El porcentaje en esta pregunta no fue nada alentador sobre la comunicación fortalezca en las relaciones entre compañeros, esto indica de cuán importante es la comunicación interna en una empresa.

9. Como considera usted al talento organizacional como influencia sobre el desarrollo de las actividades de la empresa?

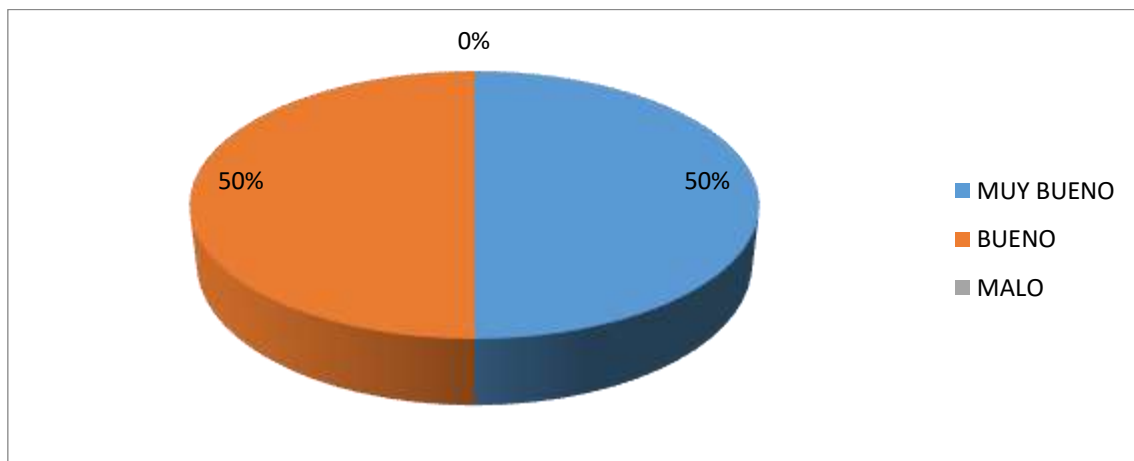
Tabla # 9

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
MUY BUENO	1	50%
BUENO	1	50%
MALO	0	0%
TOTAL	2	100%

Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Grafico # 9



Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Análisis: Un 50% reveló que era muy bueno el talento organizacional, en diferencia en el 50% dijo que era bueno el talento organizacional.

Interpretación: La proporción en esta pregunta no fue muy alentador ya que está dividida y creen que es muy bueno y bueno el talento organizacional como influencia sobre el desarrollo de las actividades de la empresa.

10. Cómo califica usted los medios de comunicación interna con los que cuenta la empresa?

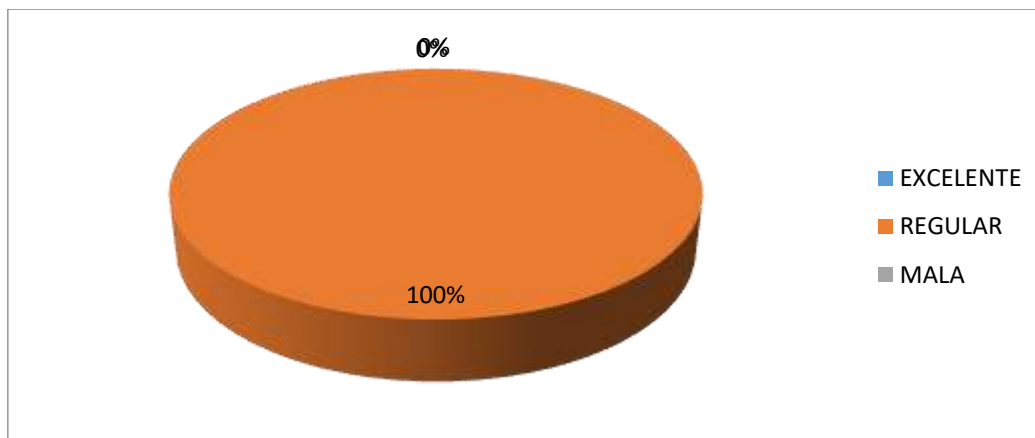
Tabla # 10

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
EXCELENTE	0	0%
REGULAR	2	100%
MALA	0	0%
TOTAL	2	100%

Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Grafico # 10



Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Análisis: El resultado de esta encuesta es de un 100% indicando que es regular los medios de comunicación interna con los que cuenta la empresa.

Interpretación: Nos refleja que las encuestadas coincidieron con la respuesta y no es tan perjudicial los medios para comunicarse internamente la institución.

Entrevistas realizadas al gerente y socios

11. Dispone usted de la información administrativa necesaria para sus colaboradores, tales como resoluciones, leyes y normas actualizadas?

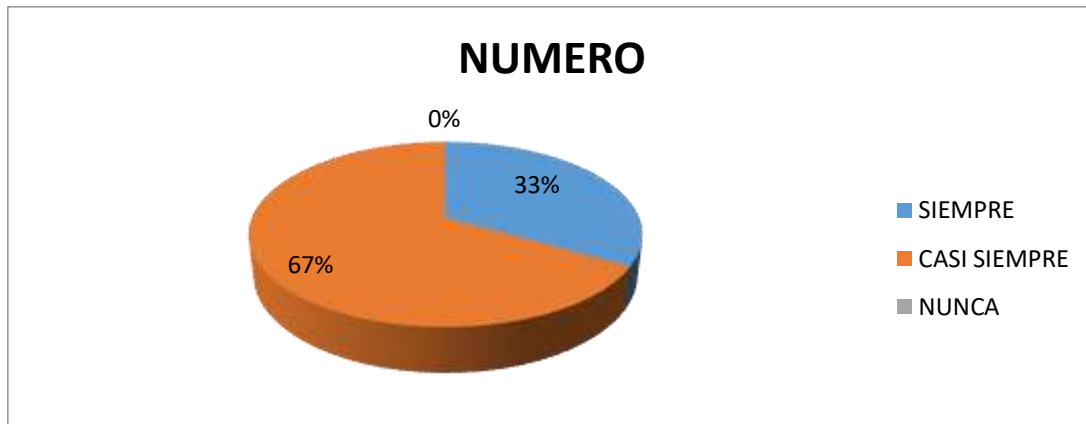
Tabla # 11

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
SIEMPRE	1	33%
CASI SIEMPRE	2	67%
NUNCA	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Grafico # 11.



Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Análisis: El 67% supo manifestar casi siempre cuenta con una la información administrativa necesaria para sus colaboradores, tales como resoluciones, leyes y normas actualizadas para sus colaboradores el 33% reveló que siempre.

Interpretación: La entrevista realizada a los socios concertó la mayoría que casi siempre cuenta con una la información administrativa necesaria para sus colaboradores, tales como resoluciones, leyes y normas actualizadas para sus colaboradores, pero eso no es suficiente para una óptima desenvolvimiento laboral.

12. Cómo califica usted los medios de comunicación interna con los que cuenta la empresa?

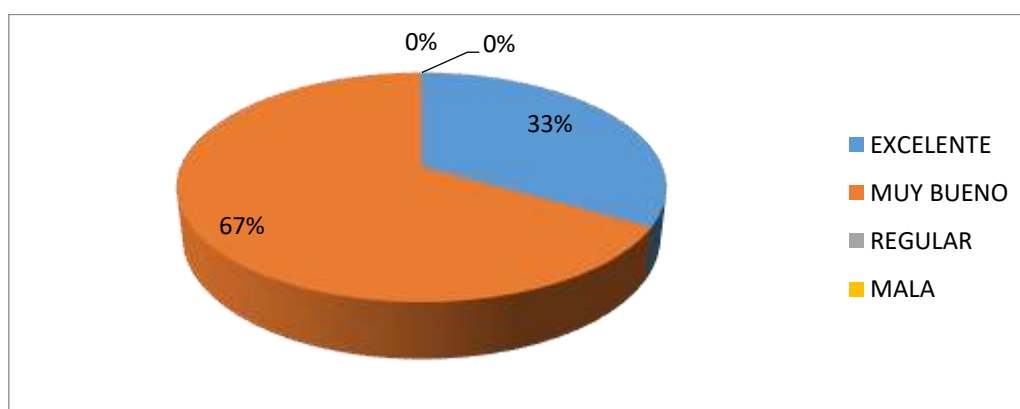
Tabla # 12

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
EXCELENTE	1	33%
MUY BUENO	2	67%
REGULAR	0	0%
MALA	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Grafico # 12.



Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Análisis: El 33% dijo que excelente los medios de comunicación interna, en cambio el 67% precisó que los medios de comunicación interna con los que cuenta la empresa.

Interpretación: Hay que recalcar que en esta pregunta la mayoría dijo que calificaba de muy buena medios de comunicación interna con los que cuenta la institución favoreciendo a todos.

13. Por favor indíquenos su grado de satisfacción con el talento secretarial.

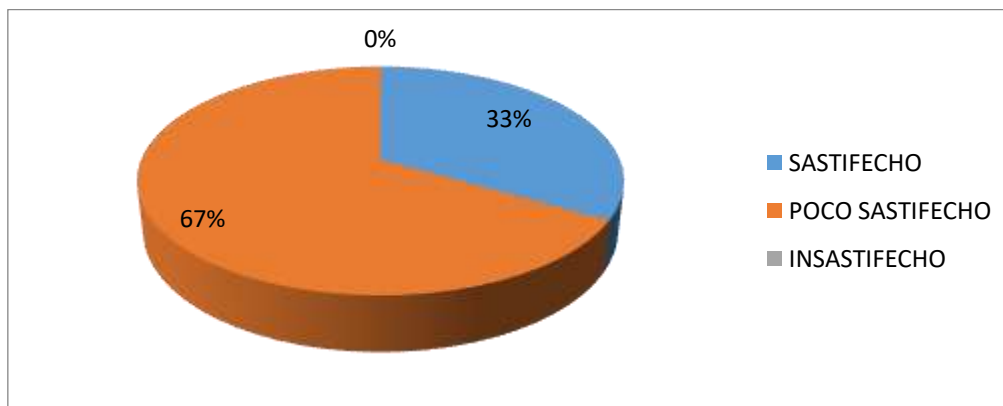
Tabla # 13

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
SASTIFECHO	1	33%
POCO SASTIFECHO	2	67%
INSASTIFECHO	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Grafico # 13.



Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Análisis: El 33% indicó que se sentía satisfecho con el talento de las secretarías, y el 67% supo manifestar que era poco satisfactorio el talento secretarial en estos momentos.

Interpretación: Hay que subrayar que en esta pregunta la mayoría expresó su descontento con el talento secretarial ya que da mucho que decir al momento de atención al cliente y organizacional.

14. Considera usted que la información que brinda son suficiente para el desempeño laboral?

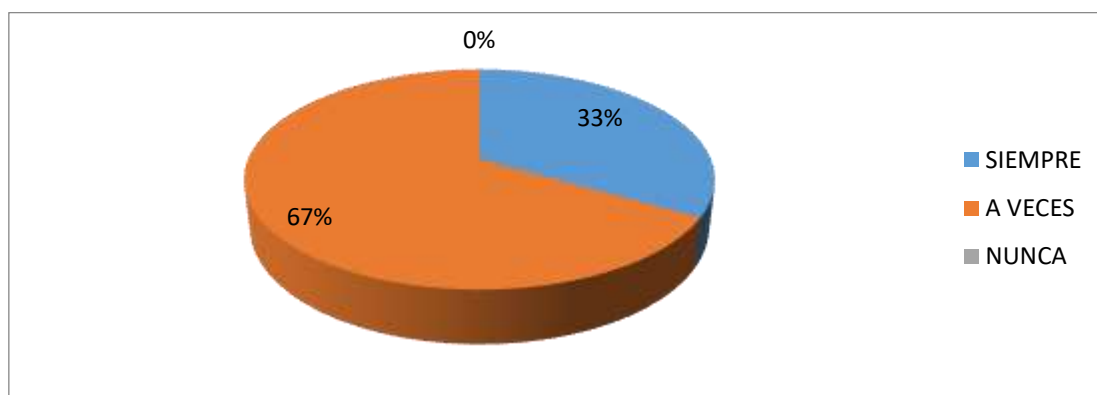
Tabla # 14

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
SIEMPRE	1	33%
A VECES	2	67%
NUNCA	0	0%
TOTAL	3	

Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Grafico # 14.



Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Análisis: El 33% cree que siempre es suficiente y mientras el 67% dice que no es suficiente la información que da a sus colaboradores.

