

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE LINGÜÍSTICA E IDIOMAS



PLAN EXCEPCIONAL DE TITULACIÓN PARA ESTUDIANTES NO GRADUADOS
(PETAENG)

MEMORIA PROFESIONAL COMUNICACIÓN EFECTIVA CON PRAGMÁTICA
LINGÜÍSTICA, PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA Y NORMA ISO 9001 - 2015
PARA OPTAR EL GRADO DE LICENCIATURA EN LINGÜÍSTICA E IDIOMAS
MENCIÓN LENGUA CASTELLANA

Postulante: Ydoné Tania Troncoso Zurita

Tutor: M.Sc. Marcelo Columba

La Paz – Bolivia

2023

INDICE

Área I.....	7
Contexto laboral y descripción de la actividad laboral	7
1.1. Análisis de la experiencia laboral	10
1.1.1. Experiencia en auxiliar de docencia	10
1.1.2. Experiencia en Atención al Cliente y Ventas	10
1.2. Período de la Actividad Laboral	12
1.3. Instituciones donde se realizó la Actividad Laboral	12
1.4. Cargos Desempeñados	12
Área II.....	13
Determinación y análisis del problema o descripción de un caso de.....	13
Estudio	13
2.1. Introducción	14
2.2. Identificación del problema	14
2.3. Planteamiento del problema.....	15
2.3.1. Formulación del Problema.....	16
2.4. Justificación	16
2.5. Objetivos	18
2.5.1. Objetivo General	18
2.5.2. Objetivos Específicos.....	18
2.6. Marco Institucional	19
2.6.1. Análisis FODA de Entel S.A	19
2.6.2. Análisis FODA Entel S.A.	19
2.6.3. Misión Entel S.A.....	21
2.6.4. Visión Entel S.A.	21
2.7. Marco Referencial.....	23
2.7.1. Pragmática lingüística	24
2.7.2. Programación neurolingüística (PNL)	34
2.7.3. Norma ISO 9001-2015.....	38
2.7.4. Integración de la pragmática lingüística, programación neurolingüística y la norma ISO 9001-2015 como desarrollo de un marco conceptual	41
2.8. Marco Metodológico.....	49
2.8.1. Diseño de la Investigación.....	49
2.8.2. Tipo de Investigación	49

2.8.3. Población y muestra	50
2.8.4. Análisis de Datos	50
2.8.5. Análisis de Resultados.....	59
2.8.6. Síntesis	69
2.8.7. Recomendaciones	71
2.8.7.1. Guía implementación programa capacitación.....	71
2.8.7.2. Sugerencia capacitación norma ISO 9001:2015	75
2.8.7.3. Nociones básicas de la Norma ISO 9001:2015 en Atención al Cliente.....	77
2.9. Sección Propositiva.....	78
2.10. Sección Conclusiva	79
2.11. Referencias bibliográficas	86
2.12. Anexos	88
2.12.1. Cuestionario dirigido a clientes Entel S.A.	88
2.12.2. Cuestionario, dirigido a Agentes de atención al cliente de Entel S.A.	89
Área III.	90
Análisis de la experiencia profesional	90
3.1. Pertinencia de la Malla Curricular con la Experiencia Profesional.	91
3.2. Aprendizaje en el Proceso de la Actividad profesional.	92
3.3. Sugerencias para mejorar la Formación Profesional en Lingüística e Idiomas	94

Dedicatoria

A mi Papá, si te podría definir en una palabra sería perseverante, no había lugar en este mundo a donde no fueras, ni persona con la que no hablaras; espero tener esa cualidad en mí, gracias Papá, ahora eres mi ángel.

A mi Mamá, si te podría definir con una palabra, inmortal sería; siempre incansable, creativa, guerrera, inteligente, sobre todo, amorosa; tener un poquito de todas esas cualidades sería mi más preciada gracia, gracias Mamita, ahora eres mi ángel.

Edgar, si te definiría en dos palabras sería noble de corazón, en palabra y acción; valga la redundancia exquisitamente educado y respetuoso con todo y todos. Fui muy afortunada de tenerte en esta vida como mi hermano mayor, una enciclopedia andante de enseñanzas, espero tener un poco de ese entendimiento de la vida que tú tenías, gracias mi hermano.

Abraham, mi hermano de las segundas oportunidades, que siempre creía en la reivindicación del ser humano, en la bondad de corazón sin maldad alguna, con una fe ciega en las personas; espero tener un poquito de esa compasión y sabiduría que compartías con tu próximo, gracias Abraham.

Ahora los dos son mis estrellas del cielo.

Mi amado Bambú, de energía inagotable, de bondad infinita, amor incondicional me enseñaste; mi mejor amigo, mi mago alquimista que me llevabas de la tristeza o la preocupación a la más pura alegría, fuiste parte importante de mi salud mental, gracias Bambú.

Los amo a todos más allá de la vida y de lo que las palabras puedan expresar, han sido y seguirán siendo mi inspiración, los volveré a ver.

Agradecimiento

Dedicado a la Universidad Mayor de San Andrés, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Carrera Lingüística e Idiomas, por brindarme la oportunidad de completar este pendiente académico en mi vida.

También quiero dedicar este logro a mis docentes Dr. José Mendoza, Lic. Carlos Coello, que desde el inicio de mi carrera despertaron en mí la pasión por la ciencia lingüística. A través de su enseñanza, descubrí el poder y la belleza del lenguaje humano: una forma de expresión precisa y fascinante; su legado continúa vivo en mi amor por esta disciplina.

A mis amados hermanos: Hufemia, Rosse Mary, Ruth, Daysi, Edwin y Katia; quiero dedicarles este logro y expresarles mi profundo agradecimiento por estar siempre a mi lado. A través de los altibajos de la vida, ustedes han sido mi apoyo incondicional y mis compañeros invaluable. Su amor, amistad y complicidad han sido pilares fundamentales en mi camino. Cada uno de ustedes es único y especial, y el vínculo que compartimos es inquebrantable. Agradezco por los momentos de risas, por las reflexiones y por el constante aliento en cada paso que doy. Esta dedicatoria es un tributo a nuestra unión como hermanos y una expresión de gratitud por su presencia en mi vida. Los quiero con todo mi corazón.

Adolfo, mi esposo quiero dedicarle este logro y expresarles mi amor y gratitud infinitos. "Tú has sido mi compañero de vida y mi mayor apoyo. A través de las alegrías y los desafíos, hemos construido una relación de amor y confianza. Tu presencia en mi vida es un regalo preciado". Agradezco que creas en mí y también te agradezco por alentarme a alcanzar mis metas. Eres mi roca, mi confidente y mi persona favorita. Espero seguir caminando a tu lado en este hermoso viaje llamado vida.

Resumen

La comunicación efectiva es fundamental en cualquier contexto, especialmente en la atención al cliente, usuarios, servidores públicos, servidores académicos, etc. Los enfoques sobre la pragmática lingüística, programación neurolingüística (PNL) y la norma ISO 9001:2015; pueden contribuir a mejorar la comunicación efectiva y promover la sinergia entre ellos.

La pragmática lingüística se centra en cómo se utiliza el lenguaje en situaciones reales y considera el contexto, las intenciones y las inferencias para comprender el significado de los enunciados. Al aplicar los principios de la pragmática, los profesionales de la atención al cliente pueden adaptar su lenguaje y estilo de comunicación a las necesidades y expectativas de los clientes, lo que facilita una interacción más efectiva y comprensible.

Programación Neurolingüística (PNL) se centra en la relación entre el lenguaje, los patrones de pensamiento y el comportamiento humano. Proporciona herramientas y técnicas para comprender y utilizar eficazmente los patrones de pensamiento y lenguaje con el fin de mejorar la comunicación y las habilidades personales. Al aplicar los principios de la programación neurolingüística, los profesionales de la atención al cliente pueden desarrollar una mayor empatía, establecer con los clientes y utilizar un lenguaje persuasivo y motivador para una comunicación más efectiva.

La norma ISO 9001:2015 establece los requisitos para implementar un sistema de gestión de calidad efectivo. Si bien no está directamente relacionada con la comunicación, la norma ISO 9001:2015 promueve la mejora continua y la satisfacción del cliente, lo que implica una comunicación clara y eficaz. Al implementar los requisitos de la norma, las organizaciones pueden establecer procesos y procedimientos claros para la comunicación interna y externa, asegurando que todos los involucrados tengan un conocimiento compartido y una comprensión común de los estándares y requisitos de calidad. La sinergia entre estos enfoques radica en su capacidad para mejorar la comunicación efectiva. Al aplicar los principios de la pragmática lingüística, la PNL y la norma ISO 9001-2015 en la atención al cliente, se puede lograr un

conocimiento compartido, una comprensión clara de las expectativas y requisitos del cliente y una comunicación más efectiva en general. La combinación de estos enfoques puede ayudar a los profesionales de la atención al cliente a establecer relaciones sólidas y satisfactorias con los clientes, brindando un servicio de calidad y cumpliendo con los estándares de la organización.

Área I.

Contexto laboral y descripción de la actividad laboral

Mi amplia experiencia laboral en diferentes áreas, me brindó una valiosa oportunidad para desarrollar habilidades y conocimientos en diversos contextos profesionales, esta experiencia me permitió adquirir una perspectiva amplia y adaptarme eficientemente a nuevos desafíos y entornos laborales de manera efectiva; haber trabajado en diferentes áreas me dio la oportunidad de adquirir un conjunto diverso de habilidades técnicas y conocimientos específicos de cada campo. Esto me brindó la capacidad de comprender diferentes procesos, metodologías y lenguajes profesionales asociados con cada área en la que trabajé, también me permitió abordar problemas y desafíos desde múltiples perspectivas; lo que puede ser una ventaja significativa en entornos laborales que requieren un pensamiento creativo y una solución de problemas de innovación.

Haber trabajado en diferentes contextos profesionales, me dio la oportunidad de interactuar con una variedad de personas, equipos y culturas organizacionales. Esto me ayudó a desarrollar la habilidad para adaptarte rápidamente a nuevos entornos laborales y establecer relaciones efectivas con colegas y superiores. Mi capacidad para comprender las dinámicas y los protocolos de diferentes entornos laborales coadyuvó a facilitar la integración y la colaboración en nuevos equipos de trabajo.

Otra ventaja sobre mi experiencia laboral fue darme la oportunidad de enfrentar diferentes desafíos y superar obstáculos en diferentes contextos. Esto cultivó mi resiliencia y capacidad para manejar la presión y el cambio. Mi experiencia me enseñó a ser adaptable, flexible y a encontrar soluciones incluso en situaciones desconocidas. Estas habilidades son altamente valoradas en entornos laborales que requieren agilidad y capacidad de respuesta rápida, mi experiencia laboral diversa también me preparó para enfrentar con confianza los desafíos futuros y destacar en mi campo profesional.

Mi experiencia en docencia, se desarrolló en la UMSA, propiamente ayudantía a nivel Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, también en derecho y en la carrera de economía; presté servicio de ayudantía en los cursos preuniversitarios, materia de lenguaje. Antes de concluir el plan de estudios de la carrera lingüística y castellano (los dos últimos años) fui auxiliar de gramática castellana bajo la directriz del Dr. José Mendoza. Durante ese tiempo tuve

la responsabilidad de impartir clases y guiar a los estudiantes en su proceso de aprendizaje; algunas de las tareas comprendían el diseño y desarrollo de material didáctico, preparación de planes de estudio y evaluación del desempeño de los estudiantes. Además de fomentar ambientes de aprendizajes positivos y estimulantes, brindando apoyo individualizado a los alumnos y promoviendo la participación activa en el aula. Los dos siguientes años desempeñé labores de docencia dirigido a italianos ejecutivos del grupo Entel S.A. enseñándoles gramática castellana con ayuda de la lingüística contrastiva entre el italiano y el castellano.

La experiencia en atención al cliente fue desarrollada como funcionario de Entel S.A. en el área comercial, específicamente dentro la gerencia de atención al cliente presencial, durante 15 años entre promociones y ascensos. Tuve la oportunidad de interactuar directamente con los clientes, tanto en ventas; como en servicio de atención al cliente propiamente en los Multicentros de Entel S.A. (así se denominan en el área comercial). Las actividades laborales fueron desarrolladas en las oficinas centrales del área comercial, tanto en la ciudad de La Paz, como en la ciudad de Santa Cruz (fueron 10 años de radicatoria en esa ciudad). Desde la central de Entel S.A. emanaban las políticas de atención al cliente y las políticas de venta, entre programas y proyectos que finalmente eran operados por personal de todas la regionales de Entel S.A. a nivel nacional.

Tuve la fortuna de desarrollar habilidades en la resolución de problemas, la gestión de quejas y la satisfacción del cliente. Trabajé con personal de atención al cliente de canales directos e indirectos, referido a ventas; muchas veces preparando contenidos de capacitación que eran puestos en red y utilizados para todo el personal que esté involucrado con el cliente final, sea centro de llamadas (*Call Center*) o plataformas de atención, es decir; tiendas. Esta experiencia me brindó una perspectiva integral de las necesidades y expectativas de los clientes; durante este tiempo, se logró establecer relaciones sólidas con los clientes normales, clientes importantes (*vip*) y socios (*partners*); brindando un servicio de calidad y contribuyendo con ventas exitosas. Fui responsable de gestionar la logística en tiendas de Entel S.A. a nivel nacional, esta labor implica coordinar y supervisar el flujo de productos y servicios incluyendo selección de personal, capacitación de manejo de sistemas, dotación de uniformes, coordinación servicios de terceros, etc. Asegurando de cubrir los pedidos y necesidades en todo este amplio tema, se entreguen de manera oportuna y eficiente. Se ha trabajado en estrecha colaboración con proveedores y equipos

internos para garantizar un aprovisionamiento adecuado y una gestión efectiva del inventario. Entre otras actividades, se ha supervisado el cumplimiento de los estándares de calidad y seguridad en las operaciones logísticas.

1.1. Análisis de la experiencia laboral

Se resume los aspectos claves y se destaca las habilidades y competencias adquiridas en cada área:

1.1.1. Experiencia en auxiliar de docencia

Habilidades de comunicación efectiva

La práctica de la docencia (4 años) requiere una sólida habilidad para comunicarse claramente con los estudiantes, transmitir conocimientos de manera comprensible y fomentar un ambiente de aprendizaje participativo.

1.1.1.1. Capacidad de planificación y organización

Como docente, fui responsable de diseñar planes de estudio, desarrollar materiales didácticos y establecer metas educativas. Esto demuestra mi capacidad para planificar y organizar eficientemente las actividades y recursos destinados para ese cometido.

1.1.1.2. Habilidad para adaptarse a diferentes estilos de aprendizaje

La experiencia en docencia me permitió trabajar con estudiantes de diferentes estilos de aprendizaje, adaptando los métodos de enseñanza para satisfacer las necesidades individuales de los alumnos.

1.1.2. Experiencia en Atención al Cliente y Ventas

1.1.2.1. Excelencia en el servicio de atención al cliente

A lo largo de la experiencia en atención al cliente, desarrollé habilidades para ofrecer un servicio excepcional, brindando atención personalizada, solucionando problemas y superando las expectativas de los clientes.

1.1.2.2. Habilidad para gestionar quejas y conflictos

En el ámbito de atención al cliente, es habitual enfrentarse muchas veces a situaciones desafiantes. La capacidad para manejar quejas y conflictos de manera efectiva demuestra la habilidad para mantener la calma, escuchar activamente y encontrar soluciones satisfactorias, tanto para la institución como para el usuario.

1.1.2.3. Conocimiento del producto y habilidades de venta

Al interactuar directamente con los clientes, adquirí un profundo conocimiento de los productos y servicios que se ofertaban. Además de desarrollar habilidades de persuasión y negociación para generar ventas exitosas.

1.1.3. Responsable de Logística en Tiendas Entel S.A. nivel nacional

1.1.3.1. Gestión efectiva de la cadena de suministro

Ser responsable de logística, me permitió desarrollar habilidades para coordinar y supervisar el flujo de productos y servicios; tanto internos como externos, asegurando una entrega oportuna y eficiente. Esto implica trabajar en estrecha colaboración con proveedores y equipos de diferentes áreas dentro la institución, para garantizar una cadena de suministro eficaz.

1.1.3.2. Capacidad para gestionar el inventario

La gestión adecuada del inventario es crucial en logística. La experiencia otorga habilidades en la planificación y seguimiento de inventarios, asegurando un aprovisionamiento adecuado y minimizando los costos asociados al almacenamiento.

1.1.3.3. Enfoque en la calidad y la seguridad

Como responsable de logística, es crucial la supervisión en el cumplimiento de los estándares de calidad y seguridad en las operaciones logísticas. Esto resalta la capacidad de garantizar la integridad de los productos y servicios durante todo el proceso logístico. Mi experiencia laboral demuestra una combinación de habilidades transferibles, como la comunicación efectiva, la planificación y organización; la resolución de problemas, la gestión de relaciones y el enfoque en la calidad. Estas habilidades son valiosas en diversos entornos laborales y posicionan a la misma,

como un profesional versátil y capacitado para enfrentar desafíos en diferentes roles y responsabilidades.

1.2. Período de la Actividad Laboral

Fui ejecutiva con 15 años en el ámbito laboral (área comercial-negocio de telecomunicaciones)
Docente con 2 años de experiencia en el ámbito enseñanza- aprendizaje dirigido a los italianos de la capitalización de Entel S.A. Auxiliar de docencia con 2 años de experiencia en el ámbito enseñanza- aprendizaje dirigido a estudiantes del preuniversitario de la UMSA y estudiantes de la carrera de lingüística y castellano, haciendo la suma de prestación de servicio, fueron 19 años de desempeño en el ámbito laboral.

1.3. Instituciones donde se realizó la Actividad Laboral

- i. Autoridad de fiscalización y control social de telecomunicaciones y transporte (ATT)
- ii. Empresa Nacional de Telecomunicaciones (Entel S.A)
- iii. Universidad Mayor de San Andrés, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación, Carrera Lingüística e Idiomas, Mención Lengua Castellana

1.4. Cargos Desempeñados

1. Staff de la Gerencia Atención al Cliente Presencial – Responsable de Logística Nacional
2. Responsable Conciliaciones Servicios de Terceros para Entel S.A.
3. Responsable de Logística Multicentros Entel y EBP`s (Entel Business Partner)
4. Responsable de Comunicación y Entrenamiento para canal Directo e Indirecto (Gerencia Comercial Masiva)
5. Responsable de Información y Comunicación Proyecto de Calidad Operativa
6. Coordinadora de Equipo de Comunicación / Área Recursos Humanos Entel Movil – Santa Cruz
7. Back office Call Center / Gerencia Servicio al Cliente
8. Operadora Vip / Plataforma Móvil - La Paz
9. Profesora de Castellano
10. Auxiliar de Docencia, Curso Preuniversitario, Facultad Ciencia Exactas, UMSA

Área II.

Determinación y análisis del problema o descripción de un caso de

Estudio

2.1. Introducción

La comunicación efectiva es un elemento fundamental en cualquier ámbito de la vida, y su importancia dentro de las organizaciones no puede ser subestimada. En un mundo globalizado y altamente competitivo, la capacidad de transmitir información de manera clara, precisa y persuasiva se ha convertido en un factor determinante para el éxito y la eficiencia empresarial, en este contexto, la pragmática lingüística y la programación neurolingüística (PNL) han surgido como enfoques teóricos y prácticos que buscan comprender y mejorar la comunicación humana.

La pragmática lingüística se centra en el estudio de cómo se utiliza el lenguaje en situaciones reales, considerando el contexto, las intenciones del hablante y las inferencias del receptor. Por otro lado, la programación neurolingüística se enfoca en los patrones de pensamiento y comportamiento que influyen en la comunicación, y propone técnicas para mejorar la efectividad comunicativa; además, en el marco de la gestión de calidad, la Norma ISO 9001:2015 establece los requisitos para un sistema de gestión de calidad eficaz. Entre estos requisitos, se encuentra la comunicación interna y externa, que son elementos clave para garantizar la satisfacción del cliente y el logro de los objetivos organizacionales; entre los objetivos de esta memoria académica está explorar la relación entre la comunicación efectiva, la pragmática lingüística, la programación neurolingüística y la Norma ISO 9001:2015, con el fin de identificar cómo estos enfoques y normativas pueden contribuir a mejorar la comunicación en las organizaciones y en última instancia, el desempeño empresarial. Se analizarán las bases teóricas de la pragmática lingüística y la PNL, así como los requisitos de comunicación establecidos por la Norma ISO 9001:2015.

2.2. Identificación del problema

A pesar de la importancia de una comunicación efectiva en la atención al usuario, se observó una falta de claridad, precisión y adecuación en los mensajes transmitidos por parte de los representantes de atención al cliente de Entel S.A. en las tiendas de esta institución; esta ineficiencia en la comunicación puede llevar a malentendidos, insatisfacción del cliente y pérdida de oportunidades de negocio que impactan en sus objetivos y misión, respectivamente.

Además, se detectó una falta de aplicación de principios de gestión de calidad basados en la Norma ISO 9001:2015 en los procesos de atención al cliente de Entel S.A. Esto se traduce en una falta de seguimiento sistemático, evaluación y mejora continua de los servicios ofrecidos, lo que puede afectar negativamente la calidad y la satisfacción del cliente. De igual manera, el desconocimiento o la falta de enfoque en los *principios* de la pragmática lingüística, como ciencia del lenguaje y las técnicas de programación neurolingüística, hacen que no tengan a disposición las herramientas poderosas para mejorar la comunicación interpersonal, la conexión empática con los clientes y la influencia positiva en sus experiencias.