Interpretación: Más de la mitad supo exteriorizar que la información que brindan no siempre surge efecto, sino que a veces. Es por los que hay que tomar en cuenta el valor de la información y la comunicación para que tenga validez.

15. En la institución existe alguna función específica que se dedique a orientar y gestionar proyecto de relaciones humanas?

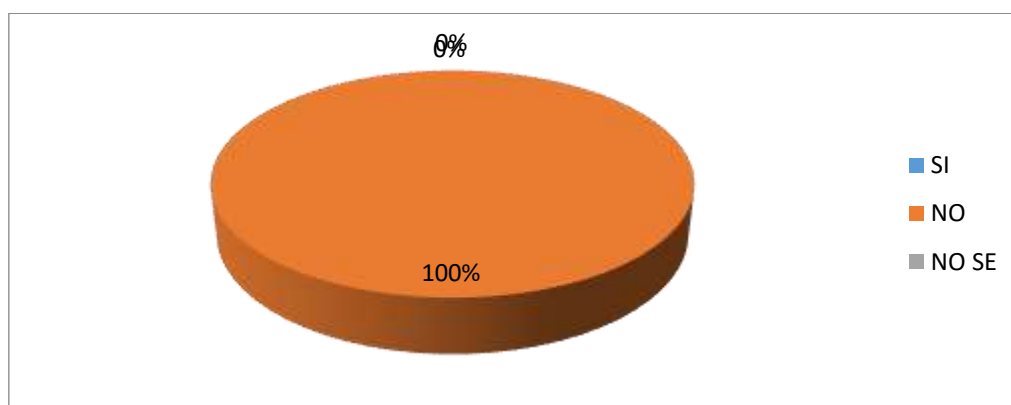
Tabla # 15

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	3	100%
NO SE	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Grafico # 15.



Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Análisis: El 100% supo manifestar que no existe alguna función específica que se dedique a orientar y gestionar proyecto de relaciones humanas.

Interpretación: Como el cien por ciento de la entrevista arrojó que en la institución existe alguna función específica que se dedique a orientar y gestionar proyecto de relaciones humanas, es una de las causas sobre la problemática de la empresa.

16. Considera que una buena comunicación interna mejoraría la productividad de la empresa?

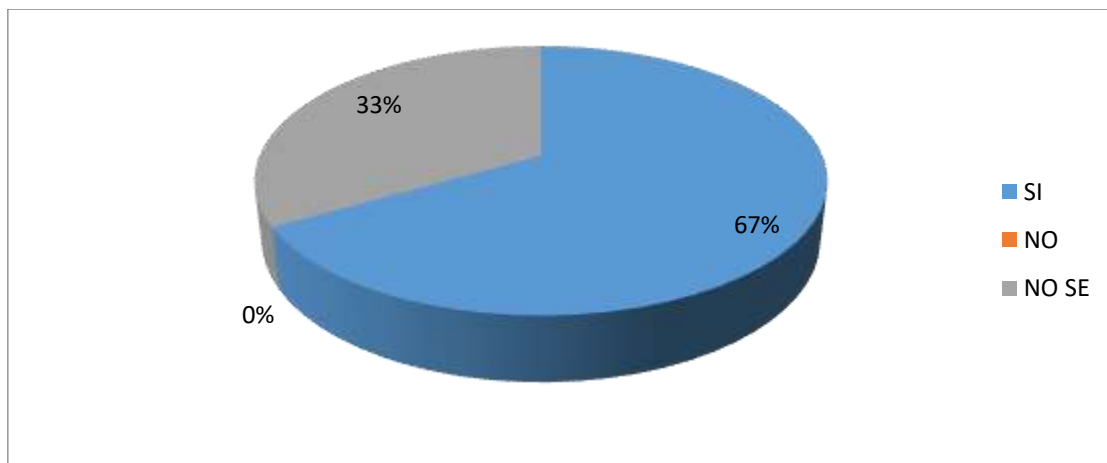
Tabla # 16

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
SI	2	67%
NO	0	0%
NO SE	1	33%
TOTAL	3	100%

Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Grafico # 16



Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Análisis: El 33% dijo que no sabía y el 67% considera que si mejoría la productividad con una buena comunicación interna.

Interpretación: La mayoría concordó con buena comunicación interna mejoraría la productividad de la empresa, esto es muy importante tanto para esta institución y para otras que tengan el mismo inconveniente.

3.2. CONCLUSIONES GENERALES Y ESPECÍFICAS

3.2.1. Conclusión general

Fomentar el perfeccionamiento en la comunicación interna-externa para brindar una excelente calidad de servicio y fortalecer las relaciones personales entre sus colaboradores, y resaltar el talento secretarial para así sus clientes se sienta cómodos y confiables con las necesidades que ellos requieran.

3.3.4. Conclusiones específicas

Los clientes se sienten un poco satisfechos con la atención brindada por las secretarías de igual forma con la falta de eficiencia que ven dentro de la institución, esta es la deducción de la encuesta dirigida a los clientes, pero también se pudo considerar en la mayoría de los clientes se han mantenido desde su creación y que ese ha sido su fortaleza.

Las secretarías por su parte se sienten preocupadas por la falta de capacitación sobre las leyes y reformas que están en constante renovación, al igual forma tener un poco más de relaciones personales entre los directivos para lograr una excelente interacción.

Se observó que la falta de un orientador en gestionar proyectos que incentive al personal, por su parte también cree que si se mejoraría la comunicación interna la productividad de la empresa sería satisfactorio y rentable porque en los últimos dos años no se ha habido crecimiento sino que se ha mantenido.

3.4. RECOMENDACIONES GENERALES Y ESPECIFICAS

3.4.2. Recomendación general

Impulsar a las secretarias en poner en prácticas las actitudes secretariales y profesionalismo al momento de atender al cliente. Y que las autoridades del estudio jurídico Ballesteros Vaca se organicen y capaciten al personal, que es necesario realizar un taller y así actualizar a las secretarias con las nuevas leyes vigentes para un acceso mucho más eficaz para quien lo necesite.

3.4.3. Recomendaciones específicas

Sugerir a la autoridades a que se gestione las propuesta planteada sobre la capacitación eventualmente para todo el personal que labora en cada uno de los departamento con la finalidad de mejorar la comunicación y alimentar sus conocimiento en lo que compete para lograr la eficacia y eficiencia en sus actividades diarias.