En sí, el problema identificado es la ineficiencia en la comunicación y la gestión de calidad en la atención al cliente de Entel S.A., caracterizada por una falta de claridad en los mensajes, una falta de aplicación de los principios de la Norma ISO 9001:2015 y una subutilización de las técnicas de pragmática lingüística y programación neurolingüística.

2.3. Planteamiento del problema

La formulación del problema en el tema de la comunicación efectiva con pragmática lingüística, programación neurolingüística y Norma ISO 9001:2015, en el contexto de atención al cliente de Entel S.A., propone la interrogante ¿Cómo mejorar la comunicación y la gestión de calidad en la atención al cliente de Entel S.A. para incrementar la satisfacción del cliente y cumplir con los estándares de la Norma ISO 9001:2015? Existe un nivel de desconocimiento generalizado sobre la aplicación de diversas herramientas y enfoques que son fundamentales para lograr una comunicación efectiva en diferentes contextos. Entre estas herramientas se encuentran los principios de la pragmática lingüística, que comprenden el estudio de cómo se utilizan los elementos del lenguaje en el contexto de la comunicación real para lograr una comprensión mutua.

Además, las técnicas de programación neurolingüística (PNL) ofrecen estrategias prácticas para mejorar la comunicación, como el uso de la empatía y la calibración, que permiten establecer una conexión efectiva con los demás y comprender mejor sus necesidades y perspectivas. Asimismo, los requerimientos establecidos en la Norma ISO 9001:2015, relacionados con la calidad de los procesos y la satisfacción del cliente; también abarcan la importancia de una comunicación

efectiva. Esta norma destaca la necesidad de establecer y mantener canales de comunicación claros, así como el seguimiento y la mejora continua de los procesos de comunicación interna y externa.

La falta de conocimiento y aplicación de herramientas como los principios de la pragmática lingüística, las técnicas de PNL y los requerimientos de la Norma ISO 9001:2015 pueden limitar la capacidad de las personas y las organizaciones para lograr una comunicación efectiva, lo que a su vez puede afectar la calidad de las relaciones interpersonales, la satisfacción del cliente y el logro de los objetivos empresariales.

2.3.1. Formulación del Problema

¿En qué medida la implementación de herramientas de comunicación efectiva con los principios de la pragmática lingüística y técnicas de programación neurolingüística, junto con el cumplimiento de los principios de la Norma ISO 9001:2015 impacta en la satisfacción del cliente y el cumplimiento de los estándares de calidad en la atención al cliente de Entel S.A.?

Este planteamiento del problema proporciona una base para describir o proponer cómo mejorar la comunicación y la gestión de calidad en la atención al cliente de Entel S.A., centrándose en la aplicación de técnicas de comunicación efectiva y el cumplimiento de los estándares de calidad establecidos por la Norma ISO 9001:2015. El objetivo es evaluar el impacto de estas mejoras en la satisfacción del cliente y el logro de los estándares de calidad en la organización.

2.4. Justificación

La comunicación es fundamental en cualquier organización porque influye en la productividad, la calidad de los productos o servicios, la satisfacción del cliente y las relaciones interpersonales; una comunicación efectiva evita malentendidos, conflictos y errores aspectos negativos y también promueve un ambiente de trabajo positivo; la relevancia de la pragmática lingüística y la programación neurolingüística es marcada y necesaria. Estas disciplinas proporcionan herramientas y enfoques prácticos para mejorar la comunicación, tanto a nivel lingüístico como en términos de habilidades sociales y emocionales. Su aplicación puede ayudar a comprender y

utilizar los aspectos pragmáticos del lenguaje, así como a desarrollar habilidades de comunicación interpersonal efectivas que redunden en ganancia para uno mismo.

El cumplimiento de la Norma ISO 9001:2015 establece una serie de requisitos para un sistema de gestión de la calidad en una organización. La comunicación efectiva es uno de los aspectos clave abordados por la norma, porque es fundamental para el logro de los objetivos de calidad y la satisfacción del cliente, integrar los principios de la norma en los procesos de comunicación puede ayudar a *asegurar* la calidad y la mejora continua. La combinación de la pragmática lingüística, la programación neurolingüística y los requisitos de comunicación de la Norma ISO 9001:2015 presenta una oportunidad para diagnosticar, explorar, analizar, describir y explicar ¿cómo? estos enfoques pueden contribuir de manera *sinérgica* a la mejora de la comunicación en las organizaciones. La RAE define "sinergia" como la "acción de dos o más causas cuyo efecto es superior a la suma de los efectos individuales". En términos más simples, se refiere a la colaboración o interacción de diferentes elementos o personas que produce un resultado conjunto mayor que la suma de los resultados individuales. La sinergia implica que los elementos se complementan y potencian mutuamente, generando un efecto sinérgico que es más fuerte o más efectivo que si actuaran de forma independiente (Diccionario de la lengua española, 2014).

Al observar y comprender esta integración de enfoques, se evidencia una complementación absoluta al punto de potenciarse mutuamente. De esta manera se convierten en estrategias comerciales de comunicación y prácticas efectivas que permitan superar las barreras comunicativas y promover una interacción más efectiva y significativa dentro y fuera de la organización. La justificación de este tema radica en su relevancia tanto teórica como práctica; la comprensión y aplicación de la pragmática lingüística, la programación neurolingüística y los requisitos de comunicación de la Norma ISO 9001:2015 pueden tener un impacto significativo en la calidad de la comunicación empresarial, la gestión de la calidad y, en última instancia; el éxito organizacional. Existe un espacio de observación y análisis que permite explorar las posibles sinergias entre estos enfoques y desarrollar recomendaciones prácticas para su implementación efectiva.

Esta memoria profesional busca justificar, explorar, describir y explicar la importancia y las implicaciones de la comunicación efectiva con base en la pragmática lingüística, la programación neurolingüística y los requisitos de comunicación de la Norma ISO 9001:2015. Al analizar y comprender estas interrelaciones, se espera proporcionar a las organizaciones herramientas y recomendaciones prácticas para mejorar la comunicación interna y externa, fortaleciendo su desempeño y competitividad en un entorno empresarial cada vez más exigente.

2.5.Objetivos

2.5.1. Objetivo General

- Sistematizar la experiencia laboral en la atención al cliente de Entel S.A. con el propósito de mejorar los procesos de comunicación y la calidad del servicio.

2.5.2. Objetivos Específicos

1. Estudiar los fundamentos teóricos de los principios de la pragmática lingüística, la programación neurolingüística y los requisitos de la norma ISO 9001:2015 relacionados con la comunicación efectiva en las organizaciones.
2. Diagnosticar la necesidad de comunicación efectiva en la Atención al Cliente de Entel S.A. (FODA)
3. Identificar los aspectos clave de la norma ISO 9001:2015 relacionados con la optimización de la comunicación efectiva en el servicio de atención al cliente de Entel S.A.
4. Explorar los principios de la programación Neurolingüística (PNL) y su relevancia en el contexto de la atención al cliente en Entel S.A.
5. Proponer una estrategia de comunicación efectiva con los principios de la pragmática lingüística, técnicas de programación neurolingüística y sistemas de Gestión de calidad de la norma ISO 9001:2015 en la atención al cliente de Entel S.A.
6. Sugerir una guía para programas de capacitación, con la estrategia de comunicación efectiva propuesta para la atención al cliente.

- Utilizar herramientas de programación neurolingüística para desarrollar habilidades de comunicación interpersonal, como la empatía, la escucha activa y la persuasión, entre otros.

2.6. Marco Institucional

Entel S.A. es una empresa estatal boliviana de telecomunicaciones con sede central en La Paz, fue fundada en 1965 en la actualidad se encuentra entre las mayores empresas de Bolivia debido a su fortalecimiento estatal como empresa de servicios, desde 2008. La cantidad de usuarios de telefonía celular en el mercado boliviano, según datos publicados por Entel S.A. en su memoria 2020 el 49,20% de las líneas de telefonía móvil le corresponde. El 37,00% sería la cuota de mercado de Telecel y el 13,80% corresponde a Nuevatel (Inf. Al 12 de julio 2022)

2.6.1. Análisis FODA de Entel S.A

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Confiabilidad en la marca 2. Calidad en la comunicación 3. Innovador tecnológico 4. Alta velocidad de navegación en internet 5. Tarifas económicas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nuevos paquetes y servicios 2. Cobertura en toda Bolivia 3. Tecnología 5G 4. Nuevas tecnologías para ofrecer en nuestros servicios

Fuente: www.entel.bo

2.6.2. Análisis FODA Entel S.A.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cuenta con una cobertura nacional sólida en toda Bolivia, lo que le permite llegar a una amplia base de clientes tanto en áreas urbanas como rurales. 2. Ha realizado una importante inversión en la modernización de su infraestructura de red, implementando tecnologías 4G y 5G LTE evolución a largo plazo, es una tecnología de comunicaciones móviles que se utiliza para proporcionar servicios de 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Crecimiento del Mercado de Telecomunicaciones. Bolivia aún tiene espacio para crecer, especialmente en áreas rurales donde la conectividad es limitada. 2. Expansión de la Banda Ancha, la creciente demanda de servicios de banda ancha y acceso a Internet de alta velocidad ofrece oportunidades para expandir los servicios de Entel y aumentar sus ingresos.

<p>banda ancha inalámbrica de alta velocidad. Se conoce como 4G LTE, es la cuarta generación de tecnología de red móvil. 3GPP (3rd Generation Partnership Project): "LTE - The UMTS Long Term Evolution: From Theory to Practice." https://www.3gpp.org/technologies/keywords-acronyms/99-lte.</p> <p>Estas ofrecen servicios de alta velocidad y calidad en la transmisión de datos móviles, es rápida y eficiente, Descarga música, acceder a sitios web y se puede ver videos de manera más rápida en comparación con la tecnología 3G.</p> <p>3. Ofrece servicios de telefonía móvil, Internet fijo, televisión por cable y otros. Esta diversificación le permite generar ingresos de diversas fuentes y atender las necesidades de sus clientes de manera integral.</p> <p>4. Siendo una empresa estatal, tiene el respaldo del gobierno boliviano, que le proporciona estabilidad y acceso a recursos adicionales en momentos de necesidad.</p>	<p>3. Modernización Tecnológica, la adopción de tecnologías emergentes como el 5G puede proporcionar a Entel una ventaja competitiva en el mercado.</p>
---	---

Fuente: Elaboración propia

DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>1. Entel compite con otros operadores de telecomunicaciones en Bolivia, lo que puede limitar su capacidad para fijar precios y obtener cuotas de mercado más grandes.</p> <p>2. A pesar de las inversiones en infraestructura, algunos clientes pueden experimentar problemas de calidad de servicio en áreas remotas o congestionadas.</p> <p>3. Aumento de clientes, sin optimización de cobertura, oferta de combos, sin facturación</p>	<p>1. Cambios en la regulación gubernamental pueden afectar la operación de Entel, porque es una empresa estatal sujeta a políticas gubernamentales.</p> <p>2. La entrada de operadores extranjeros en el mercado boliviano de telecomunicaciones puede aumentar la competencia y poner presión sobre los márgenes de ganancia de Entel.</p> <p>3. Tecnología Obsoleta, la rápida evolución tecnológica puede hacer que las inversiones en</p>

<p>clara.</p> <p>4. Personal de ATC sin perfil profesional.</p> <p>5. Carece de Política de Calidad.</p>	<p>infraestructura se vuelvan obsoletas en poco tiempo, lo que requiere un constante proceso de actualización.</p>
--	--

Fuente: Elaboración propia

2.6.3. Misión Entel S.A.

1. Crear valor a través de la provisión de Servicios de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información, con el objeto de facilitar el bienestar de la comunidad, acrecentando la productividad y calidad de vida de las personas (Declaración al 29 de nov. 2023)

2. Proporcionar servicios de telecomunicaciones a través de redes tecnológicamente actualizadas y modernas, cumpliendo la normativa vigente e impulsando el crecimiento económico productivo de nuestro país; logrando que todos los habitantes del Estado Plurinacional de Bolivia accedan a la comunicación telefónica e internet bajo premisas de calidad y tarifas equitativas. (Declaración al 30 nov. 2023, vigente) Fuente: www.entel.bo

2.6.4. Visión Entel S.A.

1. Ser un referente en el sector de las telecomunicaciones, brindando una experiencia distintiva, un lugar donde las personas se realizan, una empresa que desafía al mercado y crece de manera sostenible (Declaración al 29 nov. 2023)

2. Para el año 2015, nos comprometemos a sumar todos nuestros esfuerzos para lograr mantener a Entel como una empresa líder en el ramo de las telecomunicaciones con el fin de satisfacer la demanda y las necesidades de los habitantes del Estado Plurinacional de Bolivia. (Declaración al 30 nov. vigente) Fuente: www.entel.bo

Valores Entel S.A.

Excelencia, brindamos soluciones oportunas para el cliente, en base a una moderna tecnología y el desarrollo continuo de servicios creativos, innovadores y de valor agregado.

2. Honestidad y transparencia

3. Innovación
4. Calidez y Atención al cliente
5. Imparcialidad
6. Continuidad
7. Participación
8. Eficiencia (Declaración al 29 nov. 2023)

Replanteo de la Institución

1. Excelencia. - Brindamos soluciones oportunas para el cliente, en base a una moderna tecnología y el desarrollo continuo de servicios creativos, innovadores y de valor agregado.
2. Honestidad y transparencia. - Cumplimos nuestro trabajo apegados a los más altos principios morales y éticos, desempeñando nuestras funciones con rectitud e integridad; actuamos de manera abierta, honesta y auditable, generando confianza y seguridad en todas nuestras operaciones.
3. Innovación. - Transformamos ideas en procesos de negocio más eficientes y diferenciadores en productos y servicios rentables que aporten valor a nuestros clientes; con ofertas flexibles y personalizadas a la medida de sus requerimientos.
4. Calidez y Atención al cliente. - brindamos productos y servicios de la más alta calidad y con el distintivo de proactividad, diligencia, respeto, eficiencia y calidez (Declaración al 30 nov. 2023, vigente)

Principios fundamentales Entel S.A.

Igualdad. - Todas las personas pueden acceder a nuestros servicios, cuando éstos están disponibles, con igualdad de derechos y sin discriminación alguna.

Imparcialidad. - Nuestra actividad se sustenta en los criterios de objetividad y justicia, en el pleno respeto de las disposiciones que regulan nuestra actividad específica como operador en el mercado boliviano y nuestras relaciones con el cliente.

Continuidad. - Nuestros servicios serán ofrecidos siempre con continuidad, regularidad y sin interrupciones, salvo en aquellos casos en que sean necesarias tareas ordinarias de mantenimiento y, excepcionalmente, cuando debamos superar problemas fortuitos de gestión de red.

Participación. - Valoramos y tomamos en consideración, con el mayor interés y agradecimiento, cualquier sugerencia o propuesta de nuestros clientes en relación a nuestros servicios.

Eficiencia. - Empezaremos, de manera permanente, todas las acciones necesarias para garantizar a nuestros clientes eficiencia, bajo el compromiso de prestarles un servicio de calidad y con el respaldo de la mejor tecnología. Entel S.A. actualizó la información de cultura organizacional el 30 de nov. Que fue descrita líneas arriba, en la nueva actualización incluyeron un apartado de principios institucionales; lo cual obliga a actualizar el caso de estudio para su análisis (Declaración al 30 nov. 2023, vigente) **Fuente:** www.entel.bo

2.7. Marco Referencial

Se presenta los fundamentos teóricos de la pragmática lingüística y la programación neurolingüística, seguido por una descripción de los requisitos de comunicación establecidos por la Norma ISO 9001:2015, se describen algunos ejemplos de la estrategia de comunicación efectiva en la atención al cliente de Entel S.A. los mismos que son propuestos en base a experiencia laboral adquirida; posteriormente se analiza casos de estudio y prácticas recomendadas que ilustran la aplicación de estos enfoques para la implementación efectiva de la comunicación con base en esta sinergia, es importante tener en cuenta los siguientes aspectos que están alineados con los objetivos del trabajo.

2.7.1. Pragmática lingüística

La pragmática lingüística es un campo de estudio que se centra en cómo se utiliza el lenguaje en contextos reales de comunicación. Se desarrollan conceptos como la intencionalidad comunicativa, los actos de habla, la implicatura y la relevancia. La pragmática lingüística permite comprender cómo se construyen y se interpretan los mensajes en la comunicación interpersonal.

2.7.1.1. Máximas de Grice

El marco referencial de la memoria Comunicación efectiva con pragmática lingüística, programación neurolingüística y norma ISO 9001:2015 incorpora los principios de cooperación propuestos por Paul Grice, en el contexto de atención al cliente, donde la gente asume que los participantes en una conversación cumplirán con determinados principios universales, tales como el principio de cantidad, el principio de calidad, el principio de relevancia y el principio de manera. Estos principios, aunque no son rigurosamente obligatorios, son fundamentales para el funcionamiento exitoso de la comunicación en la interacción verbal (Grice, Logic and Convesation, 1975). Llamadas también máximas del principio de cooperación, se presenta su aplicación en este contexto y algunas contribuciones de otros autores sobre el tema, estos son:

1. Principio de pertinencia o relevancia. - Establece que los participantes en una conversación deben esforzarse por ser relevantes y proporcionar información que sea útil para el interlocutor. En el contexto de atención al cliente, implica que los agentes de servicio deben centrarse en las necesidades y preguntas del cliente, brindando respuestas claras y específicas que aborden su consulta o problema.

Ilustración

Cliente: - Hola, tengo un problema con mi teléfono. No puedo enviar mensajes de texto. ¿Puede ayudarme?

Agente de servicio: - Claro, entiendo su preocupación. Permítame realizar algunas preguntas para ayudarlo mejor.

¿Ha verificado si tiene suficiente saldo en su cuenta para enviar mensajes de texto?

En el ejemplo proporcionado, el principio de relevancia se aplica cuando el agente de servicio hace preguntas

pertinentes para comprender mejor el problema del cliente. Al preguntar si el cliente ha verificado si tiene suficiente saldo en su cuenta para enviar mensajes de texto, el agente se enfoca en la información relevante que puede ayudar a identificar la causa del problema y brindar una solución adecuada.

2. Principio de calidad. - Establece que los participantes deben esforzarse por brindar información precisa y veraz. En la atención al cliente, esto implica que los agentes deben proporcionar información correcta y confiable, evitando hacer afirmaciones falsas o engañosas. La transparencia y la honestidad son fundamentales para mantener la confianza del cliente; aunque el principio de calidad es ampliamente reconocido en la teoría pragmática de la comunicación de Grice, otros autores también han abordado este principio y han realizado contribuciones adicionales al respecto. A continuación, se menciona algunos de estos autores y sus enfoques relacionados con el principio de calidad.

Ilustración

Cliente: - Hola, estoy interesado en contratar un plan de datos ilimitados. ¿Puedes decirme si realmente es ilimitado o hay alguna restricción?

Agente de servicio: - ¡Claro! Le puedo asegurar que nuestro plan de datos ilimitados no tiene restricciones de uso. Puede disfrutar de una navegación ilimitada en internet sin preocuparse por límites de datos.

En este ejemplo, el agente de servicio cumple con el principio de calidad al proporcionar información precisa y veraz sobre el plan de datos ilimitados. El agente asegura al cliente que el plan no tiene restricciones de uso, lo cual es importante para que el cliente tome una decisión informada al contratar el servicio. Al ser transparente y honesto, el agente mantiene la confianza del cliente y cumple con el principio de calidad en la comunicación.

3. Principio de cantidad. - Establece que los participantes deben proporcionar la cantidad justa de información necesaria para la comprensión mutua. En el contexto de atención al cliente, implica que los agentes deben evitar tanto la falta de información como la sobrecarga de detalles innecesarios, es decir, ni más ni menos. Deben proporcionar la información relevante de manera concisa y clara.

Ilustración

Cliente: - Hola, estoy interesado en adquirir un nuevo teléfono. ¿Puedes proporcionarme información sobre el modelo XYZ?

Agente de servicio: - ¡Por supuesto! El modelo XYZ es un teléfono inteligente de última generación con una pantalla de 6.2 pulgadas, procesador de alta velocidad y una cámara de 12 megapíxeles. También cuenta con 64 GB de almacenamiento interno y una batería de larga duración.

En este ejemplo, el agente de servicio cumple con el principio de cantidad al proporcionar información suficiente sobre el modelo XYZ sin sobrecargar al cliente con detalles innecesarios. El agente menciona las características principales y destacadas del teléfono de manera clara y concisa, ofreciendo la cantidad justa de información necesaria para que el cliente pueda tomar una decisión informada. Así, se respeta el principio de cantidad en la comunicación.

4. Principio de manera o modo. - Se refiere al estilo y tono de la comunicación. Se espera que los participantes se expresen de manera clara, ordenada y apropiada para el contexto. En la atención al cliente, los agentes deben utilizar un lenguaje cortés, amigable y respetuoso, evitando el uso de jerga técnica o lenguaje inapropiado. Los agentes de servicio de atención al cliente que siguen estos principios pueden brindar respuestas pertinentes, precisas, adecuadas en cantidad y presentadas de manera apropiada, lo que promoverá una experiencia positiva para el cliente y fortalecerá la relación con la empresa. (Grice, Syntax and Semantics: Speech Acts, 1975)

Ilustración

Cliente: - Hola, estoy teniendo problemas con mi servicio de datos. No puedo acceder a Internet en mi teléfono.

Agente de servicio: - Lamento escuchar eso. Permítame ayudarlo con su problema de conexión. Por favor, verifiquemos los ajustes de red en su teléfono para asegurarnos de que estén configurados correctamente.

En este ejemplo, el agente de servicio utiliza un lenguaje cortés y amigable al abordar la preocupación del cliente. Se expresa de manera clara y ordenada, evitando el uso de jerga técnica que pueda confundir al cliente. Al mantener un tono respetuoso y apropiado para el contexto, el agente cumple con el principio de manera o modo en la comunicación con el cliente.

2.7.1.2. Aportes de otros autores sobre el estilo de la comunicación

Otros estudiosos también han abordado aspectos relacionados con el modo o el estilo de la comunicación, dentro de las máximas de cooperación de Grice, hay varios autores y conceptos relacionados con la cortesía, la imposición mínima, el principio de cooperación social, el principio de implicatura conversacional y el principio de adaptación al contexto; los cuales describimos a continuación.

1. Principio de cortesía. - Se refiere al uso del lenguaje de manera amable, considerada y respetuosa hacia los demás. Incluye el uso de fórmulas de cortesía, el respeto por la imagen y la dignidad de los interlocutores, y la consideración de sus necesidades y expectativas comunicativas. Sus aportes están basados en la racionalidad y la imagen pública, este principio fue creado por Penélope Brown y Stephen Levinson, son autores de esta teoría que se basa en el equilibrio entre el deseo de mantener una interacción armoniosa y el respeto a la autonomía individual, su obra *Cortesía: Algunos universales en el uso del lenguaje*, es considerada una referencia importante en el estudio de la cortesía y su relación con la comunicación (Brown & Levinson, *Politeness: Some Universals in Language Usage*, 1987)

Ilustración

Cliente: - Hola, necesito información sobre mi factura. No entiendo algunos cargos adicionales que aparecen en ella.

Agente de servicio: - ¡Buenos días! Con gusto puedo ayudarlo con su factura. Antes que nada, permítame agradecerle por contactarnos y por su paciencia mientras revisamos la factura. Estoy aquí para brindarle toda la información que necesita y resolver cualquier duda que pueda tener sobre los cargos adicionales.

En este ejemplo el agente de servicio utiliza un lenguaje amable y considerado desde el saludo inicial. Muestra respeto y consideración hacia el cliente al agradecerle por contactar y por su paciencia. Además, se compromete a brindar la información necesaria y resolver cualquier duda que el cliente pueda tener. El agente demuestra cortesía al utilizar fórmulas de cortesía, reconocer la imagen y dignidad del cliente, y considerar sus necesidades y expectativas comunicativas. Así, se cumple con el principio de cortesía en la comunicación con el cliente.

2. Principio de imposición mínima. - Sugiere que los hablantes deben intervenir en una conversación con la menor cantidad de información posible y sin asumir conocimientos compartidos. Se relaciona con evitar la sobre interpretación o suposiciones excesivas que podrían generar malentendidos. Principio impulsado por el sociólogo Goffman argumenta que, en las interacciones sociales, las personas tienden a evitar imponer costos innecesarios a los demás, buscando minimizar cualquier demanda que puedan hacer a los demás. (Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life*, 1959)

Ilustración

Cliente: - Hola, ¿qué planes de Internet ofrecen?

Representante de atención al cliente: - Tenemos un plan básico y un plan Premium (versión de mayor calidad)

¿En qué ciudad te encuentras?

Cliente: - Estoy en la ciudad de XYZ.

Representante de atención al cliente: En base a tu ubicación, te recomendaría nuestro plan *premium*.

Ofrece una velocidad de hasta 100 Mbps y 200 GB de datos al mes. También incluye acceso gratuito a nuestro servicio de televisión por *streaming* (transmisión en continuo) y una línea telefónica fija con llamadas locales ilimitadas. Además, ofrecemos un descuento del 20% durante los primeros tres meses.

¿Te gustaría saber más o tienes alguna otra pregunta?

En el ejemplo se destaca la información esencial sobre el plan premium y se omite cualquier detalle adicional que no sea relevante para el cliente en ese momento. Se busca brindar una respuesta concisa y directa, respetando el principio de imposición mínima al evitar imponer información adicional innecesaria.

3. Principio de cooperación social. - Se basa en la idea de que los seres humanos tienen una tendencia innata a cooperar en la comunicación y asumen que los demás seguirán ciertas normas de cooperación. Estas normas permiten una interacción comunicativa exitosa y eficaz. Este se relaciona estrechamente con los principios de cooperación propuestos por Grice en su teoría pragmática; este principio destaca la importancia de la colaboración y el seguimiento de normas de cooperación en la comunicación. Este enfoque ayuda a comprender cómo las personas interactúan y se entienden mutuamente en diversos contextos comunicativos, principio creado por Herbert H. Clark, lingüista conocido por sus contribuciones en el campo de la pragmática y la comunicación verbal. (Clark, *Using Language*, 1996)

Ilustración

Cliente: - Estoy interesado en comprar un teléfono móvil. Busco uno con una buena cámara y suficiente capacidad de almacenamiento.

Representante de atención al cliente: - Entiendo tus necesidades. Permíteme buscar opciones que cumplan con esos requisitos.

Después de unos minutos...

Representante de atención al cliente: - Tengo dos opciones que podrían interesarte: un modelo con una cámara de alta resolución y 128GB de almacenamiento, y otro con una cámara aún mejor y 256GB de almacenamiento.

¿Quieres más información sobre alguno de ellos o tienes alguna otra pregunta?

En este ejemplo el representante de atención al cliente muestra cooperación social al buscar comprender las necesidades del cliente antes de ofrecer opciones. Se enfoca en la buena cámara y la capacidad de almacenamiento requeridas por el cliente y busca proporcionar opciones relevantes. Al solicitar detalles adicionales sobre la cámara y el almacenamiento, el representante muestra una actitud cooperativa al buscar una comunicación efectiva y ofrecer información útil para ayudar al cliente a tomar una decisión informada. El representante presenta opciones específicas y claras basadas en los criterios mencionados por el cliente. Esto demuestra cooperación social al proporcionar información relevante y facilitar la elección del cliente.

4. Principio de implicatura conversacional. - Además de sus máximas de cooperación, Paul Grice también desarrolló el concepto de "implicatura conversacional". Según él las implicaturas conversacionales son inferencias que se derivan de los principios de cooperación y del contexto comunicativo, y que van más allá del significado literal de las palabras. (Grice, *Studies in the Way of Words*, 1970)

Ilustración

Cliente: - Hola, estoy interesado en comprar un teléfono móvil. Me gustaría saber si el modelo X tiene una buena duración de la batería.

Representante de atención al cliente: - ¡Claro! El modelo X cuenta con una batería de larga duración que puede brindarte hasta 2 días de uso intensivo antes de necesitar recargarla.

En este ejemplo el representante de atención al cliente utiliza la implicatura conversacional para resaltar la buena duración de la batería del modelo X. Aunque no menciona explícitamente la duración exacta de la batería en horas, se infiere que es lo suficientemente larga como para proporcionar hasta 2 días de uso intensivo antes de requerir una recarga. El representante utiliza esta implicatura para destacar una característica positiva del producto sin entrar en detalles técnicos complejos. Esto puede ser útil para transmitir información de manera más accesible y comprensible para el cliente, evitando una explicación excesivamente detallada que podría no ser relevante o confusa para alguien no familiarizado con especificaciones técnicas específicas.

5. Principio de adaptación al contexto. - Destaca la importancia de adaptar el lenguaje y el comportamiento comunicativo al contexto específico de la interacción. Incluye considerar el nivel de formalidad, el conocimiento compartido, las normas culturales y las expectativas comunicativas de los participantes; fue introducido por el lingüista Leech, ampliando de esta manera los principios de Grice. Argumenta que los hablantes adaptan su lenguaje al contexto comunicativo para maximizar la eficacia y la cortesía en la interacción. (Leech, Principles of Pragmatics, 1983)

Ilustración

Cliente: - Hola, estoy buscando un teléfono celular con una buena cámara y suficiente capacidad de almacenamiento. ¿Tienes alguna recomendación?

Representante de atención al cliente: - ¡Claro! Tenemos varios modelos que podrían adaptarse a tus necesidades. Uno de ellos es el modelo A, que cuenta con una cámara de alta resolución y 128GB de almacenamiento. También tenemos el modelo B, que tiene una cámara aún mejor y 256GB de almacenamiento. Si estás interesado en un teléfono con un rendimiento excepcional en fotografía, el modelo A podría ser una excelente opción. Por otro lado, si valoras la capacidad de almacenar una gran cantidad de fotos y videos, el modelo B podría ser más adecuado para ti. ¿Hay alguna otra característica o preferencia que tengas en mente?

En este ejemplo el representante de atención al cliente muestra el principio de adaptación al contexto de Geoffrey Leech. En lugar de ofrecer una única recomendación, el representante tiene en cuenta las preferencias del cliente y adapta su respuesta a la situación comunicativa. Proporciona dos opciones diferentes que se ajustan a las necesidades del cliente: el modelo A, enfocado en una cámara de alta resolución, y el modelo B, enfocado en una mayor capacidad de almacenamiento.

Al ofrecer estas opciones, el representante maximiza la eficacia de la interacción al presentar alternativas que se ajustan a las preferencias del cliente. Además, muestra cortesía al reconocer que cada cliente puede tener

prioridades diferentes y brinda información detallada sobre cada modelo para ayudar al cliente a tomar una decisión informada.

Se desarrollaron algunos ejemplos de principios pragmáticos que guían y afectan la comunicación efectiva. Es importante destacar que la aplicación de estos principios puede variar según el contexto cultural, social y lingüístico específico, así como las características individuales de los interlocutores involucrados en la comunicación.

2.7.1.1. J. L. Austin

John Langshaw Austin, fue un filósofo y lingüista británico, conocido por su trabajo en el campo de la filosofía del lenguaje y la teoría de los actos de habla. Su obra más influyente es ¿Cómo hacer cosas con palabras? (Austin, How to Do Things with Words:1962) en su libro Austin introduce y desarrolla su teoría de los actos de habla, argumenta que el lenguaje no solo se utiliza para describir o representar la realidad, sino que también se emplea para realizar acciones o efectuar cambios en el mundo. Austin distingue entre actos de habla constatativos y actos de habla performativos.

Los actos de habla constatativos son aquellos en los que una afirmación se hace sobre el estado de las cosas, como describir, afirmar o negar algo. Por otro lado, los actos de habla performativos son aquellos en los que el hablante realiza una acción al pronunciar determinadas palabras, como prometer, ordenar o disculparse. Austin explora cómo se llevan a cabo estos actos de habla, analizando su estructura y las implicaciones pragmáticas involucradas. "Cómo hacer cosas con palabras" ha tenido un impacto significativo en la filosofía del lenguaje y la pragmática, la obra ha influido en el desarrollo de teorías posteriores sobre la comunicación y los actos de habla (Austin, 1962, pág. 149)

Ilustración actos constatativos en contexto de servicio al cliente
El producto que compró tiene una garantía de un año.

La tienda abre a las 9:00 a.m.
El artículo que desea está actualmente agotado.
El paquete será entregado en su dirección el viernes.

Por otro lado, los actos de habla performativos son enunciados que no solo describen una acción, sino que también la realizan al ser enunciados. Estos actos no son verificables como verdaderos o falsos, sino que se evalúan según si se cumplen las condiciones adecuadas para su realización.

Ilustración de actos de habla performativos en el contexto de atención al cliente
Le garantizo que le proporcionaremos un reembolso completo.
Le ofrezco nuestras disculpas por la inconveniencia causada.
Le confirmo que su pedido ha sido procesado y enviado.
Le prometo que resolveremos su problema a la brevedad.
En estos ejemplos los actos de habla performativos no solo describen una acción (garantizar, ofrecer, confirmar, prometer), sino que realizan la acción misma en el momento en que se enuncian.

En su obra "Cómo hacer cosas con palabras" Austin utiliza el término *felicidad* para referirse a las condiciones necesarias para que un acto de habla performativo sea efectivo. Según Austin, un acto de habla performativo es *feliz* cuando se cumplen ciertas condiciones y se siguen ciertas reglas lingüísticas y contextuales; para que un acto de habla performativo sea *feliz*, deben cumplirse tres condiciones principales:

- i. Condición de sinceridad, el hablante debe ser sincero y creer en lo que está diciendo. Debe haber una correspondencia entre las palabras pronunciadas y la actitud mental del hablante.
- ii. Condición de autoridad, el hablante debe tener la autoridad o el poder para realizar el acto de habla en cuestión. Ej. solo una persona con la autoridad para casar a otros puede realizar el acto de habla de "declarar a dos personas casadas".

- iii. Condición de apropiación, el contexto y las circunstancias deben ser apropiados para que el acto de habla sea realizado, esto implica que el acto de habla se lleve a cabo en el momento y lugar adecuados, y que las condiciones sociales y culturales sean las apropiadas.

Si estas condiciones se cumplen, el acto de habla performativo se considera *feliz* y se logra su realización exitosa. Sin embargo, si alguna de estas condiciones no se cumple, el acto de habla puede ser considerado *infeliz* y no tendrá el efecto deseado. Es importante destacar que el concepto de "felicidad" en la teoría de los actos de habla de Austin se refiere específicamente a la efectividad y el éxito de un acto de habla performativo, y no a la noción general de felicidad en términos emocionales o subjetivos.

Ilustración

- Le garantizo que nuestro equipo de soporte técnico resolverá su problema de manera eficiente y satisfactoria.

En este ejemplo, el acto performativo es la garantía ofrecida por el representante de atención al cliente. Si el cliente considera que el equipo de soporte técnico cumple con la garantía y resuelve su problema de manera eficiente y satisfactoria, es probable que el acto performativo sea efectivo. La resolución exitosa del problema puede generar satisfacción en el cliente, contribuyendo así a su felicidad en relación con el servicio recibido.

2.7.1.2. ¿Qué otros lingüistas o filósofos han ampliado la teoría de los actos de habla de Austin?

La teoría de los actos de habla de Austin ha sido ampliada y desarrollada por varios lingüistas y filósofos. Algunos de los autores más destacados que han contribuido a la extensión de esta teoría son los siguientes:

John Searle, es un filósofo estadounidense que ha realizado importantes trabajos en el campo de la pragmática. Ha ampliado la teoría de los actos de habla de Austin y ha propuesto una clasificación más detallada de los actos de habla, distinguiendo entre actos ilocucionarios, perlocucionarios y locucionarios. También ha desarrollado conceptos como la fuerza ilocucionaria y las condiciones de felicidad de los actos de habla, en su libro desarrolla una teoría

sistemática de los actos de habla, donde analiza cómo el lenguaje puede ser utilizado para realizar acciones y no solo para describir el mundo. Propone que los actos de habla, no solo tienen un contenido proposicional (locucionarios); sino que también tienen una intención o fuerza ilocucionaria que busca lograr un efecto en el interlocutor. Además, destaca que los actos de habla están sujetos a ciertas condiciones de felicidad que deben cumplirse para que sean efectivos. (Searle, *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*, 1969)

Ilustración en el contexto de atención al cliente

Cliente: - Hola, me gustaría devolver este producto que compré, ya que no cumple con mis expectativas.

Representante de atención al cliente: - Entiendo su preocupación y lamento que el producto no haya cumplido sus expectativas. Permítame ayudarle con la devolución. Según nuestras políticas, para procesar la devolución, es necesario que el producto esté en su estado original, con todos los accesorios y dentro del plazo de 30 días desde la fecha de compra. ¿Cumple tu caso con estas condiciones?

Se puede observar la teoría de los actos de habla de John Searle aplicada en el contexto de atención al cliente. El representante de atención al cliente realiza un acto ilocucionario de comprensión y empatía al reconocer la preocupación del cliente y lamentar que el producto no haya cumplido sus expectativas.

Luego, el representante establece las condiciones de felicidad para la devolución del producto, explicando los requisitos necesarios para que la devolución sea procesada. Esto constituye un acto ilocucionario de informar y establecer las condiciones requeridas para llevar a cabo la acción solicitada por el cliente.

2.7.2. Programación neurolingüística (PNL)

La programación neurolingüística es una práctica que enfoca cómo el lenguaje influye en nuestros procesos mentales y comportamientos, implica también el estudio y la aplicación de técnicas para reprogramar patrones mentales y de comportamiento, utilizando el lenguaje y la comunicación como herramientas clave. La combinación de estos tres elementos, "programación", "neuro" y "lingüística", da lugar al nombre y enfoque de esta práctica denominada ahora, Programación Neurolingüística; aunque ésta ha sido ampliamente utilizada y ha tenido influencia en áreas como el coaching y el desarrollo personal, su base científica es controvertida y ha sido objeto de críticas por su falta de evidencia empírica sólida. Sin embargo,

este recurso será tomado como herramienta para lograr los objetivos planteados; es decir, mejorar la comunicación, como la calibración, la empatía, la modelización y el uso de sistemas representacionales. (Harris, Los Elementos de la PNL, 2002)

La programación neurolingüística proporciona enfoques prácticos para desarrollar habilidades de comunicación efectiva que son:

2.7.2.1. Empatía

Es una técnica fundamental en la programación neurolingüística que se refiere a establecer una conexión y relación armoniosa con el cliente. En el contexto de atención al cliente, la empatía implica la habilidad de sintonizar con las necesidades y emociones del cliente, estableciendo una relación de confianza y empatía. Esto contribuye a una comunicación más efectiva y a que el cliente se sienta escuchado y valorado. Desarrollar la empatía es un paso esencial para relacionarse eficazmente con los demás.

2.7.2.2. Sistemas representacionales

La programación neurolingüística sostiene que las personas procesan la información a través de diferentes canales sensoriales, como visual, auditivo y kinestésico. Al comprender los sistemas representacionales preferidos por el cliente, se puede ajustar el lenguaje y la comunicación para que sea más efectiva. Ej. Si un cliente tiene un estilo de procesamiento visual, se pueden utilizar imágenes y metáforas visuales para transmitir información de manera más clara y comprensible.

2.7.2.3. Calibración y observación

La programación neurolingüística enfatiza la importancia de la observación cuidadosa del lenguaje verbal y no verbal del cliente. La calibración se refiere a la habilidad de leer y comprender las señales no verbales, como el lenguaje corporal, los gestos y las expresiones faciales, para adaptar la comunicación de manera efectiva. Esto permite identificar las necesidades y estados emocionales del cliente, brindando una respuesta adecuada y personalizada.

2.7.2.4. Uso de lenguaje positivo y recursos

La programación neurolingüística, fomenta el uso de un lenguaje positivo y enfocado en *soluciones*. En el contexto de atención al cliente, esto implica utilizar palabras y frases que transmitan confianza, ayuda y orientación. Ofrece también técnicas para ayudar a los clientes a acceder a sus propios recursos internos y encontrar soluciones a sus problemas. Esto puede incluir preguntas poderosas, técnicas de visualización o remarque de la situación (McDermott & O'Connor, PNL para Directivos, 1996) Al incorporar estos elementos de la programación neurolingüística en el marco referencial, se promoverá una comunicación más efectiva, se pone a consideración algunos ejemplos comunes de ejercicios prácticos.

Visualización, se pueden incluir ejercicios de visualización guiada para ayudar a los lectores a imaginar y experimentar situaciones de éxito en el entorno empresarial. Esto puede ayudar a desarrollar una mentalidad positiva y establecer metas claras.

Anclajes, los ejercicios de anclaje se enfocan en asociar un estado emocional deseado con un estímulo específico, como un gesto o una palabra. Esto puede ayudar a los lectores a acceder a estados de confianza, motivación o calma en momentos clave durante su trabajo.

Modelado, los ejercicios de modelado se centran en identificar y aprender de personas exitosas en el ámbito empresarial. Esto puede implicar analizar los comportamientos, las creencias y las estrategias de individuos exitosos y luego aplicar esos aprendizajes en la propia vida y trabajo.

Perspectiva, los ejercicios se enfocan en cambiar la perspectiva y la interpretación de situaciones desafiantes. Esto puede ayudar a los lectores a encontrar nuevas formas de abordar problemas y generar soluciones creativas en el entorno empresarial. (Bandler, La estructura de la magia I, 1975)

Ejemplos específicos ¿cómo? se pueden aplicar los puntos mencionados de la Programación Neurolingüística (PNL) en el contexto de atención al cliente:

Ajustar el estilo de comunicación, referido a adaptar el lenguaje y el tono al estilo de comunicación preferido del cliente (visual, auditivo o kinestésico) para establecer una mejor sintonía y comprensión mutua.

Validar las emociones del cliente, referido a demostrar comprensión y empatía hacia las emociones del cliente, reconociendo sus preocupaciones y mostrando interés genuino por resolver sus inquietudes.

Utilizar lenguaje auditivo, referido a emplear frases y palabras relacionadas con el sonido y el oído para enfatizar mensajes clave y captar la atención del cliente.