Llevar a cabo las acciones necesarias para que se gestiones de manera rápida y oportuna, gestionar las relaciones personales, resaltar el talento secretarial. Para ello se sugiere la realización de talleres de recursos humanos que les permita trabajar en equipo permitiendo alcanzar un buen desempeño laboral, creando un mejor ambiente de trabajo.

Es recomendable hacer una adecuada organización para los socios y secretarias en el acceso de información y comunicación en el estudio jurídico Ballesteros Vaca. Utilizando las técnicas comunicacional y resaltando sus actitudes y talento cada uno tiene y explotarlo para bien de todos, eliminando el desinterés y ser un equipo.

CAPITULO IV

PROPUESTA DE APLICACIÓN

4.1. Propuesta de aplicación de resultados

4.1.1. Alternativa obtenida

Elaborar talleres de capacitación a las personas que integran la empresa para la correcta comunicación y atención a los clientes y la perfeccionar la organización dentro del estudio jurídico Ballesteros Vaca.

4.1.2. Alcance de la alternativa

El estudio jurídico Ballesteros Vaca se preocupe e incentive más en sus labores diarias ya que con esta propuesta de apoyo se podrán obtener resultados más rápido, con una dirección directa confiable y segura con los clientes porque se le brindará la información requerida.

Entonces es necesario que el personal se preocupe por resaltar su profesionalismo y llegar a las demás persona con buena actitud y puedan cumplir sus funciones de una manera ágil y eficaz al momento de que soliciten sus servicios.

Para elaborar el taller de relaciones humanas se lo procesará de acuerdo a las necesidades del estudio jurídico Ballesteros Vaca con la finalidad de optimizar el trabajo en las distintas actividades y especialmente a las de sus colaboradores y así brindar una atención eficiente a los usuarios.

4.1.3. Aspectos básicos de la alternativa

4.1.3.1. Antecedente

Cada método tiene su adecuada funcionabilidad la cual permite a las secretarias en este caso la motivación y mejoramiento para el buen desempeño de en el estudio jurídico Ballesteros Vaca eso haría que exista una mejor comunicación interna.

Todo este proceso se logrará de acuerdo a la capacitación de comunicación y desarrollar sus talentos que se aplicará en la institución. Y de esta manera encontrar una forma factible para un desenvolvimiento adecuado con el personal y a su vez dar una correcta respuesta a cualquier tipo de petición que se le esté solicitando.

4.1.3.2. Justificación

Por ello esta investigación se prevé plasmar y dinamizar el trabajo en el ámbito de la comunicación en el campo laboral y fuera de ella en el cual se está inmerso para que cada personal pueda dar lo mejor de sí y ser ordenado en sus funciones y visualiza determinar la importancia que tiene sus clientes y sus colaboradores del estudio jurídico Ballesteros Vaca, siendo con esto se alcance una productividad de cada empleado y socio.

Poseer una estructura sólida en una relación interpersonal con sus colaboradores es suma importancia ya que formaría un esquiipo, este tipo de sistema brindara un servicio de calidad a todos los usuarios del estudio jurídico Ballesteros Vaca, además los clientes estarán satisfechos por atención brindada.

Cada organización hoy en día debe de tener en consideración un plan de gestión de capacitación para sus empleados y directivos, tomando en cuenta que este sistema es de gran beneficio para todos y hasta para el gerente que se sentirá más confiado con su personal. Esta capacitación será fructífera ya que las secretarias van a manifestar su talento, sus conocimientos, habilidades y cualidades necesarias para realizar sus actividades con calidad y efectividad.

4.2. OBJETIVOS

4.2.1. General

Fortalecer la calidad del talento secretarial y la comunicación interna-externa a través de un taller de capacitación que garantice la correcta y oportuna ejecución de sus actividades en el estudio jurídico Ballesteros Vaca.

4.2.2. Específicos

Implantar la influencia en la correcta información que se les brinda a los clientes que garantice su conocimiento adquirido.

Efectuar con las mejoras comunicativas, para lograr un buen desempeño en las secretarias y sus superiores de acuerdo con el incremento de sus clientes en el estudio jurídico Ballesteros Vaca.

Facilitar una guía de instrucción enfocada en la motivación para el buen desempeño del talento secretarial y la comunicación interna-externa del estudio Ballesteros Vaca.

4.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA

4.3.1. Título

Talento secretaria y la comunicación interna-externa del estudio jurídico “ballesteros vaca”, ciudad de Quevedo, año 2019.

4.3.2. Componentes

Los tipos de capacitación mencionados pueden desarrollarse a través de las siguientes modalidades.

Formación: tiene como propósito impartir conocimiento básico orientado a proporcionar una visión general y amplia en la comunicación interna-externa y la correcta información.

Actualización: orientada a facilitar instrucciones y práctica precedente en las leyes y normas que rigen consecutivamente en nuestro país.

Especialización: Se orienta a la ampliación y dominio de conocimientos y experiencias o, al desarrollo del talento secretarial y la comunicación.

Perfeccionamiento: es potenciar el desempeño laboral y las funciones técnicas, profesionales, directivas a través de la comunicación.

Complementación: fortalecer la formación personal de secretarías y directivos para de esta manera tener a los colaboradores más productivos en sus labores diarias.

Grafico # 17

DISEÑO DE UN MANUAL DE INSTRUCCIÓN COMO UNA GUIA MOTIVACIONAL EN LA COMUNICACIÓN Y EL TALENTO SECRETARIA PARA MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA LABORAL EN EL ESTUDIO JURIDICO BALLESTERO VACA.



**MANUAL DE INTRUCCIÓN
MOTIVACIONAL EN LA COMUNICACIÓN
Y
EL TALENTO SECRETARIAL**

**ESTUDIO JURIDICO
“BALLESTEROS VACA”**

AUTORA:

ARIAS FIGUEROA ALBA ROSARIO

Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Grafico #18

FUNCIONES DEL ÁREA DE SECRETARÍA SON LAS SIGUIENTES:

1. Recibir a los clientes y guiarlo hacia las personas correspondientes.
2. Abrir, clasificar y repartir la correspondiente entrante, incluyendo los faxes y el correo electrónico.
3. Responder, filtrar y pasar llamadas telefónicas, tomar mensajes y ocuparse de las solicitudes de información y de peticiones.
4. Escribir la correspondencia, memorandos, informes, presentaciones y otros documentos a partir de borradores, copias manuscritas, dictados por ordenador con una serie de paquetes de software.
5. Archivar y recuperar documentos, correspondencia, registros e informes y establecer sistemas de archivo.
6. Organizar los preparativos de viajes, los itinerarios de los viajes, las conferencias y las funciones sociales ejecutivos.
7. Preparar el orden del día y hacer preparativo para las audiencias.
8. Llevar a cabo tareas generales de oficina como pedidos de suministros, servir refrescos, café, aguas y otros.
9. Informar sobre los de suministros de oficina y sobre equipo de oficina que no funciona.

Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Técnicas de atención a los clientes.

Grafico # 19

TÉCNICAS DE ATENCIÓN A LOS CLIENTES	
<p>Técnicas de explicación</p> <p>Explicar es una parte decisiva de cualquier prestación de servicios, estructurar es la clave para comunicarse efectivamente</p> <p>La estructura aumenta la fluidez del proceso.</p> <p>Esto significa que las personas conservan información que ha sido estructurada un 40% más precisa y fiablemente que la información no estructurada.</p>	<p>Ejemplo:</p> <p>Piensa en el momento de memorizar un número de teléfono. Es mucho más fácil recordar el número "0985416587" si es reestructurado en "098-541-6587".</p>
<p>Técnicas de empatía</p> <p>La empatía es la capacidad de entender o sentir lo que otra persona está experimentando. Mostrar empatía en atención al cliente es esencial porque muestra al cliente que te interesa. Saltar directamente a la parte de arreglar el problema puede hacerte parecer frío o antipático.</p>	<p>A Nadie le importa cuánto sabes, hasta que saben cuánto te importa.</p>
<p>Técnica Feel, Felt, Found.</p> <p>La técnica ‘siento’, ‘he estado ahí’,</p>	<p>Siento: Empatiza con el sentimiento del momento del cliente y déjale saber que lo entiendes.</p> <p>He estado ahí: Explícale que tú también te has sentido así en el pasado.</p>

La técnica es usada por los 'Geniuses' (genios). I ahí cuando el cliente se siente que es importante.

Técnica HEARD

Esta técnica de rescate después de haber pasado una mala experiencia en otra institución o puede ser de la misma, llega con quejas de una mala atención. Se debe seguir el siguiente paso; escuchar, empatizar, discúlpate, resuelve y diagnóstica.

Hallazgo: Cuéntale al cliente cómo te diste cuenta que tu preocupación o duda era incorrecta.

Escucha.- Escucha. Dale al cliente la libertad de compartir su historia completa y sin interrupciones.

Empatiza.- Esto crea una conexión emocional y confianza, y muestra la voluntad intrínseca de ofrecer apoyo.

Discúlpate.- Esto puede ser más importante que la solución misma, y es la extensión de la empatía. Disculparte significa que te importa y que asumes la propiedad del problema en cuestión.

Resuelve. – Se debe ser veloz en la resolución del problema, y respalda esto a través del empoderamiento y capacitación a fondo de sus empleados. Las secretarías deben tener contacto directo con los clientes rara vez tiene que “preguntar al jefe” para resolver un problema, haciendo su talento mucho más eficiente.

Diagnóstica.- Más vale prevenir que lamentar, por lo que el último paso es analizar qué fue lo que llevó a fallar en el servicio.

<p>Técnicas de memorización de nombres</p> <p>¿No odias cuando alguien olvida tu nombre? No es fácil recordar nombres, por supuesto, y nosotros mismos se nos olvidan. Pero cuánto apreciamos cuando la gente recuerda el nuestro.</p>	<p>El nombre de una persona es para esa persona el sonido más dulce e importante en cualquier idioma.</p>
<p>Técnicas de escuchar</p> <p>Uno de los puntos principales es hacer sentir importante a los otros. Escuchar cuidadosamente es una de las herramientas más rápidas para lograrlo.</p>	<p>Son pequeñas expresiones que hace el oyente mientras la otra parte está hablando. “Okay”, “Si”, “Entiendo.</p> <p>El contacto cara a cara es muy importante al momento de escuchar</p>
<p>Técnicas de interrogación</p> <p>Ser conscientes del efecto y la influencia de este tipo de preguntas te permitirá implementarlas con mayor propósito. A punta de preguntas puedes guiar una conversación — una habilidad crucial en el servicio al cliente.</p>	<p>Preguntas abiertas.- Les recomiendo este tipo de preguntas ya que facilitan que la otra persona hable y se extienda.</p> <p>No pueden ser contestadas con un simple sí o no. “¿Cómo sucedió esto?”, “¿Cuál es la historia detrás de esta historia...?”, etc.</p> <p>Cuando no tienes suficientes antecedentes, es bueno empezar con preguntas abiertas para obtener un cuadro completo de la situación en cuestión.</p>

Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Actividades del manual de valores

Grafico # 20

VALORES	COMPROMISO
EI RESPETO	<ul style="list-style-type: none">• Contestar preguntas y dudas sin importar quien las requiera.• Realizar pacto de convivencia.• Redactar una carta de compromiso
LA SOLIDARIDAD	<ul style="list-style-type: none">• Ser generoso y comprometido con el resto de compañeros• Al ser solidario el cerebro recibe una sensación de recompensa.• Generamos bienestar aumentando así su autoestima.
RESPONSABILIDAD	<ul style="list-style-type: none">• Asumir sus errores y ser responsable de sus acciones.• Presentarse para trabajar a tiempo y poner las horas previstas.• Tomar decisiones apropiadas, como la forma de vestir y la forma en que interactúa con otras personas.

	<ul style="list-style-type: none"> • Ser confiable, su jefe, las personas con las que trabaja y los clientes deben poder confiar en usted diariamente, especialmente durante los períodos de mayor demanda o urgencia.
<p>EMPATÍA. PRIMERO LAS PERSONAS, LUEGO LOS PAPELES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Entender los sentimientos y emociones de los compañeros. • Mostrar interés por las personas que nos rodean. • Procura tener una actitud positiva y abierta para inspirar confianza y cordialidad.
<p>VALORES Y OBJETIVOS COMUNES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener la esperanza en todos los ámbitos. • Concentrarse y dar solución al problema. • Realizar las actividades con alegría y satisfacción
<p>AUTONOMÍA Y LIBERTAD PARA TOMAR DECISIONES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Prestar al máximo de los apoyos para que las decidan por sí misma. • Las preferencias y deseos de los clientes tienen prioridad en todas las decisiones sobre dónde van a recibir los servicios.