Utilizar lenguaje kinestésico, refiere incluir descripciones táctiles o de sensaciones físicas para ayudar al cliente a

conectar emocionalmente con los productos o servicios ofrecidos.

Escuchar atentamente, significa utilizar habilidades de escucha activa para captar las necesidades y preocupaciones del cliente, prestando atención a los matices y al tono emocional de su voz.

Adaptar el ritmo y estilo de comunicación. – Consiste en ajustar la velocidad y el tono de la comunicación para que coincida con el del cliente, lo cual puede ayudar a establecer una mejor conexión y comprensión mutua.

Uso de lenguaje positivo y recursos, se refiere al reencuadre, es decir ayudar al cliente a cambiar su perspectiva sobre un problema o desafío, destacando los aspectos positivos de la situación y ofreciendo soluciones alternativas.

Uso de preguntas reflexivas, consiste en hacer preguntas que inviten al cliente a reflexionar y encontrar sus propias soluciones, lo cual puede ayudar a empoderarlo y a generar un mayor compromiso con el proceso de atención al cliente.

Ofrecer opciones y alternativas., comprende proporcionar al cliente diferentes opciones y recursos disponibles para resolver su problema, permitiéndole tomar decisiones informadas y sentirse más involucrado en el proceso.

Son ejemplos de ¿cómo? se pueden aplicar los principios de la programación neurolingüística en el contexto de atención al cliente. La clave está en adaptar estas técnicas a las necesidades y preferencias específicas del cliente, utilizando la comunicación efectiva y la empatía como herramientas para brindar un servicio de calidad y satisfactorio. Se propone otros ejemplos de ejercicios y situaciones prácticas relacionadas con estos conceptos:

Sintonía ejercicio de espejo, practica la técnica de espejo con un compañero. Imita su lenguaje corporal, tono de voz y ritmo de habla. Luego, cambien de roles. Este ejercicio ayuda a desarrollar la habilidad de sintonizar y establecer una conexión con el cliente al adaptarse a su estilo de comunicación.

Escucha activa, practica escuchar atentamente al cliente sin interrumpirlo. Presta atención a su lenguaje verbal y no verbal, y muestra interés genuino en lo que están diciendo. Esto ayuda a establecer sintonía y demuestra que valoras su perspectiva.

Soluciones / Técnica de visualización, solicita al cliente que visualice una situación en la que se sienta satisfecho y feliz con el producto o servicio. Guíalo para que imagine los detalles sensoriales de esa experiencia. Esto ayuda a enfocar la mente del cliente en soluciones y resultados positivos

Recordar que estos ejercicios y situaciones prácticas son solo ejemplos y se pueden adaptar según las necesidades y circunstancias específicas de tu contexto de atención al cliente. La idea principal es utilizar técnicas de sintonía y enfoque en soluciones para establecer una mejor conexión con el cliente y ayudarlo a encontrar respuestas satisfactorias a sus necesidades o inquietudes.

2.7.3. Norma ISO 9001-2015

La sigla ISO corresponde a la Organización Internacional de Normalización (*International Organization for Standardization*) La ISO es una organización internacional no gubernamental que se encarga de desarrollar y publicar normas internacionales en diversos ámbitos, con el objetivo de promover la estandarización y facilitar la cooperación internacional. (International Standard ISO/FDIS 9001, 2015) la penúltima versión de la norma fue el denominado *Final Draft International Standard ISO/FDIS 9001*. La versión final de la ISO 9001:2015 salió a la luz en septiembre de 2015. Las normas ISO abarcan una amplia gama de áreas, como la gestión de calidad, la gestión ambiental, la seguridad de la información, la tecnología de la información, la gestión energética, entre otras. Estas normas son desarrolladas por comités técnicos integrados por expertos de diferentes países, quienes trabajan en colaboración para establecer requisitos y directrices que se consideran las mejores prácticas en cada campo, son voluntarias y no tienen carácter obligatorio, sin embargo, son ampliamente reconocidas y utilizadas en todo el mundo. Su aplicación puede brindar diversos beneficios, como mejorar la eficiencia, la calidad y la seguridad de los productos y servicios, facilitar el comercio internacional, promover la protección del medio ambiente, entre otros.

Cada Norma ISO tiene un número y un título que la identifica. Por ejemplo, la Norma ISO 9001 se refiere al sistema de gestión de calidad, la Norma ISO 14001 se enfoca en la gestión ambiental y la Norma ISO 27001 aborda la seguridad de la información; entonces las normas ISO son estándares internacionales desarrollados por la Organización Internacional de Normalización (ISO) con el objetivo de promover la estandarización y facilitar la cooperación internacional en diferentes áreas. Estas normas son reconocidas y utilizadas en todo el mundo, y su aplicación puede proporcionar beneficios en términos de calidad, eficiencia y seguridad.

La Norma ISO 9001:2015 propiamente, establece los requisitos para un sistema de gestión de la calidad en una organización. Se prestará especial atención a los requisitos relacionados con la comunicación, como la comunicación interna y externa, la retroalimentación del cliente y la mejora continua, ésta servirá como marco normativo para evaluar y mejorar los procesos de comunicación en el contexto de la organización. Su objetivo es asegurar la satisfacción del cliente y mejorar continuamente los procesos internos de una organización. Promueve el enfoque

en el cliente, un liderazgo sólido, la gestión basada en procesos, la toma de decisiones basada en evidencias, la gestión de riesgos y la mejora continua. Cumplir con esta norma ayuda a las organizaciones a mejorar su calidad, eficiencia y competitividad. Se mencionan algunos requisitos específicos relacionados con el tema y son:

2.7.3.1. Comunicación interna (Cláusula 7.4)

La organización debe establecer y mantener la comunicación interna adecuada en todos los niveles y funciones pertinentes. Algunos aspectos clave incluyen:

- i. Comunicación de la política de calidad: La organización debe asegurarse de que la política de calidad sea comunicada, entendida y aplicada en toda la organización.
- ii. Comunicación de los objetivos de calidad: Los objetivos de calidad deben ser comunicados a las personas que los deben cumplir.
- iii. Comunicación de información documentada: Se requiere que la organización establezca métodos de comunicación para asegurar que la información documentada necesaria para el funcionamiento efectivo del sistema de gestión de calidad esté disponible y sea accesible.

2.7.3.2. Comunicación externa (Cláusula 7.4)

La organización debe determinar y cumplir los requisitos de comunicación externa pertinentes a su sistema de gestión de calidad. Algunos aspectos clave incluyen:

- i. Comunicación con los clientes. - La organización debe establecer y mantener métodos de comunicación efectiva con los clientes, incluyendo la obtención de información sobre sus necesidades, expectativas y satisfacción.
- ii. Comunicación con proveedores y otras partes interesadas. - La organización debe mantener una comunicación adecuada con los proveedores y otras partes interesadas relevantes para el sistema de gestión de calidad.
- iii. Comunicación de resultados. - La norma requiere que la organización comunique los resultados del desempeño del sistema de gestión de calidad, así como cualquier evidencia de mejora continua. Esto puede implicar la comunicación de indicadores clave de

rendimiento, resultados de auditorías internas o externas, acciones correctivas y preventivas implementadas, entre otros aspectos relevantes para la calidad. Véase (Draft International Standard ISO/FDIS 9001, 2015)

Es importante destacar que, si bien estos son algunos requisitos específicos relacionados con la comunicación interna y externa según la Norma ISO 9001:2015, existen otros requisitos adicionales que también pueden influir en la comunicación efectiva dentro de una organización.

2.7.3.3. Comunicación efectiva

Se examina el concepto de comunicación efectiva y su importancia en la atención al cliente. Se explorará elementos clave de la comunicación efectiva, como la claridad, la coherencia, la empatía, la escucha activa y la adaptación al receptor. Se analizarán estrategias y técnicas para mejorar la comunicación tanto verbal como no verbal. Este elemento del marco referencial proporciona las bases teóricas y normativas necesarias para abordar el objetivo de lograr una comunicación efectiva en el contexto de la memoria. La combinación de la pragmática lingüística, la programación neurolingüística y los principios de la Norma ISO 9001:2015 permite desarrollar enfoques integrados y prácticos para mejorar los procesos de comunicación, tanto dentro de la organización como en la interacción con los clientes; estos son solo algunos de los requisitos de comunicación establecidos por la Norma ISO 9001:2015. Es importante tener en cuenta que la norma proporciona una guía general y que los requisitos específicos pueden variar según la naturaleza de la organización y su contexto.

A través de la descripción de estas sinergias se espera obtener un mayor entendimiento de cómo la combinación de la pragmática lingüística, la programación neurolingüística y la Norma ISO 9001:2015 puede impactar positivamente en la comunicación empresarial, promoviendo una interacción más efectiva, una comprensión mutua, mejorar la gestión de la calidad y, en última instancia, un mayor éxito organizacional. Se deben analizar los puntos de convergencia entre estos enfoques y cómo se pueden aplicar de manera conjunta para lograr una comunicación mucho más efectiva, de manera interna; como con los clientes y otras partes interesadas.

2.7.4. Integración de la pragmática lingüística, programación neurolingüística y la norma ISO 9001-2015 como desarrollo de un marco conceptual

El diseño de un marco conceptual que integre los elementos clave de la Pragmática Lingüística, la Programación Neurolingüística y la Norma ISO 9001:2015 puede proporcionar un enfoque holístico para la comunicación empresarial y la gestión de calidad. Este marco conceptual puede ayudar a las organizaciones a mejorar la efectividad de su comunicación interna y externa, y a garantizar altos estándares de calidad en sus procesos y servicios. Se presenta un esbozo de dicho marco:

2.7.4.1. Pragmática Lingüística

La pragmática, cuyo origen podría relacionarse con la sociolingüística, ocupa hoy un lugar relevante en los estudios lingüísticos, los constantes congresos, asociaciones y publicaciones en esta área así lo afirman (Leech, Principles of Pragmatics, 1983) señala que hoy no se puede dar cuenta de una parte importante de la naturaleza misma del lenguaje sin considerar sus dimensiones pragmáticas, es decir, aquellas que tienen que ver con los modos en que los individuos usan los lenguajes en los contextos sociales; aun cuando la pragmática como disciplina estructurada y con un objeto de estudios claramente definido, es relativamente reciente. La pragmática define los significados considerando las situaciones de usos lingüísticos. Por lo mencionado, los componentes materiales de la pragmática, tal como lo define (Escandell, 1996, págs. 25-29)

- i. Emisor
- ii. Destinatario
- iii. Enunciado
- iv. Entorno (situación espacio-temporal)

Palabras más, palabras menos todas las definiciones de la pragmática, tienen el mismo denominador común: el lenguaje como uso de las normas, convenciones o principios que lo rigen.

(Dijk, *Pragmatics of Discourse*) señala en relación de los significador de la pragmática que:

“Uno de los mayores logros recientes de la lingüística y sus disciplinas próximas es la creciente atención prestada a la pertinencia de varias clases de CONTEXTO [...] En particular la filosofía del lenguaje ha mostrado al lingüista cómo el contexto pragmático establece las condiciones que determinan la adecuación de las expresiones de la lengua natural, considerados como actos de habla” (2009)

Y agrega que un cuidadoso análisis de los actos de habla, tarea central de la pragmática; no puede hacerse sin haber comprendido la noción de acto o acción. De alguna manera se empieza a asociar la teoría de los actos de habla (del que nos ocupamos en esta propuesta) con la teoría de acción; con el tiempo, la pragmática ha venido a llenar un vacío dejado por otras ciencias del lenguaje, preocupándose seria y organizadamente dentro de ciertos marcos teóricos, objetivos y metodología, de problemas de lenguaje y su relación con los hablantes.

La teoría de los actos de habla, central en los estudios pragmáticos, atiende a una estructura lógica, los tipos de implicación, en general la relación simbiótica entre los hablantes, el discurso, el contexto de situación, la intención ilocutiva del hablante y la interpretación del oyente. Podemos deducir, según la posición de diferentes autores sobre el tema, que la frontera que separa al análisis del discurso con la pragmática no está claramente definida, respecto de ello, Yule&Brown (1989:26) argumentan que el análisis del discurso implica hacer sintaxis y semántica, pero que principalmente consiste en hacer pragmática. Las dos se interesan en estudiar lo que la gente hace cuando hablan.

Geoffrey Leech señala que la gramática debe ser parte complementaria del estudio del macro contexto de la lingüística, por cuanto no se puede comprender la naturaleza del lenguaje sin una debida consideración de ambos dominios y de una interacción existente entre ellos (1983:4) La pragmática, entonces incorpora entre otros estudios descriptivos básicos; la Teoría de los actos de habla de Austin y Searle, los Principios cooperativos de Grice, los principios de Cortesía de Leech, la Teoría de la relevancia de Sperber y Wilson y los estudios de Brown y Levinson.

La teoría de los Actos de habla. - Teniendo presente el lenguaje ordinario, el filósofo del lenguaje, L. Austin sienta las bases de una nueva disciplina llamada *pragmática* al proponer su Teoría de Actos de Habla, teoría desarrollada en su libro editado y publicado en 1962, dos años después de su muerte, pero sus ideas básicas ya habían sido presentadas en un congreso en Francia en 1958. Sin embargo, Austin había tenido la oportunidad de desarrollar su visión del lenguaje ordinario expuesta en este libro en conferencias en la Universidad de Harvard en el marco de las William James Lectures en 1955.

Los estudios del lenguaje basados únicamente en los aspectos lógicos, semánticos y sintácticos de la proposición sin considerar las implicancias socio-pragmáticas de los enunciados en contextos comunicativos, cubrían una pequeña parte de la conducta lingüística de los hablantes. Así, la proposición como expresión de los hechos del mundo, cede lugar a los actos de habla: el pedir información, excusarse, entender una invitación, hacer una promesa, etc. Desde una posición de la filosofía del lenguaje ordinario, es decir; lenguaje normal, claro, simple y cotidiano. Austin fundamenta su teoría de los actos de habla, argumentando que un acto comunicativo implica más que decir algo; implica hacer cosas, acción que está reflejada en ese decir algo, que no debe confundirse con la acción de pronunciarla. Al respecto indica Van Dijk

“Lo que se entiende comúnmente al decir que hacemos algo cuando hacemos una expresión es que llevamos a cabo algún acto social específico, por ejemplo; hacer una promesa, una petición, dar un consejo, etc. Normalmente llamados actos de habla o más específicamente actos ilocucionarios” (1995:279).

El acto ilocutivo o acto de habla se constituye, en la tarea, objeto de estudio principal de la pragmática.

2.7.4.2. Programación Neurolingüística (PNL)

Una de las técnicas más innovadoras y enriquecedoras que existen para mejorar el dominio de las emociones y la comunicación con los demás, es la Programación Neurolingüística, porque en

ella se enseñan procedimientos para aumentar la tolerancia, el manejo de estrés, la ansiedad, el nerviosismo y trabaja mucho en la seguridad, la confianza y valoración del propio individuo.

Es importante destacar la definición que Carol Harris da a la Programación Neurolingüística: “La PNL tiene sus raíces en la conducta de la vida real y no en la teoría ni en la investigación, trata de cómo las personas consiguen tener éxito; cómo logran mejorar sus vidas para alcanzar sus objetivos, abarca gran variedad de procesos, técnicas y tiene un enfoque y una fuerza avasalladores” La PNL pretende ser una herramienta para las personas que deseen transformar su entorno e impactar a los demás, de adentro hacia afuera. Según Carol Harris el objetivo principal de la PNL es ayudar a las personas a desenvolverse mejor en todo lo que hacen, para lo cual se concentra en el rendimiento, tomando como guía una serie de principios elementales, los cuales son:

1. Una buena actuación se puede modelar (analizar) y transferir de una persona a otra.
2. Un alto rendimiento requiere el desarrollo de ciertas habilidades, pero también el desarrollo de los correspondientes estados físico y mental.
3. Los estados físico y mental se pueden descomponer en pequeños y diferentes elementos y modificarse para alcanzar los resultados deseados.

La PNL tiene como característica distintiva el “modelado”, esto quiere decir que se obtienen patrones o modelos que demuestran cómo las personas pueden alcanzar un rendimiento excelente y que pueden ser copiados por otros con el fin de multiplicar los logros de quienes consiguen grandes éxitos en su vida personal. Según Carol Harris la PNL recibe definiciones numerosas y variadas, tales como:

- a. Una actitud que es una curiosidad insaciable sobre el ser humano con una metodología que se basa en un gran número de técnicas.
- b. Una guía para la mente.
- c. El estudio de la estructura de la subjetividad.
- d. Una nueva Ciencia de la realización.
- e. El estudio de la “excelencia” humana.

- f. La capacidad de dar lo mejor de sí con mayor frecuencia.
- g. Un manual para el uso estructurado de la creatividad.
- h. Una aventura en la experiencia.

Gran parte de dichas definiciones centra su atención en el “perfeccionamiento personal”, la PNL ofrece únicamente formas prácticas para mejorar el rendimiento, a través de enfoques e instrumentos que se combinan entre sí para ofrecer ideas y habilidades que permitan perfeccionar la conducta. Para explicar de una forma sencilla y clara se presenta la siguiente gráfica que muestra el pExisten algunos pasos que apoyan en el proceso de la comunicación de persona a persona, los cuales son: Pasos que apoyan el proceso de comunicación



Fuente: Elaboración propia

Características de la Programación neurolingüística, según Carol Harris:

Característica	Definición
Se basa en un enfoque holístico	La PNL considera que todas las partes de una persona están relacionadas entre sí y que los cambios de una parte se reflejan en todas las demás
Trabaja con micro detalles	La PNL se ocupa de los pequeños detalles, como por ejemplo la forma en que las personas utilizan el “diálogo interno”, analiza dichos procesos con el fin que sean más efectivos
Se basa en la competencia y en la formación de modelos	La PNL se ocupa de habilidades y capacidades individuales, se complementa bien con los actuales métodos de formación y desarrollo.
Se centra en los procesos mentales.	La PNL ofrece formas de modificar los patrones mentales, para analizar de cómo los pensamientos influyen en el rendimiento de las personas.
Utiliza patrones de lenguaje específico	La PNL proporciona técnicas sólidas para relacionarse con otras personas y producir cambios.
Trabaja con la mente consciente e inconsciente	La PNL se apoya en técnicas y estrategias para modelar la parte consciente e inconsciente de la persona y

	apoyarle en un mejor rendimiento.
Tiene un enfoque neutral	La PNL es un instrumento no una receta, por eso es neutral. La forma en que se utiliza depende del terapeuta y del cliente.

Fuente: Los elementos de la PNL. Carol Harris. 2004. P 32-37

2.7.4.3.Norma ISO 9001:2015

¿Cómo medir la satisfacción del cliente según ISO 9001? es un factor clave para garantizar la fidelidad de tus consumidores y convertir tu empresa en una organización de clase mundial. La ISO 9001 es una norma reconocida internacionalmente para certificar los sistemas de gestión de la calidad (SGC). Es la norma más utilizada en el mundo, con más de 1.1 millones de certificados emitidos a organizaciones de 178 países (International Standard ISO/FDIS 9001, 2015), la norma ISO 9001 proporciona un marco y un conjunto de principios que garantizan un enfoque de sentido común para la gestión de una organización, con el fin de satisfacer sistemáticamente a los clientes y las partes interesadas, la certificación ISO 9001 da las bases para que los procesos y las personas ofrezcan un producto o servicio eficaz de manera continua.

¿Qué es la satisfacción del cliente según ISO 9001? la satisfacción del cliente se define como el resultado de comparar las expectativas del cliente con respecto a los productos y servicios e imagen que le brinda una marca, con el valor percibido después de recibidos. Como resultado, la satisfacción del cliente se manifiesta a través de la percepción del cliente sobre el grado de cumplimiento de sus requisitos por parte de una empresa. Esta definición muestra que la satisfacción del cliente es un juicio subjetivo y no es una cuestión de sí o no, sino una gama de diferentes niveles de satisfacción del cliente; no siempre el cliente que no se queja es un cliente satisfecho y el que se queja es un cliente insatisfecho. Por el contrario, muy a menudo los clientes insatisfechos no se quejan directamente al proveedor, sino que se quejan con sus amigos y familiares, lo que construye una imagen negativa para la empresa. Por otro lado, hay clientes que pueden quejarse directamente con la empresa, incluso en los casos en que están generalmente satisfechos con el servicio/producto, pero quieren obtener algo más, como características adicionales.

La norma ISO 9001 establece que la organización debe hacer un seguimiento de la información relativa a la percepción del cliente en cuanto a si la organización ha cumplido los requisitos del cliente como un indicador de la eficacia del sistema de gestión de la calidad. En consecuencia, a la pregunta planteada líneas arriba, se podría responder que está en buscar y describir los métodos para medir, monitorear e interpretar la retroalimentación del cliente para determinar si la organización está cumpliendo con sus requisitos o no. El proceso de retroalimentación del cliente tiene importantes vínculos y conexiones con otros procesos del sistema de gestión que incluyen la comunicación con el cliente, la validación del diseño y el desarrollo, los cambios en el diseño y el desarrollo y la validación del proceso; en cualquier tipo de negocio siempre se busca mantener a los clientes satisfechos. Por lo tanto, es esencial tener una cláusula de satisfacción del cliente en este sistema (ISO 9001:2015) para lo cual se sugiere seguir estos pasos:

-
1. Identificar lo que indica la satisfacción del cliente, para iniciar el proceso de satisfacción del cliente, primero debes definir cómo medir si los clientes están satisfechos con tu producto o servicio, por ejemplo, a través de encuestas de satisfacción u otro sistema de retroalimentación del cliente.

 2. Estimar la fecha de inicio y finalización, es importante establecer un plazo de inicio y finalización para las soluciones que vayas a aplicar, con la finalidad de poder evaluar los resultados de forma correcta.

 3. Encontrar un método de recogida de datos del cliente, es necesario seguir un método fijo para recolección de datos de los clientes que permitan evaluar cuál es el desempeño real de la empresa, así como documentar correctamente los datos recopilados y revisarlos con frecuencia.

 4. Crear soluciones para mejorar la satisfacción del cliente, con los datos recogidos se pueden diseñar e implementar soluciones que permitan evaluar la satisfacción del cliente de manera continua y crear un plan de acción para mejorarla.

 5. Definir responsabilidades, para poder garantizar que el proceso se desarrolle de manera exitosa, es necesario delegar responsabilidades y asignaciones a cada departamento pertinente relacionado con el servicio al cliente.

 6. Diseñar un plan de seguimiento de la satisfacción del cliente, con la revisión constante de los datos documentados y la delegación de responsabilidades, el plan de la empresa puede enfocarse a mantener un funcionamiento correcto de forma continua.
-

Se menciona algunas metodologías que se puede implementar para medir la satisfacción del cliente según ISO 9001 como encuestas de satisfacción de cliente, quejas de clientes (odecos) analizar el número de quejas y reclamaciones puede aportar datos que ayuden a evaluar la calidad del servicio al cliente. Sin embargo, es importante tomar en cuenta que la mayoría de los

clientes insatisfechos no levantan solicitudes formales, por lo que es necesario incorporar otras métricas que ayuden a tener un panorama más completo.

La Norma ISO 9001:2015 parte de preguntas como ¿dónde estamos? A ¿dónde vamos? plantea cuáles son los impactos que genera y obtiene los resultados esperados para lo cual se necesita comprender a la organización dentro del contexto que se sitúa y comprender también las necesidades de los interesados (usuarios, accionistas, empleados, proveedores, autoridades, socios, etc. La Norma ISO 9001:2015 entre sus principios de calidad se encuentra:

- i. Enfoque en el cliente. - El marco conceptual destaca la importancia de comprender las necesidades y expectativas del cliente y adaptar la comunicación y los procesos de gestión de calidad en consecuencia, este apartado es apoyado por toda la cadena de valor comercial que va desde la alta dirección al último personal de la organización.
- ii. Mejora continua. - La norma ISO 9001:2015 promueve la mejora continua de los procesos y servicios, el marco conceptual adopta este principio y busca aplicar retroalimentación y aprendizaje constante en la comunicación y la gestión de calidad, que se traduce en planificar, hacer, verificar y actuar.

El ciclo PHVA permite a una organización asegurarse de que sus procesos cuenten con recursos y se gestionen adecuadamente, y que las oportunidades de mejora se determinen y se actúe en consecuencia, este ciclo puede describirse brevemente como:

- i. **Planificar**, referido a establecer los objetivos del sistema y sus procesos, y los recursos necesarios para generar y proporcionar resultados de acuerdo con los requisitos del cliente y las políticas de la organización, e identificar y abordar los riesgos y las oportunidades.
- ii. **Hacer**, referido a implementar lo planificado.
- iii. **Verificar**, referido a realizar el seguimiento y (cuando sea aplicable) la medición de los procesos y los productos y servicios resultantes respecto a las políticas, los objetivos, los requisitos y las actividades planificadas, e informar sobre los resultados.

- iv. **Actuar**, referido a tomar acciones para mejorar el desempeño, cuando sea necesario. Fuente de información, Final *Draft International Standard ISO/FDIS 9001*, la versión final de la ISO 9001:2015.

Dentro la presente propuesta se ofrece un marco conceptual integral conformado por la pragmática lingüística, la PNL y la Norma ISO 9001:2015 que pueden proporcionar una base sólida para la comunicación empresarial efectiva y la gestión de calidad. Este enfoque holístico considera la intención, el impacto y el contexto de la comunicación, así como la conexión empática con los demás y la mejora continua como principios clave para alcanzar altos estándares de calidad en la organización.

2.8. Marco Metodológico

Se propone un marco metodológico para abordar el tema Comunicación Efectiva con Pragmática Lingüística, Programación Neurolingüística y la Norma ISO 9001-2015 que proporcionará una guía para llevar a cabo una descripción o exploración del tema en cuestión.

2.8.1. Diseño de la Investigación

Se utilizará un enfoque mixto, con la aplicación de un cuestionario dirigido a los clientes de Entel S. A. en una muestra sencilla, a fin de recopilar datos cuantitativos sobre su experiencia de comunicación con el servicio de atención al cliente (actividad primera) lo cual conlleva a considerar dicho estudio de tipo descriptivo. Como segunda actividad, se analiza la cultura organizacional de la institución contrastado a un análisis FODA respecto de la satisfacción del cliente, incluyendo la integración de las herramientas sugeridas.

2.8.2. Tipo de Investigación

La investigación tiene un enfoque mixto, es no probabilística a la vez es explicativo; porque goza de un enfoque dentro de la investigación social que se utiliza netamente para describir y comprender fenómenos en un contexto específico, en este caso la aplicación de un cuestionario de 5 preguntas sencillas, la muestra no es representativa; sin embargo, se quiere mostrar cierta información respecto del servicio de atención al cliente en plataformas Entel S.A. Se sabe que la

investigación no probabilística es descriptiva y se enfoca en recopilar información detallada y rica sobre un fenómeno o problema particular, en una memoria profesional de carácter retroactivo, la investigación no probabilística descriptiva puede ser útil para recopilar datos retrospectivos y describir situación.

2.8.3. Población y muestra

La población está compuesta por los clientes de Entel S.A. con la aplicación de un cuestionario con 5 preguntas básicas sobre el servicio de atención al cliente, propiamente. Se aplicó 57 cuestionarios al segmento masculino dentro del área urbana de la ciudad de La Paz, de igual manera se aplicó 57 cuestionarios al segmento femenino con las mismas características. Total 114 personas encuestadas. Se eligió la aplicación de un cuestionario por tener un conjunto de preguntas estructuradas que se utilizan para obtener información específica o para recopilar datos en un formato más breve y directo. Los cuestionarios suelen ser más cortos y tienen una estructura más simple en comparación con las encuestas, por eso su elección; se pueden utilizar para recopilar información específica sobre un producto, servicio o experiencia de atención al cliente en particular. Los cuestionarios son útiles cuando se busca información puntual y concreta de los clientes de manera eficiente.

2.8.4. Análisis de Datos

Se llevó a cabo un análisis cuantitativo de los datos del cuestionario, sobre la satisfacción en la atención al cliente, en Multicentros Entel S.A. de La Paz; cuestionario que fue elaborado en base a 5 preguntas sencillas. Se hace uso de herramientas estadísticas para analizar los datos cuantitativos de las encuestas. Todos los cuadros (5) son de elaboración propia.

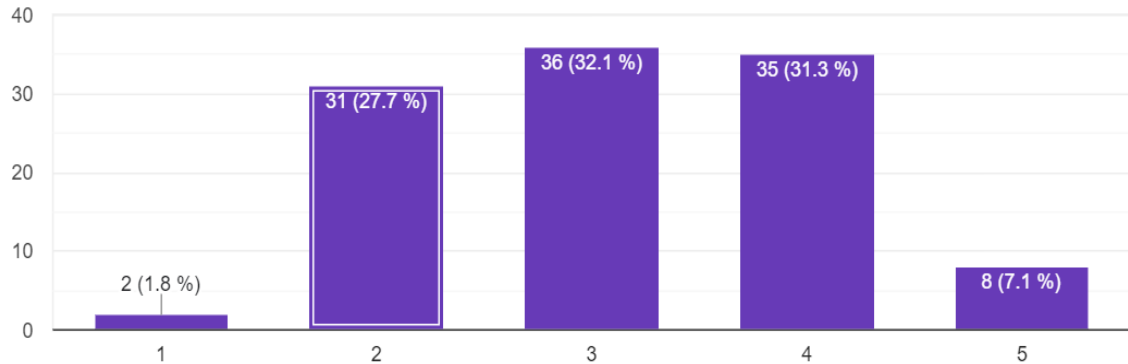
Sobre el cuestionario

Por favor, califique del 1 al 5 (donde 1 es muy insatisfecho y 5 es muy satisfecho); donde 1 (indica muy insatisfecho), 2 (Insatisfecho), 3 (Neutral), 4 (Satisfecho) y 5 (Muy satisfecho)

Ilustración 1

1. Por favor, califique del 1 al 5 (donde 1 es muy insatisfecho y 5 es muy satisfecho) La claridad de la comunicación que ha experimentado al interactuar con nuestro servicio de atención al cliente de Entel S.A.

112 respuestas



Fuente: Elaboración propia

En la pregunta 1, el cuadro refleja que el 32.1 % de las personas que han contestado el cuestionario tienen una posición neutra que podría describirse como una posición imparcial, lo cual significa que la comunicación que ha experimentado al interactuar con el servicio de atención al cliente de Entel S.A., es clara.

El 31.3% tiene una posición de satisfecho sobre la claridad de la comunicación que ha experimentado al interactuar con los agentes de servicio al cliente de Entel S.A.

El 27.7% está insatisfecho con la claridad de la comunicación que ha experimentado al interactuar con los agentes de servicio de atención al cliente de Entel S.A.

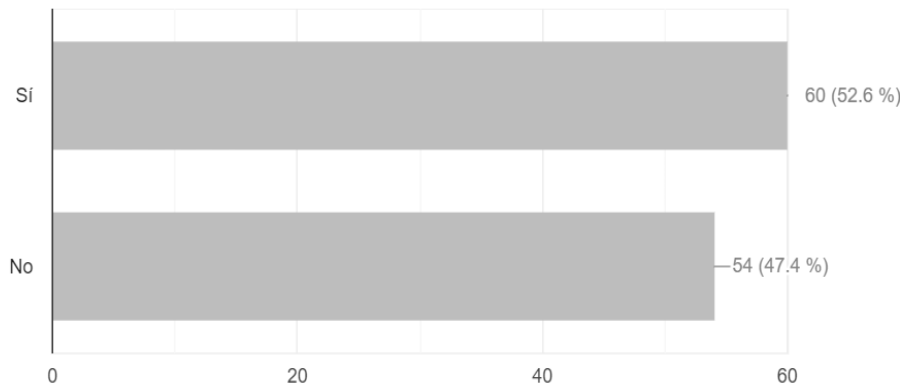
El 7.1% está muy satisfecho con la claridad de la comunicación que ha experimentado al interactuar con los servicios de atención al cliente de Entel S.A.

El 1.8% se encuentra muy insatisfecho con la claridad de la comunicación que ha experimentado al interactuar con nuestro servicio de atención al cliente de Entel S.A.

Ilustración 2

2. ¿Siente que nuestros representantes de atención al cliente son empáticos y atentos a sus necesidades? (Sí/No)

0/114 respuestas correctas



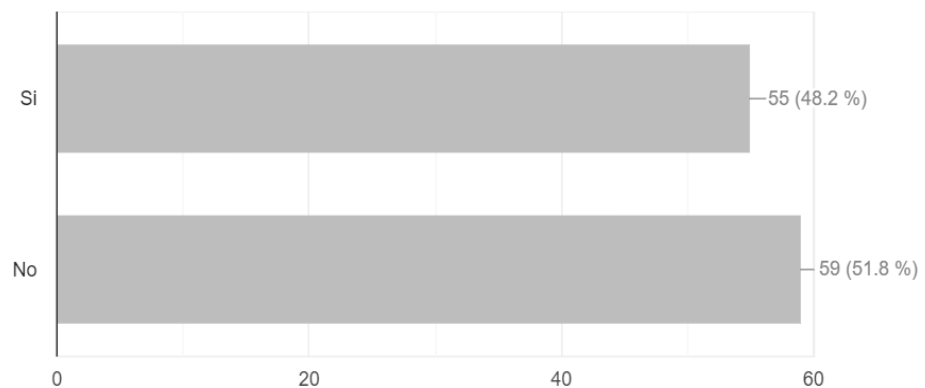
En la pregunta 2, el cuadro refleja que el 52,6 % de las personas indican que si sienten que los representantes de atención al cliente son empáticos y atentos a sus necesidades.

El 47,4 % de las personas indican que no sienten que los representantes de atención al cliente son empáticos y atentos a sus necesidades.

Ilustración 3

3. ¿Ha experimentado dificultades en la comunicación con nuestro servicio de atención al cliente? (Sí/No)

0/114 respuestas correctas

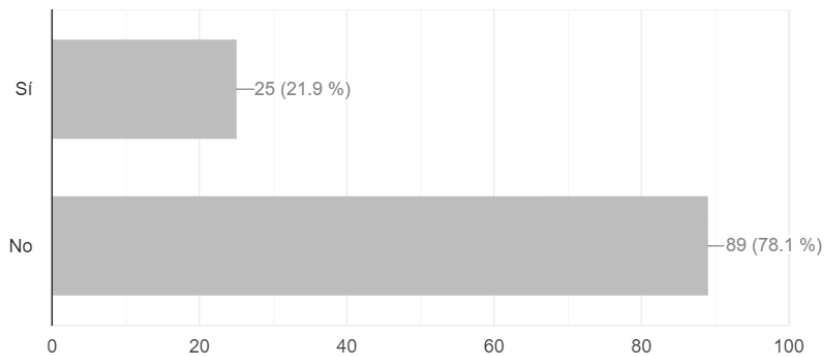


El 51.8% de los usuarios no han experimentado dificultades en la comunicación con el servicio de atención al cliente, mientras que el 48.2% de los usuarios, si han experimentado dificultades en la comunicación con el servicio de atención al cliente.

Ilustración 4

4 ¿Ha notado mejoras en la comunicación y el servicio de atención al cliente de Entel S.A. en los últimos meses? (Sí/No)

0/114 respuestas correctas

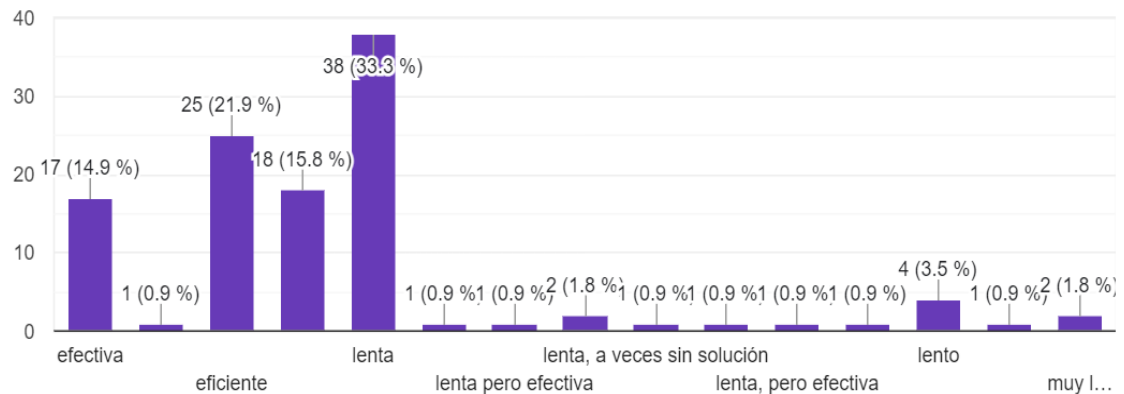


El cuadro refleja que el 78.1% de los usuarios, no han notado mejoras en la comunicación y el servicio de atención al cliente de Entel S.A. en los últimos meses, mientras que el 21.9% de los usuarios, si han notado mejoras en la comunicación y el servicio de atención al cliente de Entel S.A. en los últimos meses.

Ilustración 5

5. ¿Cómo describiría la resolución de problemas por parte de nuestro servicio de atención al cliente? (Ejemplo: eficiente, lenta, efectiva, ineficaz, etc.)

114 respuestas



El 36.8% considera que la resolución de problemas por parte del servicio de atención al cliente de Entel S.A, es lenta, el 21.9% considera eficiente la resolución de problemas por parte del servicio de atención al cliente de Entel S.A, el 14.9% lo considera efectivo y algunos porcentajes muy bajos considera entre lenta y sin solución la resolución de problemas por parte del servicio de atención al cliente de Entel S.A,

Sobre el análisis FODA. - Las debilidades de Entel S.A. se convierten en:

Oportunidades de mejora para lo cual tendrán que considerar los siguientes puntos:

Crecimiento del Mercado de Telecomunicaciones. Bolivia aún tiene espacio para crecer, especialmente en áreas rurales donde la conectividad es limitada.

Expansión de la Banda Ancha, la creciente demanda de servicios de banda ancha y acceso a Internet de alta velocidad ofrece oportunidades para expandir los servicios de Entel y aumentar sus ingresos.

Modernización Tecnológica, la adopción de tecnologías emergentes como el 5G puede proporcionar a Entel una ventaja competitiva en el mercado

Bolivia aún tiene espacio para crecer, especialmente en áreas rurales donde la conectividad es limitada. Esto brinda oportunidades para expandir los servicios de telecomunicaciones, incluyendo la banda ancha y el acceso a Internet de alta velocidad. La expansión de la banda ancha puede aumentar la demanda de servicios y generar mayores ingresos para empresas como Entel.

La modernización tecnológica también desempeña un papel importante en el crecimiento del mercado de las telecomunicaciones. La adopción de tecnologías emergentes como el 5G puede proporcionar una ventaja competitiva a Entel y otras empresas del sector. El despliegue de redes 5G permite una mayor velocidad de conexión, menor latencia y capacidad para soportar una mayor cantidad de dispositivos conectados, lo que impulsa la innovación y abre oportunidades para nuevos servicios y aplicaciones.

Es importante destacar que la expansión y modernización de las telecomunicaciones requiere inversiones significativas en infraestructura y recursos tecnológicos. Las empresas del sector deben estar preparadas para invertir en el despliegue de redes, mejorar la cobertura y la calidad del servicio, y adaptarse a las demandas cambiantes de los usuarios. Sintetizando, el crecimiento del mercado de las telecomunicaciones en Bolivia presenta oportunidades para expandir los servicios, especialmente en áreas rurales con limitada conectividad. La expansión de la banda ancha y la adopción de tecnologías como el 5G pueden impulsar el crecimiento y generar

ventajas competitivas para empresas como Entel. Sin embargo, es importante considerar las inversiones necesarias y adaptarse a las necesidades y preferencias cambiantes de los usuarios. Basándonos en los puntos mencionados anteriormente, se puede identificar más oportunidades de mejora en el marco de atención al cliente de Entel S.A. y sugerir tareas específicas para abordarlas. Aquí hay algunas ideas:

1. Mejorar la conectividad en áreas rurales / Tareas

- i. Realizar un análisis detallado de las áreas rurales con conectividad limitada y priorizar la expansión de la cobertura en esas zonas.
- ii. Desarrollar estrategias para el despliegue de infraestructura de telecomunicaciones en áreas rurales, como torres de comunicación o soluciones de banda ancha inalámbrica.

2. Expandir los servicios de banda ancha y acceso a Internet de alta velocidad / Tareas

- i. Realizar estudios de mercado para identificar las necesidades de los clientes en términos de velocidad de conexión y servicios de banda ancha.
- ii. Desarrollar planes de expansión de la red de banda ancha para cubrir nuevas áreas geográficas y garantizar una mayor disponibilidad del servicio.

3. Adoptar tecnologías emergentes como el 5G / Tareas

- i. Realizar una evaluación de viabilidad técnica y económica para la implementación de la tecnología 5G en áreas clave.
- ii. Actualizar y modernizar la infraestructura existente para soportar la tecnología 5G y aprovechar sus beneficios, como mayor velocidad y capacidad.

4. Mejorar la experiencia del cliente en general / Tareas

- i. Implementar sistemas y herramientas de gestión de relaciones con el cliente (CRM) para mejorar la atención y el seguimiento de las solicitudes de los clientes.
- ii. Capacitar al personal de atención al cliente en habilidades de comunicación efectiva, resolución de problemas y empatía para brindar un servicio excepcional.
- iii. Establecer canales de comunicación efectivos y ágiles, como chat en línea, redes sociales y aplicaciones móviles, para facilitar la interacción con los clientes.

Es importante tener en cuenta que estas son solo algunas oportunidades de mejora y tareas sugeridas. La implementación exitosa de estas mejoras requerirá un análisis más detallado, una planificación adecuada y asignación de recursos, así como la colaboración de diferentes áreas de la organización para garantizar su ejecución efectiva.

Acciones para minimizar las amenazas (factor externo)

Es muy cierto que la regulación gubernamental, la competencia extranjera y la tecnología obsoleta pueden representar amenazas para Entel S.A. Bolivia en el contexto de atención al cliente. A continuación, se presentan algunas tareas que podrían ayudar a superar estas amenazas:

1. Regulación gubernamental / Tareas

- i. Mantener un monitoreo constante de los cambios en las políticas y regulaciones gubernamentales relacionadas con el sector de las telecomunicaciones.
- ii. Establecer una estrecha colaboración con los organismos reguladores y participar activamente en los procesos de consulta y formulación de políticas para influir en las decisiones que puedan afectar a la empresa.
- iii. Diversificar las fuentes de ingresos y los servicios ofrecidos para reducir la dependencia de una única área de negocio y minimizar el impacto de los cambios regulatorios.