<p>EXPECTATIVAS CLARAS.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lo voy hacer lo mejor que pueda. • Enlazar la comunicación en todos los ámbitos en las relaciones interpersonales d la institución y con los clientes.
<p>AGRADECE, RECOMPENSA Y MOTIVA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Agradecer públicamente a los colaboradores por su desempeño. • Recompensar a los compañeros es uno de los componentes de motivación. • Decir cuan satisfecho esta por su trabajo.
<p>Y COMUNICAR, COMUNICA, COMUNICAR.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicare de mis próximos proyectos labores. • Informare a todo el personal sobre mis inquietudes y satisfacciones.

Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

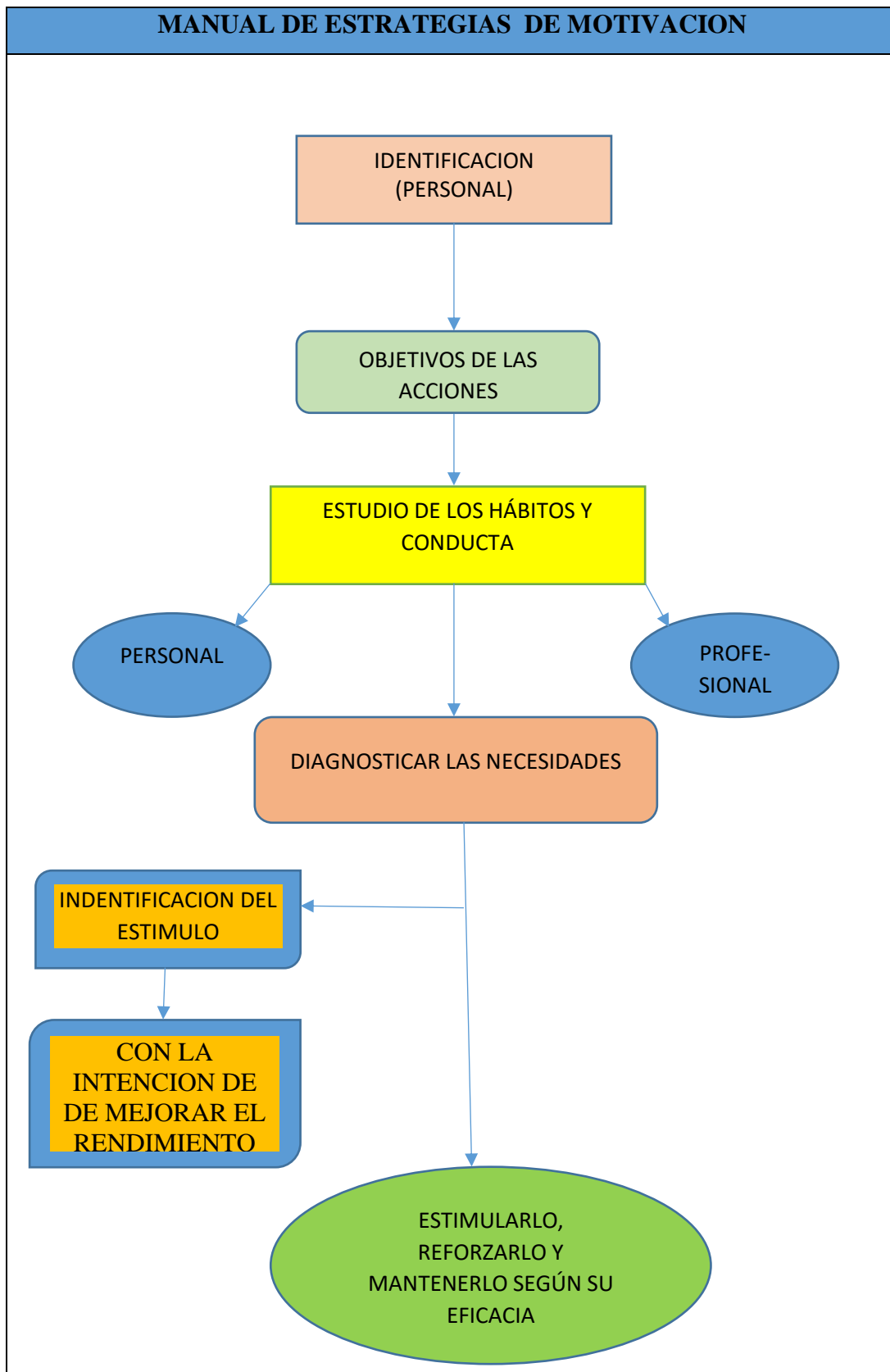
La aplicación del manual de valores se los realizo con cada uno de los integrantes del estudio jurídico Ballesteros Vaca.

Son estos valores los que construyen organizaciones flexibles, abiertas y colaboradoras, donde la información fluye de forma horizontal y transparente, y en las que se escucha, pide opinión, se valora y utiliza esa opinión.

Esta actividad ratifica que una buena comunicación interna no solo mejora el clima laboral sino que tiene un impacto claro en la mejora de los resultados empresariales. Y nos aportan a los siguientes beneficios:

- ✓ Mejora la imagen externa y la reputación corporativa.
- ✓ Descubre y aprovecha el talento de la organización.
- ✓ Estimula la innovación y favorece el conocimiento compartido.
- ✓ Ahorra tiempo y dinero

Grafico # 21



Fuente: Estudio Jurídico "Ballesteros Vaca"

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Conservación de la motivación.

Se debe destacar una serie de aspectos importantes relacionados con la motivación en la institución.

- El tipo de motivación que se aplique sobre un individuo o equipo de trabajo concreto dependerá de su personalidad como sujeto o grupo y del sistema de creencias del mismo.
- La personalidad del individuo quebrantará directamente en el tipo de motivación que se le pueda aplicar y cómo esta le afectará en su desempeño.
- Una de las herramientas más poderosas con la que cuenta una corporación es la motivación, por lo que se debe usar con coherencia y corrección para aumentar la productividad y la cuenta de resultados.

Es obvio que la motivación en una empresa es una de las claves del éxito de cualquier compañía. De su acertada implantación dependerá en gran medida la consecución de los objetivos planteados.