2. Competencia extranjera / Tareas

- i. Realizar análisis de mercado para identificar las fortalezas y debilidades de los competidores extranjeros y desarrollar estrategias para diferenciarse en términos de calidad de servicio, precios competitivos y propuestas de valor únicas.
- ii. Mejorar constantemente la calidad de los servicios ofrecidos, brindando una experiencia de cliente superior y construyendo lealtad hacia la marca Entel.
- iii. Establecer alianzas estratégicas con empresas locales y aprovechar su conocimiento del mercado y su red de relaciones para fortalecer la posición de Entel.

3. Tecnología obsoleta / Tareas

- i. Realizar inversiones periódicas en investigación y desarrollo para mantenerse al tanto de las últimas tendencias tecnológicas y evaluar su aplicabilidad en el contexto de Entel.
- ii. Implementar un ciclo de actualización constante de la infraestructura tecnológica para garantizar que se mantenga al día con los avances tecnológicos.
- iii. Establecer alianzas con proveedores de tecnología y participar en programas de capacitación para asegurar que el personal esté actualizado en las últimas innovaciones tecnológicas.

Es importante destacar que estas tareas deben ser adaptadas y personalizadas según las necesidades y capacidades específicas de Entel S.A. Además, la supervisión continua del entorno externo y la flexibilidad en la estrategia son fundamentales para enfrentar estas amenazas de manera efectiva en el contexto de atención al cliente.

Optimización de debilidades (factor interno)

Ciertamente, la competencia, la calidad de servicio, el aumento de clientes sin optimización de cobertura, la falta de facturación clara en la oferta de combos, el personal de atención al cliente sin perfil profesional y la carencia de una política de calidad; pueden considerarse como debilidades dentro del análisis FODA de Entel S.A. en el contexto de atención al cliente. A continuación, se presentan algunas tareas que podrían ayudar a revertir estas debilidades:

1. Competencia /Tareas

- i. Realizar un análisis exhaustivo de la competencia para identificar oportunidades de diferenciación y fortalezas competitivas.
- ii. Desarrollar estrategias de precios y promociones atractivas que sean competitivas y a la vez rentables para obtener cuotas de mercado más grandes.
- iii. Mejorar constantemente la propuesta de valor de Entel, centrándose en la calidad del servicio, la innovación tecnológica y la satisfacción del cliente.

2. Calidad de Servicio / Tareas

- i. Realizar evaluaciones técnicas y de infraestructura en áreas remotas o congestionadas para identificar y solucionar problemas que afecten la calidad del servicio.
- ii. Invertir en mejoras de infraestructura y ampliar la cobertura de red para garantizar una experiencia de servicio confiable y de alta calidad en todas las áreas geográficas.
- iii. Establecer canales de retroalimentación y atención al cliente efectivos para que los usuarios puedan reportar problemas de calidad de servicio y recibir una respuesta rápida y efectiva.

3. Aumento de clientes sin optimización de cobertura /Tareas

- i. Realizar análisis de demanda y planificación de cobertura para identificar áreas con mayor potencial de crecimiento y priorizar la expansión de la cobertura en esas zonas.
- ii. Desarrollar estrategias de marketing y promoción enfocadas en las áreas con mayor demanda y bajo nivel de cobertura para atraer nuevos clientes.

4. Facturación clara en la oferta de combos / Tareas

- i. Revisar y mejorar los procesos de facturación para garantizar que la información sobre los combos y los cargos asociados sea clara, transparente y comprensible para los clientes.
- ii. Proporcionar canales de atención al cliente dedicados para consultas y aclaraciones relacionadas con la facturación de los combos.

5. Personal de atención al cliente sin perfil profesional / Tareas

- i. Implementar programas de capacitación y desarrollo profesional para el personal de atención al cliente, asegurando que tengan las habilidades y conocimientos necesarios para brindar un servicio de alta calidad.
- ii. Establecer procesos de reclutamiento y selección rigurosos para garantizar la contratación de personal con el perfil adecuado para el puesto de atención al cliente.

6. Carencia de Política de Calidad / Tarea

- i. Desarrollar una política de calidad clara y documentada que establezca los estándares y objetivos de servicio al cliente de Entel.
- ii. Implementar sistemas de control de calidad y monitoreo para garantizar el cumplimiento de los estándares establecidos y realizar mejoras continuas en la calidad del servicio.

Es importante adaptar estas tareas a las necesidades y capacidades específicas de Entel S.A. y asegurarse de asignar los recursos adecuados para su implementación. Además, es fundamental establecer un enfoque de *mejora continua* para abordar estas debilidades y garantizar una experiencia positiva para los clientes en el contexto de atención al cliente.

2.8.5. Análisis de Resultados

Los resultados de este análisis se utilizarán para identificar ¿cómo? la Pragmática Lingüística y la Programación Neurolingüística se aplican de manera efectiva en la comunicación empresarial, en consonancia con los estándares establecidos por la Norma ISO 9001:2015. La Pragmática Lingüística nos permite comprender cómo el contexto, la intención y las implicaciones implícitas influyen en la comunicación, lo cual nos ayudará a mejorar nuestra interacción con los clientes y otros actores clave. Por otro lado, la PNL nos brinda herramientas prácticas para mejorar la comunicación y el entendimiento mutuo, a través de técnicas como el modelado, la calibración y el anclaje. Al integrar estos enfoques en nuestra comunicación empresarial y alinearlos con los requisitos de la Norma ISO 9001:2015, buscamos garantizar una comunicación efectiva, una interacción más sólida con los clientes y una mejora continua en nuestros procesos y servicios.

2.8.5.1. Respecto de la política de calidad de Entel S.A. (ausente)

La institución en cuestión, carece de una política de calidad declarada como parte de su cultura institucional, en consecuencia; se creó una, utilizando la estrategia de comunicación efectiva que se ha propuesto.

Política de calidad

Entel S.A., está comprometida con la excelencia en la prestación de servicios de telecomunicaciones, enfocados en la satisfacción de nuestros clientes y en la mejora continua de nuestros procesos. Nuestro objetivo es

proporcionar servicios confiables, seguros y de alta calidad, cumpliendo con los requisitos legales y reglamentarios aplicables. Para lograrlo, nos comprometemos a:

Satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes

Comprendemos las necesidades de nuestros clientes y nos esforzamos por superar sus expectativas, brindando soluciones innovadoras y servicios confiables que les permitan alcanzar sus objetivos.

Mejora continua

Buscamos la mejora continua de nuestros procesos, productos y servicios, basándonos en un enfoque basado en el riesgo y en la retroalimentación de nuestros clientes y partes interesadas. Promovemos una cultura de aprendizaje y desarrollo en todos los niveles de la organización.

Cumplimiento de requisitos

Cumplimos con los requisitos legales, reglamentarios y contractuales aplicables a nuestros productos y servicios, así como con los estándares internos establecidos. Nos comprometemos a mantener la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información de nuestros clientes.

Desarrollo del talento humano

Reconocemos que nuestro personal es el activo más valioso de la organización. Promovemos un entorno de trabajo seguro, inclusivo y que fomente el desarrollo profesional y personal de nuestros empleados.

Colaboración con proveedores y socios

Establecemos relaciones sólidas y de confianza con nuestros proveedores y socios, trabajando de manera colaborativa para garantizar la calidad de los productos y servicios que ofrecemos.

Comunicación efectiva

Nos comprometemos a mantener una comunicación clara y transparente con nuestros clientes, empleados, proveedores y otras partes interesadas, asegurando una comprensión mutua y una respuesta oportuna a sus necesidades y expectativas.

No se puede obviar dentro de la institución establecer una política de calidad, en el caso de Entel S.A. esta cualidad no existe, lo cual limita su accionar en:

- i. Orientación estratégica. - La política de calidad establece la dirección y los objetivos de calidad de la organización. Proporciona una guía clara sobre las metas y el enfoque en la calidad, lo que ayuda a alinear los esfuerzos de toda la organización hacia un propósito común.
- ii. Compromiso de la alta dirección. - La política de calidad es una declaración formal del compromiso de la alta dirección con la calidad. Esto demuestra liderazgo y refuerza la importancia de la calidad en todos los niveles de la organización.

- iii. Marco para la toma de decisiones. - La política de calidad sirve como un marco para la toma de decisiones relacionadas con la calidad. Proporciona criterios claros y consistentes para evaluar acciones y procesos en función de su impacto en la calidad.
- iv. Comunicación y alineación. - La política de calidad se comunica a todos los niveles de la organización, lo que ayuda a crear conciencia y comprensión comunes sobre la importancia de la calidad. Esto promueve la alineación de todos los empleados hacia los objetivos de calidad y fomenta un enfoque colectivo en la mejora continua.
- v. Cumplimiento de requisitos. - La política de calidad establece el compromiso de la organización de cumplir con los requisitos legales, reglamentarios y contractuales aplicables. Esto ayuda a evitar incumplimientos y a garantizar la conformidad con las normativas y estándares relevantes.

La política de calidad proporciona una dirección clara, unifica los esfuerzos de la organización en torno a la calidad, fomenta el compromiso y la participación de los empleados, y establece un marco para la toma de decisiones y la mejora continua. Es un elemento esencial en la gestión de calidad de una organización, entre otros aspectos positivos minimiza acciones de burocracia. Todos los empleados son responsables de cumplir con esta política y contribuir a la mejora continua de la calidad en Entel S.A.

2.8.5.2. Análisis sobre la política de calidad Entel S.A. propuesta

Tomando en cuenta la estrategia de comunicación efectiva, el resultado sería:

En:

1. Principios de cooperación de Grice

1.1. Máxima de cantidad

La propuesta busca ser informativa y proporcionar la cantidad de información necesaria para comprender el compromiso de Entel S.A. con la excelencia en la prestación de servicios de telecomunicaciones.

1.2. Máxima de calidad

Se espera que la propuesta sea veraz y que los principios y compromisos expresados reflejen las acciones reales de Entel S.A.

2. Principios de cooperación de la programación neurolingüística

2.1. Empatía

La propuesta busca establecer una conexión empática y de confianza con los clientes y empleados de Entel S.A.

2.2. Flexibilidad

Al adaptarse a las necesidades cambiantes de los clientes y al buscar soluciones innovadoras, la propuesta refleja un enfoque flexible en la comunicación y el servicio.

3. Principios de cooperación de ISO 9001:2015

3.1. Enfoque en el cliente

La propuesta de política de calidad refleja el compromiso de Entel S.A. de centrarse en las necesidades y expectativas de sus clientes.

3.2. Mejora continua

La política enfatiza la mejora continua de los procesos y servicios, lo que implica un enfoque colaborativo y de cooperación para identificar y resolver problemas, basados en el ciclo que traduce acciones de planear, hacer, verificar y actuar (P.H.V.A) que ya fue explicado anteriormente. Es importante tener en cuenta que los principios de cooperación propuestos se derivan de interpretaciones y aplicaciones de los enfoques mencionados en el contexto de la política de calidad de Entel S.A.

2.8.5.3. Respeto de los valores institucionales de Entel S.A.

Teniendo presente el compromiso con la excelencia en la prestación de servicios de telecomunicaciones y la satisfacción de clientes Entel S.A. se presenta la estrategia de comunicación efectiva en la declaración de la nueva misión institucional

<p style="text-align: center;">Misión</p> <p>1. Crear valor a través de la provisión de Servicios de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información, con el objeto de facilitar el bienestar de la comunidad, acrecentando la productividad y calidad de vida de las personas. Declaración hasta el 29 nov.</p> <p>2. Proporcionar servicios de telecomunicaciones a través de redes tecnológicamente actualizadas y modernas, cumpliendo la normativa vigente e impulsando el crecimiento económico productivo de nuestro país; logrando que todos los habitantes del Estado Plurinacional de Bolivia accedan a la comunicación telefónica e internet bajo premisas de calidad y tarifas equitativas. Declaración al 30 nov. (vigente)</p>	<p style="text-align: center;">Propuesta Misión</p> <p>Ser el proveedor líder de servicios de telecomunicaciones en Bolivia, brindando soluciones innovadoras y confiables que conecten a las personas, impulsen el desarrollo y mejoren la calidad de vida de nuestros clientes. Nos esforzamos por ofrecer servicios de alta calidad, respaldados por la excelencia en el servicio al cliente y la mejora continua de nuestros procesos.</p>
<p style="text-align: center;">Visión</p> <p>1. Ser un referente en el sector de las telecomunicaciones, brindando una experiencia distintiva, un lugar donde las personas se realizan, una empresa que desafía al mercado y crece de manera sostenible. Declarada hasta el 29.nov.</p> <p>2. Para el año 2015, nos comprometemos a sumar todos nuestros esfuerzos para lograr mantener a Entel como una empresa líder en el ramo de las telecomunicaciones con el fin de satisfacer la demanda y las necesidades de los habitantes del Estado Plurinacional de Bolivia. Declaración al 30 nov. (vigente)</p>	<p style="text-align: center;">Propuesta Visión</p> <p>Ser reconocidos como la opción preferida de los bolivianos en servicios de telecomunicaciones. Nos esforzamos por ser una empresa líder en innovación tecnológica, ofreciendo soluciones vanguardistas que se adapten a las necesidades cambiantes de nuestros clientes. Buscamos ser referentes en calidad, confiabilidad y seguridad, estableciendo estándares de excelencia en la industria y generando un impacto positivo en la sociedad.</p>

Explicación de la nueva propuesta de la misión declarada por Entel S.A. explicación de ella con los principios de cooperación de Grice, PNL y Norma ISO 9001:2015

En:

1. **Principios de cooperación de Grice**, en nuestra misión, aplicamos el principio de relevancia al tener en cuenta las expectativas y requerimientos de los habitantes de Bolivia en términos de servicios de telecomunicaciones. Nos esforzamos por ser relevantes y ofrecer soluciones que satisfagan sus necesidades de comunicación.

2. **Programación Neurolingüística**, utilizamos esta herramienta para establecer una visión clara y motivadora. Nos comprometemos a sumar todos nuestros esfuerzos para mantener a Entel como una empresa líder en el ramo de las telecomunicaciones, lo que implica establecer metas claras y trabajar en equipo para lograr el éxito.

3. **Norma ISO 9001:2015**, cumplimos con los principios de mejora continua y liderazgo, buscamos mantener a Entel como una empresa líder en el sector de las telecomunicaciones, lo que implica impulsar constantemente la excelencia en nuestros servicios y liderar el mercado para satisfacer la demanda y las necesidades de los habitantes de Bolivia; como se ha podido evidencia esta nueva declaración de misión contiene la sinergia de la propuesta, lo cual satisface.

Explicación de la propuesta de visión (actualizada) declarada por Entel,

En:

1. **Principios de cooperación de Grice**, la visión refleja el principio de cooperación al mostrar el compromiso de satisfacer la demanda y las necesidades de los habitantes de Bolivia en términos de servicios de telecomunicaciones. Esto demuestra una actitud cooperativa para brindar soluciones adecuadas.

2. **Programación Neurolingüística**, utilizamos esta herramienta para establecer una visión clara y motivadora. Al comprometernos a sumar todos nuestros esfuerzos, evidenciamos la importancia de trabajar juntos como equipo para mantener a Entel como una empresa líder en el sector de las telecomunicaciones.

4. **Norma ISO 9001:2015**, la visión se alinea con los principios de liderazgo y mejora continua de la norma, nos esforzamos por mantenernos como una empresa líder en el sector de las telecomunicaciones, lo cual requiere un enfoque constante en la excelencia y la satisfacción de las demandas y necesidades de los habitantes de Bolivia.

Misión actualizada al 30. Nov. Propuesta trabajada con la estrategia comunicación efectiva

- i. Establecer una comunicación efectiva y satisfactoria al proporcionar servicios de telecomunicaciones a través de redes tecnológicamente actualizadas y modernas.
- ii. Nos comprometemos a cumplir con la normativa vigente y a impulsar el crecimiento económico productivo de nuestro país, aplicando los principios de calidad y tarifas equitativas.
- iii. Buscamos activamente satisfacer las demandas y necesidades de todos los habitantes del Estado Plurinacional de Bolivia, garantizando un acceso amplio y equitativo a la comunicación telefónica e internet, nos esforzamos por ofrecer información relevante y útil en nuestras comunicaciones, basándonos en las expectativas y requerimientos de nuestros clientes.
- iv. Establecemos una visión clara y motivadora impulsando la colaboración y el trabajo en equipo para mantenernos como líderes en el campo de las telecomunicaciones. Además, cumplimos con los principios de mejora continua y liderazgo establecidos en la norma ISO 9001:2015, lo que nos impulsa a brindar servicios de calidad y a adaptarnos constantemente a las necesidades cambiantes de nuestros usuarios.

Visión actualizada al 30. Nov. Propuesta trabajada con la estrategia comunicación efectiva

- Ser reconocidos como el proveedor preferido de servicios de comunicación en el Estado Plurinacional de Bolivia, superando las expectativas de nuestros clientes al brindar soluciones efectivas y eficientes que satisfagan sus necesidades de manera excepcional, aplicando todas las herramientas de innovación que la tecnología nos ofrece, para mantener a Entel como líder en el sector de las telecomunicaciones.

Explicación de la visión:

En el párrafo, se puede inferir el principio de calidad, que implica brindar soluciones efectivas y eficientes que satisfagan las necesidades de manera excepcional. También se puede inferir el principio de relevancia, ya que se menciona la superación de las expectativas de los clientes.

Programación Neurolingüística, aunque no se mencionan explícitamente las técnicas, se hace referencia a la aplicación de todas las herramientas de innovación que la tecnología ofrece en comunicación y modelado del comportamiento humano para mejorar la efectividad y eficiencia en la comunicación y el logro de objetivos.

Norma ISO 9001:2015, se menciona el cumplimiento de los estándares de calidad de la norma que busca garantizar la satisfacción del cliente y la mejora continua en los procesos y servicios de una organización.

Esta propuesta de misión y visión refleja el enfoque de Entel S.A. en la satisfacción del cliente, la excelencia en la prestación de servicios y la mejora continua. Sin embargo, es importante que la organización revise y adapte estos elementos según su contexto específico y los objetivos estratégicos que buscan alcanzar. De cualquier manera, la propuesta actualizada del grupo Entel, respecto del presente trabajo, ha sido optimizada.

2.8.5.3. Propuesta nuevos valores Entel S.A.

Pueden variar los valores, según su contexto específico y los principios fundamentales que deseen promover en su cultura organizacional. Sin embargo, aquí se presenta una propuesta de valores que podrían ser relevantes para Entel S.A.

Valores	Propuesta valores
1. Excelencia, brindamos soluciones oportunas para el cliente, en base a una moderna tecnología y el desarrollo continuo de servicios creativos, innovadores y de valor agregado.	1. <u>Excelencia</u> . - Comprometidos con la excelencia en todo lo que hacemos, buscamos superar las expectativas en la prestación de servicios y en el trato con nuestros clientes.
2. Honestidad y transparencia	2. <u>Confianza</u> . - Construimos relaciones sólidas y duraderas basadas en la confianza mutua, siendo confiables en nuestros servicios, en nuestras promesas y en nuestras acciones.
3. Innovación	3. <u>Innovación</u> . - Fomentamos la creatividad y la búsqueda constante de soluciones innovadoras para adaptarnos a las necesidades cambiantes de nuestros clientes y liderar el avance tecnológico en la industria.
4. Calidez y Atención al cliente	4. <u>Orientación al cliente</u> . - Ponemos a nuestros clientes en el centro de todo lo que hacemos, escuchando sus necesidades, brindando un excelente servicio y ofreciendo soluciones personalizadas que agreguen valor.
5. Imparcialidad	5. <u>Responsabilidad social</u> . - Actuamos de manera ética y responsable, cuidando el medio ambiente, contribuyendo al desarrollo sostenible de las comunidades en las que operamos y promoviendo la inclusión digital.
6. Continuidad	6. <u>Colaboración</u> . - Valoramos el trabajo en equipo, fomentando la colaboración, la comunicación abierta y
7. Participación	
8. Eficiencia.	

el intercambio de conocimientos para lograr resultados superiores.

7. Mejora continua. - Buscamos constantemente la mejora en nuestros procesos, servicios y habilidades, aprendiendo de nuestros errores y adoptando un enfoque de aprendizaje continuo.

Estos valores propuestos reflejan un compromiso con la calidad, la confianza, la innovación, la orientación al cliente, la responsabilidad social, la colaboración y la mejora continua. Sin embargo, es importante que Entel S.A. defina y comunique sus valores de acuerdo con su contexto y los principios que deseen promover dentro de la organización, en la propuesta existen dos coincidencias en cuanto a paradigmas, que están marcadas.

2.8.5.4. Análisis nuevos valores Entel S.A. propuesto por la memoria profesional

Con pragmática lingüística

Los principios de Grice dentro la comunicación alude a la cooperación y la implicatura conversacional. Aunque los valores no se mencionan explícitamente en la propuesta, se puede inferir la presencia de los siguientes principios pragmáticos:

1. Cooperación, la propuesta refleja un compromiso con la cooperación al enfatizar la importancia de la excelencia en el servicio al cliente, la confianza y la colaboración en el trabajo en equipo.
2. Implicatura conversacional, al promover la confianza, la mejora continua y la responsabilidad social, la propuesta sugiere una comunicación que va más allá de lo expresado literalmente, implicando un compromiso con la ética y la responsabilidad.