Capacitación del personal del Estudio Jurídico Ballesteros Vaca

Tema: ATENCION AL CLIENTE

Duración: 4 horas

Objetivo: Brindar una correcta atención al cliente y mejorar la comunicación interna-externa:

1. Calidad y servicio al cliente
2. Técnicas secretariales
3. Motivación

Instrumento de evaluación: Se utilizará una atención oportuna de excelente calidad se priorizará las necesidades que necesita los clientes de la empresa utilizar técnicas como es: el buen trato, ser atento, como consecuencia a sus competitividad y formación.

Tema: Comunicación interna

Duración: 4 horas

Objetivo: Desarrollar las relaciones interpersonales con los integrantes de la institución

Contenidos:

1. Estimulación, cualidad, liderazgo y éxito
2. Atención y servicio excelente
3. Labor en equipo
4. Diplomacia Interpersonales exitosas

Instrumento de evaluación: Se utilizará como resultados las aptitudes de las secretarias para la productividad, en cuanto a sus capacidades cognitivas en su perfil profesional y en su rendimiento profesional.

ESTRUCTURA DEL MODULO

ATENCION AL CLIENTE

Objetivo terminales del Módulo

- Manejar técnicas del servicio al cliente
- Equilibrar públicamente al cliente de acuerdo a su origen y necesidades.
- Obtener destrezas y habilidades para adoptar una actitud propia agradable y confiable.
- Proyectar e inspeccionar información en relación al servicio que proporciona.

PERFIL DEL FACILITADOR QUE IMPARTIRÁ EL MODULO

- ✓ Habilidad de manejar una variedad técnicas de aprendizajes de grupo (estilo, aula, taller).
- ✓ Se identifica con la filosofía del proyecto
- ✓ Estable buenas conexiones con el contenido y aspecto prácticos de los módulos que desarrolla.
- ✓ Crea un espacio favorable para el aprendizaje, bien empatía con las personas para facilitar los aprendizajes.

RECURSOS

Administrativo

DESCRIPCION	CANTIDAD
Gerente	1
Socios	2
secretarias	2
Facilitador	1
Total	6

Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Tecnología

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Computadora	1
Proyector	1
Cámara fotográfica	1
Manual	5

Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

Presupuesto

DESCRIPCION	CANTIDAD	TIEMPO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Facilitador	1	4 horas	20,00	80,00
Internet	1	4 horas	5,00	20,00
Manual	5		6,00	30,00
Impresiones	1		5,00	5,00
Viáticos	2		10,00	20,00
Refrigerio	6		3,00	18,00
Imprevisto				7,00

Total				180,00
--------------	--	--	--	---------------

Fuente: Estudio Jurídico “Ballesteros Vaca”

Elaborado: Alba Arias Figueroa

4.4. RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA

Como resultado se espera que se aplique de forma adecuada el sistema de comunicación y del talento secretarial para tener un mejor esmero de los clientes y de toda la institución, ya que esto es toda la base fundamental de toda empresa además es para una buena imagen del área, aplicando todas las aptitudes en su implementación y así mismo obtener empleados capaces de comunicar y de interaccionar con los clientes.

La comunicación interna o externa se le debe dar importancia para que mejore de forma oportuna y a la información para que sea mucho más productiva en sus labores diarias. Los objetivos de reducir son las carencias del talento secretarial y la mala comunicación interna que estaba afectando directamente a la empresa por el menguamiento de los clientes. Con las técnicas aplicadas se recuperara lo indicadores anteriormente y esto generara una mejor imagen dentro del entorno institucional.

3.5. CRONOGRAMA DEL PROYECTO

Tiempo Actividades	2019												2020											
	OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Convocatoria para procesos de titulación	X	X																						
Socialización del procesos de titulación			X																					
Inscripciones en la paginas web SAI				X	X																			
Seminario de orientación de titulación							X																	
Designación de tutores							X																	
Aprobación de tutores								X																
Registrar tema a la página web SAI								X																
Revisión del perfil de proyecto								X																
Inicio y elaboración de proyecto									X	X	X	X												

Referencias bibliográficas

- FERNÁNDEZ, M. (2013) concepto de comunicación y componentes del proceso comunicativo. La búsqueda de todos los medios de persuasión que tenemos a nuestro alcance <https://www.efdeportes.com/efd178/componentes-del-proceso-comunicativo.htm>.
- BF. LOMONOSOV, la comunicación: El problema de la comunicación en Psicología pag. 89. Comunicación es todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistemas de mensajes. <http://revista-digital.verdadera-seducion.com/comunicacion-kinesica/>
- BETH GREENWOOD 2018 secretaria ejecutiva es un puesto de trabajo o profesión que sirve para brindar el máximo apoyo a los empleados de alto rango <https://www.lifeder.com/secretaria-ejecutiva/>
- E. PICHÓN. RIVIERE: 'El Proceso Grupal de Psicoanálisis a la Psicología Social' pag.89- La comunicación es la interacción de las personas que entran en ella como sujetos.
- FERNANDO GONZÁLEZ REY, EN 'PERSONALIDAD Y EDUCACIÓN' .La comunicación es un proceso de interacción social a través de signos y sistemas de signos.
- GARY KREPS "LA COMUNICACIÓN EXTERNA en las organizaciones implica dar y recibir información entre las organizaciones y sus entornos relevantes"[1]
- ESTEBAN Y OTROS (2008) comunicación externa en la organización define a la comunicación externa como la transmisión de información fuera de la empresa, destinada a los públicos.<http://tiposdecomunicacioninternayexterna.blogspot.com/2016/04/concepto-de-comunicacion-interna-y.html>.

SANZ Y OTROS (2005) (2008) la comunicación masiva que emite la organización definiéndola como aquella que se origina en la corporación.<http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/19398/capitulo1>.

SANZ DE LA TAJADA (1996), hace gran hincapié en la transmisión del mensaje, donde hay que tener en. Iñiguez Rímoli, N. (2005, julio).

COPRIOTI (2009, P. 39) EN SU LIBRO BRANDING CORPORATIVO. Paul Capriotti (www.bidireccional.net) es Doctor en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma de Barcelona (España) y Licenciado en Comunicación Social (Relaciones Públicas) por la Universidad Nacional de Rosario (Argentina).