Con programación neurolingüística

La programación neurolingüística se centra en la comunicación efectiva y el entendimiento de los patrones de comportamiento. En la propuesta, los siguientes elementos podrían relacionarse con los valores referidos a:

1. Orientación al cliente, al poner al cliente en el centro y adaptarse a sus necesidades, se refleja una consideración de los patrones de comportamiento y preferencias del cliente.

2. Innovación, la promoción de soluciones innovadoras indica una apertura a la flexibilidad y la adaptación a nuevos patrones y enfoques.

Con la norma ISO 9001:2015

Se centra en la gestión de la calidad y la mejora continua que no se especifica explícitamente en la propuesta, se pueden identificar elementos relacionados a los valores de la norma referidos a:

1. Excelencia, la búsqueda de la excelencia en la prestación de servicios se alinea con el enfoque de mejora continua promovido por la norma ISO 9001:2015.

2. Mejora continua, el compromiso con la mejora continua de los procesos y servicios es un valor fundamental de la norma.

Es importante tener en cuenta que estos valores y elementos identificados son interpretaciones basadas en los enfoques mencionados como estrategia de comunicación efectiva.

Sobre los valores y principios actualizados al 30 nov. Grupo Entel S.A. se presenta la propuesta trabajada con la estrategia de comunicación efectiva

- i. **Excelencia.** - Nos comprometemos a brindar soluciones oportunas y de calidad a nuestros clientes, utilizando tecnología moderna y desarrollando servicios creativos, innovadores y con valor agregado. Aplicamos la mejora continua para alcanzar la excelencia en todo lo que hacemos.
- ii. **Honestidad y transparencia.** - Cumplimos nuestro trabajo con los más altos estándares morales y éticos. Actuamos de manera abierta, honesta y auditable, generando confianza y seguridad en todas nuestras operaciones. Nos comprometemos a mantener la transparencia en nuestras comunicaciones y acciones.
- iii. **Innovación.** - Fomentamos la cultura de la innovación, transformando ideas en procesos de negocio más eficientes y diferenciadores, así como en productos y servicios rentables que agreguen valor a nuestros clientes. Buscamos ofrecer ofertas flexibles y personalizadas que se ajusten a sus necesidades.
- iv. **Calidez y atención al cliente.** - Brindamos productos y servicios de la más alta calidad, destacándonos por nuestra proactividad, diligencia, respeto, eficiencia y calidez en el trato. Nos esforzamos por satisfacer las necesidades y superar las expectativas de nuestros clientes.

Principios fundamentales:

- i. Igualdad. - Garantizamos que todas las personas puedan acceder a nuestros servicios sin discriminación alguna, respetando sus derechos y promoviendo la igualdad de oportunidades.
- ii. Imparcialidad. - Nuestra actividad se basa en criterios objetivos y justos, respetando las regulaciones pertinentes y manteniendo relaciones equitativas con nuestros clientes.
- iii. Continuidad. - Nos comprometemos a ofrecer nuestros servicios de manera continua y regular, sin interrupciones innecesarias. Realizaremos tareas de mantenimiento programadas y resolveremos de manera eficiente cualquier problema de gestión de red que pueda surgir.
- iv. Participación. - Valoramos y agradecemos las sugerencias y propuestas de nuestros clientes. Tomamos en consideración sus opiniones y buscamos mejorar continuamente nuestros servicios en base a sus comentarios.
- v. Eficiencia. - Nos esforzamos por garantizar la eficiencia en todos nuestros servicios, utilizando la mejor tecnología disponible. Aplicamos procesos de mejora continua y nos comprometemos a brindar un servicio de calidad a nuestros clientes.

Entel S.A. se guía por los valores de excelencia, honestidad y transparencia, innovación y calidez y atención al cliente, sigue los principios fundamentales de igualdad, imparcialidad, continuidad, participación y eficiencia. Estos valores y principios reflejan aspectos de los principios de cooperación de Grice, elementos de la PNL y elementos de la norma ISO 9001:2015 al enfocarse en la comunicación efectiva, el cumplimiento ético, la mejora continua y la satisfacción del cliente.

2.8.6. Síntesis

La comunicación efectiva es crucial en la atención al cliente de Entel S.A. para garantizar la satisfacción del cliente y mantener una imagen positiva de la empresa; las fortalezas de la institución basada en la experiencia técnica y conocimiento del personal de atención al cliente, tecnología avanzada para la comunicación; pueden hacer la diferencia de un servicio a otro servicio.

Es menester identificar oportunidades de mejora de la claridad y precisión en la comunicación con los clientes, utilizar técnicas de pragmática lingüística y programación neurolingüística para comprender mejor las necesidades del cliente. De igual manera, es necesario verificar y reconocer las debilidades institucionales dentro del servicio que ofrecen, porque pueden ser posibles barreras en la comunicación debido a jergas técnicas o falta de empatía con los usuarios. No hay que dejar de lado identificar las amenazas porque pueden restar competencia en el mercado con servicios similares de otras empresas de telecomunicaciones.

La implementación de una estrategia de comunicación efectiva basada en la pragmática lingüística, la programación neurolingüística y los sistemas de gestión de calidad de la Norma ISO 9001:2015 beneficiaría a Entel S.A. en su atención al cliente, esta estrategia debe incluir la capacitación del personal en habilidades de comunicación; el uso de actos de habla adecuados para transmitir intenciones y evitar malentendidos, de igual manera tener la consideración del contexto y las expectativas del cliente.

La Programación Neurolingüística ofrece herramientas prácticas para mejorar la comunicación interpersonal en la atención al cliente de Entel S.A., la calibración permite entender las señales no verbales y emocionales de los clientes, lo cual es fundamental para adaptar el mensaje y brindar una experiencia personalizada, la empatía facilita el establecimiento de una conexión de confianza con el cliente, lo que influye en su satisfacción y fidelidad, el modelado de patrones de comunicación exitosos permite a los empleados aprender de aquellos que tienen habilidades de comunicación efectiva y aplicar esas técnicas en su interacción con los clientes.

La norma ISO 9001:2015 enfatiza la importancia de la comunicación efectiva en la atención al cliente como parte de un sistema de gestión de calidad, el enfoque en el cliente requiere una comunicación clara y precisa para entender y satisfacer sus necesidades; el enfoque basado en procesos implica comunicar roles y responsabilidades, así como garantizar la eficacia y eficiencia de los procesos de atención al cliente. La mejora continua implica la retroalimentación constante y la comunicación para identificar áreas de mejora en la comunicación y en el servicio al cliente, lo que no se registra o mide, no se puede mejorar. La pragmática lingüística proporciona principios y herramientas para mejorar la comunicación efectiva, considerando el

contexto y las expectativas del receptor, lo que conduce a una comunicación mucho más efectiva y a la prevención de malentendidos.

La implementación de una guía para programas de capacitación basado en la estrategia de comunicación efectiva propuesta para la atención al cliente de Entel S.A. sería beneficioso para mejorar las habilidades de comunicación del personal, la capacitación debe abarcar aspectos como la comprensión del contexto del cliente, el uso de actos de habla adecuados, la empatía, la escucha activa y la persuasión. Se concluye que la implementación de una estrategia basada en la pragmática lingüística, la programación neurolingüística y los sistemas de gestión de calidad de la norma ISO 9001:2015 puede mejorar significativamente la comunicación efectiva en la atención al cliente de Entel S.A. Estas metodologías y enfoques proporcionan herramientas prácticas y teóricas para comprender mejor las necesidades del cliente, establecer conexiones positivas y satisfacer sus expectativas. Además, la capacitación en habilidades de comunicación interpersonal y el uso de herramientas de programación neurolingüística pueden contribuir a un servicio al cliente más satisfactorio y a una relación más sólida entre la empresa y sus clientes.

A la revisión de la presente memoria profesional, la organización; objeto de estudio actualizó la información en su pág. web sobre su cultura organizacional, es decir, misión, visión y valores; las mismas que fueron sometidas al análisis de la propuesta de comunicación efectiva.

2.8.7. Recomendaciones

Se pone en consideración una guía de Capacitación al personal, cuya función sea interactuar con el cliente interno y externo. La capacitación está dirigida a todo el personal de cualquier institución, sea del estado o privada.

2.8.7.1. Guía implementación programa capacitación

Dirigido a agentes de atención al cliente de Entel S.A. (teoría y práctica)

Tema: Optimización de la Comunicación y la Satisfacción del Cliente con pragmática lingüística, programación neurolingüística y norma ISO 9001-2015

A. Objetivos de la Capacitación

1. Comprender los conceptos clave de la pragmática lingüística y la programación neurolingüística en la comunicación con los clientes.
2. Conocer los requisitos de la norma ISO 9001-2015 relacionados con la atención al cliente.
3. Aplicar técnicas y habilidades de comunicación efectiva en situaciones de atención al cliente.
4. Mejorar la empatía, la atención personalizada y la resolución de problemas en las interacciones con los clientes.
5. Cumplir con los estándares de calidad ISO 9001-2015 en la atención al cliente.

Duración de la Capacitación: 2 días (12 horas en total)

Desglose

Capacitación día 1: Fundamentos de pragmática y programación neurolingüística en la Comunicación (6 horas)

B. Resultados a esperar

1. Comprensión principios de la pragmática lingüística y la programación neurolingüística.
2. Aplicación de técnicas de comunicación efectiva en situaciones de atención al cliente.

Seguimos con la agenda capacitación Día 1 / Horas mañana (3 horas)

Temas:

1. Introducción a la Comunicación Efectiva.
2. Principios de la Pragmática Lingüística en la Atención al Cliente.
3. Técnicas de Escucha Activa.

Materiales a utilizar: Separata con temario desarrollado.

Perfil Expositor: Lingüista

Horas tarde (3 horas):

Temas:

4. Introducción a la Programación Neurolingüística (PNL).
5. Aplicación de la PNL en la Comunicación con Clientes.
6. Juego de roles y ejercicios prácticos.

Materiales a utilizar:

- Presentaciones en PowerPoint.

- Materiales de capacitación, separatas impresas.
- Ejemplos de situaciones de atención al cliente.
- Juego de roles y ejercicios prácticos.
- Contemplar descanso (entre tiempo)

Perfil Expositor: Lingüista

Agenda capacitación del Día 2: Cumplimiento de Estándares ISO 9001-2015 y Mejora Continua
(6 horas)

Resultados Esperados:

1. Comprensión de los requisitos de la norma ISO 9001-2015 relacionados con la atención al cliente.
2. Identificación de áreas de mejora y promover la mejora continua en la comunicación y el servicio al cliente.

Horas Mañana (3 horas)

1. Norma ISO 9001-2015: Requisitos para la Atención al Cliente.
2. Documentación de Procesos y Procedimientos.
3. Auditorías Internas y Certificación ISO.

Horas Tarde (3 horas)

4. Identificación de Áreas de Mejora.
5. Planificación de Acciones de Mejora Continua.
6. Evaluación Final y Retroalimentación.

Materiales a Utilizar:

- Presentaciones en PowerPoint.
- Materiales de capacitación, separatas impresas.
- Ejemplos de situaciones de atención al cliente.
- Juego de roles y ejercicios prácticos.
- Documentación de la norma ISO 9001-2015.
- Contemplar descanso (entre tiempo)

Evaluación:

- Pruebas de conocimiento al final de cada día.
- Ejercicios prácticos y juego de roles para evaluar la aplicación de los conceptos.
- Retroalimentación de los participantes.

Seguimiento (en términos de mejora continua):

- Establecer un mecanismo de seguimiento para evaluar la aplicación de las habilidades y el cumplimiento de los estándares ISO en el trabajo diario.
- Programar sesiones de seguimiento para abordar preguntas y desafíos posteriores a la capacitación.

Esta guía de capacitación proporciona una estructura clara y detallada para la capacitación de empleados de atención al cliente en Entel S.A., permitiendo que adquieran las habilidades necesarias y cumplan con los estándares de calidad de la norma que se alude en sus interacciones con los clientes. Para la capacitación de empleados de atención al cliente en Entel S.A. sobre la integración de la pragmática, la programación neurolingüística y la norma ISO 9001:2015, es importante incluir ejercicios prácticos que fomenten la aplicación de los conceptos en situaciones de atención al cliente. Estos ejercicios pueden realizarse en grupos o de a dos personas, se proporciona algunos ejemplos de ejercicios prácticos:

Ejercicio 1: Juego de roles sobre Escucha Activa (Grupos pequeños)

- Dividir a los participantes en grupos pequeños.
- Asignar a cada grupo un escenario de atención al cliente.
- En cada escenario, un participante actuará como el cliente y otro como el agente de atención al cliente.
- El agente de atención al cliente debe practicar la escucha activa y aplicar las técnicas aprendidas de comunicación efectiva.
- Después de cada juego de roles, los miembros del grupo proporcionan retroalimentación constructiva.

Ejercicio 2: Aplicación de programación neurolingüística en la Comunicación (dinámica en Parejas)

- Formar parejas de participantes.
- Asignar a cada pareja un escenario de atención al cliente.
- Uno de los participantes actuará como el cliente y el otro como el agente de atención al cliente.
- El agente de atención al cliente debe aplicar las técnicas de programación neurolingüística para establecer una comunicación más efectiva y comprender las necesidades del cliente.
- Después de cada ejercicio, las parejas comparten sus experiencias y aprendizajes.

Ejercicio 3: Identificación de Desviaciones con ISO 9001-2015 (Grupos pequeños)

- Dividir a los participantes en grupos pequeños.
- Proporcionar a cada grupo una copia de la norma ISO 9001-2015 y un caso hipotético de atención al cliente.
- Los grupos deben identificar cualquier desviación entre las prácticas actuales de atención al cliente y los requisitos de la norma ISO 9001-2015.
- Luego, los grupos presentan sus hallazgos y discuten posibles soluciones.

Ejercicio 4: Sesiones de Resolución de Problemas (Grupos pequeños)

- Dividir a los participantes en grupos pequeños.
- Presentar a cada grupo un escenario de atención al cliente que involucre un problema o desafío.
- Los grupos deben utilizar técnicas de resolución de problemas, aplicando la programación neurolingüística y la pragmática, para encontrar soluciones efectivas.
- Cada grupo presenta sus soluciones y se lleva a cabo una discusión en clase.

Estos ejercicios prácticos permiten a los participantes aplicar los conceptos aprendidos en situaciones de atención al cliente simuladas. Trabajar en grupos o de a dos fomenta la colaboración y el intercambio de ideas, lo que puede enriquecer la experiencia de aprendizaje y preparar a los empleados para aplicar eficazmente estas habilidades en su trabajo diario.

2.8.7.2. Sugerencia capacitación norma ISO 9001:2015

Se sugieren algunos temas que podrían abordarse en una capacitación de atención al cliente basado en los principios de la norma que se trata.

1. Introducción al sistema de gestión de calidad. - Explicación de los conceptos básicos y principios de la norma ISO 9001 y su aplicación en Entel S.A. (enfoque en el cliente, referido a la importancia de comprender las necesidades y expectativas de los clientes, ¿cómo identificar y satisfacer sus requisitos? y ¿cómo brindar un servicio de calidad orientado al cliente?)

2. Procesos de atención al cliente. - Descripción de los procesos clave relacionados con la atención al cliente en Entel S.A., desde el contacto inicial hasta la resolución de consultas o

problemas. A continuación, se mencionan algunos procesos comunes que podrían formar parte de la atención al cliente en Entel S.A.:

- i.** Recepción de consultas y solicitudes. - Este proceso implica recibir y registrar las consultas, solicitudes de información o asistencia de los clientes, porque a través de llamadas telefónicas, correos electrónicos, chats en línea u otros canales de comunicación.
- ii.** Identificación de necesidades y requisitos. - Una vez que se recibe una consulta o solicitud, el personal de atención al cliente debe identificar las necesidades y requisitos específicos del cliente, comprender completamente su consulta o solicitud, y brindar la asistencia o información adecuada.
- iii.** Resolución de consultas y problemas. - Este proceso implica proporcionar respuestas precisas y completas a las consultas de los clientes, resolver problemas o redirigir las consultas a los departamentos o equipos especializados cuando sea necesario.
- iv.** Gestión de quejas y reclamaciones. - Si un cliente presenta una queja o reclamación, se debe seguir un proceso específico para registrar, investigar y resolver la situación. Esto puede implicar la recopilación de información relevante, la comunicación con el cliente y la implementación de acciones correctivas o compensatorias según sea necesario.
- v.** Seguimiento y comunicación. - Después de brindar asistencia o resolver un problema, es importante realizar un seguimiento con el cliente para asegurarse de que esté satisfecho con la solución. Además, se pueden proporcionar actualizaciones o información adicional según sea necesario para mantener una comunicación efectiva con el cliente.
- vi.** Retroalimentación y mejora continua. - Los procesos de atención al cliente también deben incluir la recopilación de comentarios y sugerencias de los clientes para identificar áreas de mejora y realizar acciones correctivas o preventivas que permitan ofrecer un mejor servicio en el futuro.

- vii.** Comunicación efectiva. – Implica desarrollar habilidades de comunicación para interactuar de manera clara, cortés y efectiva con los clientes, tanto en persona como a través de otros canales de comunicación, como teléfono o correo electrónico.

- viii.** Responsabilidad y compromiso. - Remarca la importancia del compromiso de todos los empleados de Entel S.A. en brindar un excelente servicio al cliente, así como la responsabilidad de cada uno en el cumplimiento de los requisitos de calidad establecidos.

Recordar que esta descripción es general y puede variar en función de las prácticas y procedimientos específicos de cada institución, es importante adaptar estos procesos a las necesidades y requisitos particulares de la empresa y los clientes a los que se atiende.

2.8.7.3. Nociones básicas de la Norma ISO 9001:2015 en Atención al Cliente

Establece los requisitos que deben cumplir las organizaciones al establecer y mantener una política de calidad. A continuación, se presenta una descripción de cómo se define y aborda la política de calidad de la norma en cuestión a través de los siguientes elementos:

- 1. Definición.** - La política de calidad es una declaración formal de la alta dirección de una organización que establece su compromiso con la calidad y proporciona una dirección y marco para el establecimiento de los objetivos de calidad.

- 2. Enfoque basado en el riesgo.** - La norma ISO 9001:2015 enfatiza un enfoque basado en el riesgo para la gestión de la calidad. Por lo tanto, la política de calidad debe abordar los riesgos y oportunidades relevantes para la organización y su contexto, y establecer cómo se gestionarán esos riesgos para lograr los objetivos de calidad, la política de calidad debe declarar el compromiso de la organización de cumplir con los requisitos aplicables, incluidos los requisitos legales y reglamentarios, así como los requisitos del cliente.

- 3. Mejora continua.** - La política de calidad debe reflejar el compromiso de la organización con la mejora continua de su sistema de gestión de calidad y el rendimiento de la organización en

general. Esto puede incluir el establecimiento de objetivos de calidad medibles y la revisión periódica de la política para garantizar su relevancia y eficacia.

4. Comunicación interna y externa. - La política de calidad debe ser comunicada a todos los niveles de la organización, asegurando que todos los empleados comprendan su importancia y su relación con sus propias actividades y responsabilidades. Además, la política de calidad también puede ser comunicada a las partes interesadas externas, como clientes y proveedores, para demostrar el compromiso de la organización con la calidad; es importante destacar que la política de calidad debe ser apropiada para la organización y su contexto, y debe ser revisada y actualizada según sea necesario para garantizar su adecuación y eficacia, sin embargo, aquí se proporciona un ejemplo de política de calidad para Entel S.A., en calidad de sugerencia reiterando que la política de calidad debe adaptarse a las necesidades y características específicas de la organización.

2.9. Sección Propositiva

En el marco de la memoria profesional se presentan las siguientes propuestas de mejora en la comunicación efectiva en el contexto de servicio de atención al cliente de Entel S.A.

1. Desarrollo de programas de capacitación en habilidades de comunicación. - Se sugiere implementar programas de capacitación enfocados en el desarrollo de habilidades de comunicación efectiva para el personal de atención al cliente. Estos programas deben incluir entrenamiento en escucha activa, empatía, claridad en la transmisión de mensajes y adaptación del lenguaje al receptor.

2. Implementación de sistemas de seguimiento y retroalimentación. - Es fundamental establecer sistemas sólidos de seguimiento y retroalimentación de la comunicación con los clientes, se recomienda la implementación de encuestas periódicas para medir la satisfacción del cliente y recopilar comentarios sobre la calidad de la comunicación. Además, se pueden utilizar herramientas tecnológicas, como sistemas de gestión de relaciones con los clientes (CRM) para rastrear y analizar las interacciones con los clientes y brindar una atención personalizada.

3. Mejora en los tiempos de respuesta. - Se propone establecer metas y estándares claros en cuanto a los tiempos de respuesta y asegurar su cumplimiento consistente, esto implica agilizar los procesos internos, implementar sistemas de gestión de tickets eficientes y asignar personal adecuado para atender las consultas y solicitudes de los clientes de manera oportuna.

4. Personalización del servicio. - Se recomienda promover la personalización del servicio de atención al cliente, adaptando la comunicación a las preferencias y características individuales de cada cliente, esto se puede lograr utilizando sistemas CRM que permitan acceder a la información relevante de los clientes y utilizarla para brindar una atención más personalizada y contextualizada.