BRANDOLINE Y GONZÁLEZ FRIGOLLI (2009, P. 28) comunicación interna, <https://libros.unlp.edu.ar/index.php/unlp/catalog/download/978/965/3193-1>

FRIDA DÍAZ BARRIGA, 2006). Problema que los ámbitos de desempeño plantean a los docentes es qué evaluar y cómo, y sobre todo, cómo traducir dicha evaluación en una calificación adecuada y justa” <https://es.slideshare.net/suesuper/evaluacin-segn-tres-autores>

JULIAN PÉREZ PORTO Y MARIA MERINO (2010). Actualizado (2013). Actualizado: 2013. Definiciones.

DE FONSECA, M. comunicación oral fundamentos y practicas estrategias México DF

México editorial Pearson educativa, (2000).

THOMPSON, I. (2008) definición de comunicación recuperando de pro negocios. Net. CEUPE- CENTRO EUROPEO DE PROSGRADO Y EMPRESA <https://www.123test.com/es/profesiones/profesion-secretario-ejecutivo/>

ENRIQUEZ, 2013 <https://www.lifeder.com/secretaria-ejecutiva/Enriquez, 2013>

KATZ Y KAHN, (1986) señalan como otra de las características que define las organizaciones como

Sistemas el estar compuestas por partes interrelacionadas. <https://integracion-academica.org/vol1numero2-2013/25-las-organizaciones-como-sistemas-sociales-complejos>

SANCHEZ, JOSE MARIA, GONZALES-SERNA LENGUAJE Y COMUNICACIÓN,
<https://gonzalezserna.wordpress.com/>

P. DRUKER, 2000). ACCIÓN HUMANA EMPRESARIAL, rev.fac.cienc.econ., Vol. XVII (2), Diciembre 2009, 9-21

GARY KREPS (1995) la comunicación en las organizaciones. Comunicar y organizar. Procesos de comunicación humana. Perspectivas sobre el proceso de organización. Teoría clásica de la organización. Teoría de las relaciones humanas en la organización

<https://catedracoi2.files.wordpress.com/2013/04/kreps-gary-la-comunicacion-en-las-organizaciones.pdf>

KATZ Y KAHN, (1996). Teoría general aplicada a modelo de gestión de organizacional.
<file:///C:/Users/x/Downloads/201604.pdf>

MONTERO (2002) MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN EN PSICOLOGÍA Y EDUCACIÓN, Orfelio G. León e Ignacio Montero Madrid, McGraw-Hill, 2003 (3ª edición)

SEGÚN JULIAN PORTO Y MARIA MERINO (2010) ACTUALIZADO (2013) Publicado-2010-
Actualizado/

SANZ Y OTROS (2005) (2008) comunicación externa en una empresa es aquella que se realiza con
desenvolvimiento <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/19398/capitulo1>

ESTEBAN Y OTROS (2008) define a la comunicación externa como la transmisión de la formación fuera de la empresa. <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/19398/capitulo1.pdf> Felipe Crisnacho Dueñas (2013)

BRANDOLINI Y GONZÁLEZ FRIGOLI (2009) la comunicación interna clave para una gestión exitosa <https://libros.unlp.edu.ar/index.php/unlp/catalog/book/978>

CAPRIOTTI (2009, P. 39). EN SU LIBRO BRANDING Corporativo, derechos de edición en nuestro caso, hemos titulado este libro como “Branding Corporativo”, porque nos central Page 39 paulcapriotti.wordpress.com › libros

JOHN LOCKE (1632-1704) Resumen de sus ideas y Filosofía. las ideas centrales del empirismo moderno, según el cual hay muy pocos asuntos que puedan resolverse sin una cuidadosa y ecuánime consideración de las pruebas obtenidas por medio de los sentidos.

FERDINAND DE SAUSSURE LINGÜÍSTICO, a comienzos del Siglo XX, había concebido la posibilidad de la existencia de una ciencia que estudiara los signos «en el seno de la vida social», a la que denominó semiología, del griego semeion. https://www.ecured.cu/Ferdinand_de_Saussur

JUAN BERCHMAS VALLET (1970) realismo clásico, derecho natural, orden natural, Justicia, Metodología Jurídica, Filosofía del Derecho, iusnaturalismo, razonamiento jurídico y la equidad. Anuario Jurídico y Económico Escorialense, XLV (2012) 285-310 / ISSN: 1133-3677

E. PICHÓN. RIVIERE. (1999) lo emergente y lo resistente ven la comunicación, Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido.

B. F. LOMONOSOV 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 intergrupala. Según B.F. Lomonosov y otros: El problema de la comunicación en Psicología pag. 89.

ANEXOS

CUESTONARIO DE PREGUNTAS DIRIGIDO A LOS CLIENTES

1. Cuanto tiempo tiene de ser cliente y piensa seguir necesitando de sus servicios?

- a) 2 años
- b) 10 años
- c) 20 años

2. Como llego a conocer a la empresa?

- a) Por amigos
- b) Por publicidad
- c) Por mis propios medios

3. Por favor indíquenos su grado de satisfacción con la atención brindadas por las secretarias.

- a) Insatisfecho
- b) Poco satisfecho
- c) Satisfecho

4. En comparación con otros estudios jurídicos el servicio es.....?

- a) Mucho mejor
- b) Más o menos igual
- c) Algo peor

5. Indique en condición se encuentra el estudio jurídico Ballesteros Vaca?

- a) Excelente
- b) Regular
- c) Mala

6. En su punto de vista cree usted que la empresa existe una buena organización?

- a) Si

- b) No
- c) No se

CUESTONARIO DE PREGUNTAS DIRIGIDO A LAS SECRETARIAS

7. Dispone usted de la información administrativa que necesita para su trabajo, tales como resoluciones, leyes y normas actualizadas?

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) Nunca

8. La comunicación fortalece las relaciones interpersonales entre compañeros?

- a) Siempre
- b) Pocas veces
- c) Nunca

9. Como considera usted al talento organizacional como influencia sobre el desarrollo de las actividades de la empresa?

- a) Muy bueno
- b) Bueno
- c) Malo

10. Cómo califica usted los medios de comunicación interna con los que cuenta la empresa?

- a) Excelente
- b) Regular
- c) Mala

Foto #1



Opinando sobre varios temas de carácter secretarial.

Foto # 2



Revisando las encuestas realizadas durante la proceso de la investigación.

Foto # 3



Desarrollando encuesta a los clientes en los exteriores del estudio jurídico Ballesteros Vaca.

Foto # 4



Dando las indicaciones y entregando documentos de apoyo a la facilitadora para la capacitación.

Foto # 5



Dando la bienvenida a la capacitación en una de las oficinas de la empresa