5. Fortalecimiento de la retroalimentación interna. - Es esencial fomentar una cultura de retroalimentación constante dentro de la empresa, se sugiere establecer canales y mecanismos de comunicación interna que permitan a los empleados compartir sus experiencias y conocimientos sobre la comunicación con los clientes, generando un ambiente de apertura y colaboración.

6. Monitoreo y mejora continua. - Se propone establecer indicadores de desempeño relacionados con la comunicación efectiva y realizar un monitoreo periódico, esto permitirá identificar áreas de mejora, medir el impacto de las intervenciones implementadas y realizar ajustes en función de los resultados obtenidos, asegurando así una mejora continua de la comunicación; la implementación de estas propuestas de mejora fortalecerá las relaciones con los clientes, mejorará la satisfacción del cliente y contribuirá al éxito general de la empresa de telecomunicaciones en términos de su servicio de atención al cliente.

2.10. Sección Conclusiva

El presente estudio sobre la comunicación efectiva en el servicio de atención al cliente de la empresa de telecomunicaciones permitió alcanzar los objetivos planteados, tanto el objetivo general como los objetivos específicos establecidos. A continuación, se presentan las conclusiones principales obtenidas a partir de este estudio:

El objetivo general de este estudio fue analizar y mejorar la comunicación efectiva en el servicio de atención al cliente. A través del análisis de datos de los Principios de cooperación de Grice, técnicas PNL y Norma ISO 9001:2015 en la declaración de misión, visión y valores/principios institucionales y los datos cuantitativos que son los resultados de la encuesta, se obtuvo una visión integral de la comunicación existente y sus áreas de mejora. Mediante la implementación de intervenciones específicas, se logró avanzar hacia una comunicación más efectiva y satisfactoria para los clientes.

Para cumplir con el objetivo 1 (Estudiar los fundamentos teóricos de los principios de la pragmática lingüística, la programación neurolingüística y los requisitos de la Norma ISO 9001:2015 relacionados con la comunicación efectiva en las organizaciones) se realizó una revisión de la literatura académica y de los estándares de la norma aludida, se analizó los principios de la pragmática lingüística; principalmente las máximas de Grice y otros principios de comunicación que tienen un aporte indispensable dentro de una organización porque facilitan la transmisión eficiente de información, promueven la colaboración y coordinación, respaldan la toma de decisiones informadas, fortalecen la cultura organizacional, facilitan la resolución de conflictos y mejoran las relaciones con los clientes. Una comunicación efectiva es clave para el éxito y el crecimiento de una organización en todos los niveles. De igual manera, los fundamentos de la programación neurolingüística incluyendo técnicas como el modelado, la calibración, la empatía, el anclaje, etc. tiene un impacto significativo en la vida individual de las personas, ayudándolas a mejorar su comunicación, superar patrones limitantes y alcanzar resultados deseados. En el contexto organizacional, la PNL contribuye al liderazgo efectivo, la gestión del cambio, el desarrollo de habilidades de ventas y negociación, y la gestión de equipos de trabajo.

Se investigaron los requisitos de la Norma ISO 9001:2015 relacionados con la comunicación efectiva en las organizaciones, trabajar con los estándares de la norma en el contexto del servicio de atención al cliente; ayuda a mejorar la calidad del servicio, enfocarse en la satisfacción del cliente, establecer procesos eficientes y consistentes, gestionar el riesgo y mejorar la imagen y reputación de la organización. Estos beneficios contribuyen a proporcionar una experiencia positiva y satisfactoria a los clientes y a construir relaciones duraderas con ellos.

Sobre el objetivo 2, (referido a diagnosticar la necesidad de comunicación efectiva en la Atención al Cliente de Entel S.A.) Se realizó un análisis FODA identificando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que recaen al interior y exterior de la organización, específicamente enfocado en la comunicación efectiva del servicio de Atención al Cliente de Entel S.A.; implicó entre otras actividades recomendar minimizar los efectos negativos de las debilidades y amenazas traducidos en tareas para la alta dirección.

En el objetivo 3 (Identificar los aspectos clave de la norma ISO 9001:2015 relacionados con la optimización de la comunicación efectiva en el servicio de atención al cliente de Entel S.A.)

Se llevó a cabo un análisis detallado de los requisitos de la norma aludida que están directamente relacionados con la comunicación efectiva en el servicio de atención al cliente que incluyen aspectos como el enfoque al cliente, la gestión de las comunicaciones internas y externas, y la mejora continua de los procesos de comunicación; tomando en cuenta replanteamientos comerciales que emanan de la alta dirección como la declaración de una política de calidad, indispensable para la creación y trabajo de un sistema de gestión de calidad.

En el objetivo 4 (Explorar los principios de la programación Neurolingüística y su relevancia en el contexto de la atención al cliente en Entel S.A.) se investigó los principios fundamentales de la programación neurolingüística y se analizó su aplicabilidad en el contexto de la atención al cliente en Entel S.A. empezando por la declaración de su misión, visión y valores, traducidos como parte de la cultura organizacional de esta empresa, siendo la carta de presentación a la sociedad que consume sus productos y servicios, esto incluye la comprensión de técnicas específicas de la PNL, como la empatía, la escucha activa y la persuasión, y ¿cómo? pueden mejorar la comunicación con los clientes y también el cliente interno, recordar que el buen trato con los clientes reditúa en ganancias e imagen positiva a la institución, he ahí la importancia de fortalecer al recurso humano con el conocimiento de nuevas técnicas de desarrollo y habilidades individual.

El objetivo 5 (Proponer una estrategia de comunicación efectiva con los principios de la pragmática lingüística, técnicas de programación neurolingüística y sistemas de Gestión de calidad de la Norma ISO 9001:2015 en la atención al cliente de Entel S.A.) se desarrolló una

estrategia integral de comunicación efectiva para la atención al cliente de Entel S.A. conformada por las disciplinas mencionadas, la primera como ciencia del lenguaje y las otras dos como herramientas eficaces que generan resultados positivos; ambas con mejora continua capaces de ser medibles, auditables; por su respectivo avance, sobre las funciones y responsabilidades que puedan ejercer personal de una organización; esta estrategia se basa en los resultados del análisis realizado en el FODA, en el análisis de integración de estrategia comunicación efectiva en la cultura organización y las nuevas propuestas trabajadas con la propuesta de integración. Al mismo tiempo se cree haber contribuido con el diseño de necesidades y características específicas de la atención al cliente de Entel S.A.

El objetivo 6 (Sugerir una guía para programas de capacitación, con la estrategia de comunicación efectiva propuesta para la atención al cliente) se elaboró una guía detallada para programas de capacitación en comunicación efectiva, basada en la propuesta integral, como estrategia de comunicación efectiva. La guía proporcionará pautas y recursos para desarrollar habilidades de comunicación interpersonal, como la empatía, la escucha activa y la persuasión, entre otros. Se incluirán actividades prácticas, ejemplos y herramientas de evaluación para asegurar una implementación efectiva de la estrategia de comunicación propuesta.

El último objetivo (Utilizar herramientas de programación neurolingüística para desarrollar habilidades de comunicación interpersonal, como la empatía, la escucha activa y la persuasión, entre otros) ha sido pensado para dar a conocer una herramienta casi nueva, siendo uno de sus creadores un lingüista llamado John Grinder, en la década de 1970, junto con Richard Bandler; ambos desarrollaron la PNL, un enfoque que combina la comunicación, la psicología y la programación neurológica para comprender y mejorar la forma en que las personas piensan, se comunican y se comportan las personas. Se emplearon diversas herramientas de programación neurolingüística para desarrollar habilidades de comunicación interpersonal en el departamento de Atención al Cliente de Entel S.A. Estas herramientas han incluido técnicas prácticas para mejorar la empatía, la escucha activa y la persuasión, se realizaron entrenamientos y prácticas específicas para que los empleados adquieran y fortalezcan sus habilidades, lo que les permitió comunicarse de manera más efectiva con los clientes y brindar un mejor servicio.

Se propuso recomendaciones de mejora, con base en los hallazgos del estudio, se formularon recomendaciones específicas para mejorar la comunicación efectiva en el servicio de atención al cliente. Dentro las recomendaciones que se incluyeron sobre programas de capacitación en habilidades de comunicación, la implementación de sistemas de seguimiento y retroalimentación, la mejora en los tiempos de respuesta, la personalización del servicio, el fortalecimiento de la retroalimentación interna y el establecimiento de un enfoque de mejora continua; se encuentra el seguimiento a las mismas e identificar cambio de conductas positivas, al mismo tiempo de señalar a la alta dirección que la capacitación de horas hombre, es un factor determinante en el éxito de una organización.

Finalmente, este estudio demostró la importancia de la comunicación efectiva en el servicio de atención al cliente de la empresa de telecomunicaciones. La implementación de las recomendaciones propuestas permitirá abordar los desafíos identificados y mejorar la calidad de la comunicación con los clientes. Se espera que estas mejoras conduzcan a una mayor satisfacción del cliente, una mejor percepción de la empresa y una mejora en los resultados comerciales, es fundamental destacar que la comunicación efectiva es un proceso continuo y dinámico, que requiere un compromiso constante por parte de la empresa y de su personal de atención al cliente.

La retroalimentación de los clientes, el monitoreo de indicadores clave y la adaptación a las necesidades cambiantes del mercado son elementos esenciales para mantener y mejorar la comunicación efectiva a lo largo del tiempo; la implementación de las recomendaciones propuestas permitirá a la empresa o institución; fortalecer sus relaciones con los clientes, generar una ventaja competitiva y alcanzar mayores niveles de éxito en el mercado de las telecomunicaciones.

Entre muchas preguntas por responder, se hace menester plantear:

¿Cómo se puede promover una cultura de retroalimentación constante dentro de la empresa?

Para promover una cultura de retroalimentación constante dentro de la empresa y fomentar la comunicación efectiva, se pueden seguir las siguientes estrategias:

1. Establecer canales de comunicación abiertos. - Es importante crear canales de comunicación fluidos y accesibles en todos los niveles de la empresa. Esto puede incluir reuniones periódicas, tanto individuales como en grupo, donde los empleados tengan la oportunidad de expresar sus ideas, opiniones y sugerencias. Además, se pueden utilizar herramientas digitales, como plataformas de colaboración interna o correos electrónicos, para facilitar la comunicación y el intercambio de información.

2. Fomentar la retroalimentación constructiva. - Es fundamental fomentar una cultura en la que la retroalimentación se perciba como una oportunidad de crecimiento y mejora, en lugar de una crítica negativa. Los líderes y gerentes deben brindar retroalimentación constructiva y alentadora, destacando tanto los aspectos positivos como las áreas de mejora. Asimismo, se debe promover entre los empleados la práctica de dar retroalimentación de manera respetuosa y constructiva entre ellos.

3. Establecer procesos formales de retroalimentación. - Además de la retroalimentación informal, es recomendable establecer procesos formales de retroalimentación, como evaluaciones de desempeño regulares o encuestas de clima laboral. Estas instancias brindan una estructura para recopilar comentarios y evaluar el rendimiento individual y colectivo. Es importante que estos procesos sean transparentes, justos y que se les dé seguimiento con acciones concretas.

4. Reconocer y valorar la retroalimentación. - Se debe reconocer y valorar la retroalimentación brindada por los empleados. Esto puede incluir reconocimientos públicos, premios o incentivos para aquellos que contribuyan con ideas y sugerencias que generen mejoras significativas. Este reconocimiento promoverá una mayor participación y motivará a los empleados a seguir compartiendo su retroalimentación de manera activa.

5. Crear espacios de colaboración y aprendizaje. - Promover la colaboración y el aprendizaje en equipo es fundamental para fomentar la retroalimentación constante. Se pueden organizar sesiones de capacitación, talleres o grupos de trabajo en los que los empleados tengan la oportunidad de compartir conocimientos, experiencias y retroalimentación. Estos espacios permiten el intercambio de ideas y el fortalecimiento de las habilidades de comunicación.

6. Alinear la retroalimentación con los objetivos organizacionales. - Es importante que la retroalimentación esté alineada con los objetivos y valores de la empresa. Esto implica establecer una visión clara y comunicarla a todos los empleados, de manera que la retroalimentación se enfoque en el logro de esos objetivos y la mejora continua de los procesos y resultados.

Al implementar estas estrategias, se fomenta una cultura de retroalimentación constante en la institución donde los empleados se sientan seguros y motivados para compartir sus ideas y contribuir al crecimiento y éxito de la organización.

2.11. Referencias bibliográficas

- Austin, J. L. (1962). *How To Things with Words*. Oxford.
- Bandler, R. (1975). *Estructura de la Magia I*.
- Brown, P., & Levinson, S. (1987). *Politeness: Some Universals in Language Usage*.
- Clark, H. H. (1996). *Using Language*.
- Diccionario de la lengua española. (2014). Madrid.
- Dijk, V. T. (2009). *Pragmatics of Discourse*.
- Draft International Standard ISO/FDIS 9001, D. (2015). www.iso.org/directives. Obtenido de www.iso.org/directives.
- Escandell, M. V. (1996). *Introducción a la Pragmática*.
- Española, R. A., & Diccionario de la lengua española. (2014). *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Real Academia Española.
- Geoffrey, L. (1983). *Principles of Pragmatics*.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*.
- Grice, P. H. (1970). *Studies in the Way of Words*. Harvard University Press 1989.
- Grice, P. H. (1975). *Logic and C*.
- H, P. G. (1975). Syntax and Semantics II. *Speech Acts*.
- Harris, C. (2002). *Los Elementos de la PNL*. Madrid.
- International Standard ISO/FDIS 9001, F. D. (2015). *Norma ISO 9001:2015*.
- Leech, G. (1983). *Principles of Pragmatics*.
- McDermott, I., & O'Connor, J. (1996). PNL para Directivos. *La tecnología del éxito aplicada a la empresa*. Urano.

McDermott, I., & O'Connor, J. (1996). PNL para Directivos. *La tecnología del éxito aplicada a la empresa.*

Paul, H. G. (1975). *Syntax and Semantics II: Speech Acts.* (H. G. P, Ed.) Cole.

Savater, R. P. (2005). *La ira es una reacción humana.* Lima: Racsus. Obtenido de

<https://www.goratools.com/post/2016/12/07/filosof%C3%ADa-del-dise%C3%B1o-sismorre-sistente>

Searle, J. (s.f.). *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language.* 1969.

2.12. Anexos

2.12.1. Cuestionario dirigido a clientes Entel S.A.

(septiembre 2023)

1. Por favor, califique del 1 al 5 (donde 1 es muy insatisfecho y 5 es muy satisfecho) La claridad de la comunicación que ha experimentado al interactuar con nuestro servicio de atención al cliente de Entel S.A.

- 1 (Muy insatisfecho)
- 2 (Insatisfecho)
- 3 (Neutral)
- 4 (Satisfecho)
- 5 (Muy satisfecho)

2. ¿Siente que nuestros representantes de atención al cliente son empáticos y atentos a sus necesidades? (Sí/No)

3. ¿Ha experimentado dificultades en la comunicación con nuestro servicio de atención al cliente? (Sí/No)

4. ¿Ha notado mejoras en la comunicación y el servicio de atención al cliente de Entel S.A. en los últimos meses? (Sí/No)

3. ¿Cómo describiría la resolución de problemas por parte de nuestro servicio de atención al cliente? (Ejemplo: eficiente, lenta, efectiva, ineficaz, etc.)

2.12.2. Cuestionario, dirigido a Agentes de atención al cliente de Entel S.A.

(septiembre 2023)

1. ¿Sientes que te llevas bien con nuestros clientes y puedes entender sus necesidades? (Sí/No)

2. ¿Alguna vez has sentido que la comunicación con los clientes fue complicada o difícil de entender? (Sí/No)

- Si respondiste "Sí", ¿puedes decirnos en qué situaciones y qué hiciste al respecto?

3. ¿Cómo te esfuerzas por asegurarte de que los clientes se sientan satisfechos con la atención que les brindas? (Respuesta breve)

4. ¿Crees que hemos mejorado en la forma en que nos comunicamos con los clientes en los últimos meses? (Sí/No)

- Si respondes "Sí", ¿qué cambios o mejoras has notado?

5. ¿Has participado en alguna capacitación o formación relacionada con la comunicación con los clientes? (Sí/No)

- Si respondes "Sí", ¿puedes decirnos en qué consistió esa capacitación y si te ayudó en tu trabajo?

Área III.

Análisis de la experiencia profesional

3.1. Pertinencia de la Malla Curricular con la Experiencia Profesional.

Mi formación dentro de la carrera de Lingüística y Castellano fue fundamental, demostró una gran pertinencia en relación a mi experiencia laboral, la malla curricular de la carrera facilitó una base sólida de conocimientos teóricos y habilidades prácticas que apliqué directamente en mi trayectoria profesional; propiamente las etimologías de las palabras, aprendizaje adquirido en materias de latín y taller de lenguaje I. de igual manera, pertenecer al equipo de lexicografía, liderado por el Lic. Coello, en su momento, incrementó y reforzó mi competencia lingüística, además de equiparar la parte semántica, sin dejar de mencionar la riqueza lexical adquirida en su momento. Uno de los elementos clave de la malla curricular es el estudio en profundidad del lenguaje y su estructura; a través de cursos como fonética, morfología, sintaxis y semántica, alcancé un profundo conocimiento de cómo funciona el lenguaje y cómo se construyen los significados. Esta comprensión fue sustancial en mi experiencia profesional, porque me accedí a analizar y resolver problemas lingüísticos, como la redacción y edición de textos, la corrección de estilo dentro de los contextos formales, saber las alternancias estilísticas dentro de la lingüística; me ayudó a acceder a establecer una sintonía con mis interlocutores y lograr una comunicación efectiva.

La malla curricular contempló cursos que abordaban la enseñanza del castellano como lengua extranjera. Estos cursos fueron de gran relevancia en mi experiencia profesional, porque puse en práctica la actividad de docente de español para extranjeros en ambientes privados (como Entel S.A. en su faceta de institución privada). Los conocimientos adquiridos en la carrera fueron indispensables para la utilización de herramientas en el diseño de planes de clases, evaluar el progreso de los estudiantes y adaptar la enseñanza a las necesidades individuales de cada estudiante, otro aspecto pertinente de la malla curricular fue la inclusión de cursos relacionados con la sociolingüística y la variación lingüística; estos cursos proporcionaron comprensión, es decir; cómo el lenguaje se adapta y varía en diferentes contextos sociales y culturales. Esta inclusión fue especialmente relevante en mi experiencia profesional, cuando me encontré en contextos laborales con entornos multiculturales, donde pude adaptar mi comunicación y la enseñanza a las necesidades y características de cada grupo de personas.

La malla curricular de la carrera de Lingüística y Castellano fue altamente pertinente en relación a mi experiencia profesional. Los conocimientos teóricos adquiridos, junto con las habilidades prácticas desarrolladas; fueron aplicables directamente en mi desempeño laboral, la comprensión profunda del lenguaje, la enseñanza del castellano como lengua extranjera, la sociolingüística, la redacción y edición, entre otros aspectos; han sido fundamentales para mi desempeño profesional y han contribuido a mi éxito en el campo laboral, la carrera de Lingüística y Castellano me brindó una base sólida, referida al conocimiento de la lingüística como ciencia, lo cual me permitió gozar de una cierta versatilidad en diferentes roles y desafíos dentro del ámbito lingüístico y comunicacional, la pertinencia de la malla curricular se reflejó en mi capacidad para aplicar los conocimientos y habilidades adquiridos en situaciones reales de trabajo, demostrando así la calidad y relevancia de la formación recibida en esta carrera.

3.2. Aprendizaje en el Proceso de la Actividad profesional.

Durante mi experiencia profesional, tuve la oportunidad de interactuar con extranjeros italianos del grupo Telecom Italia en el campo de las telecomunicaciones. Esta colaboración contribuyó en la adquisición valiosa del aprendizaje sobre diferentes aspectos relacionados con mi actividad laboral. A continuación, destacaré los elementos clave que influyeron en mi proceso de aprendizaje:

Interacción con Ejecutivos Italianos

Trabajar con colegas extranjeros italianos me brindó una perspectiva única sobre las prácticas laborales y culturales de Telecom Italia. De la que Entel S.A. era parte. A través de la comunicación y la colaboración diaria, pude apreciar las diferencias y similitudes en los enfoques de trabajo, estilos de comunicación y toma de decisiones. Esta interacción me enseñó la importancia de la adaptabilidad y la apertura para trabajar de manera efectiva en un entorno multicultural, donde el respeto por el colega era la carta de presentación de uno. Era primordial tener una comunicación efectiva, puedo decir que los principios de cooperación Grice eran respetados en su pleno sentido.

Metodologías de trabajo y sistemas de gestión de calidad

La experiencia laboral, puso de manifiesto la familiarización con las metodologías de trabajo utilizadas por el grupo Telecom Italia, que incluían sistemas de gestión de calidad y enfoques similares. Participé en la

implementación de procesos estructurados, la mejora continua y el aseguramiento de la calidad en los proyectos como tercerización de servicios de agentes de atención al cliente, servicio de cajeros tiendas Entel. S.A., servicio técnico, etc. Estas actividades consolidaron mi aprendizaje respecto de comprender la importancia de la eficiencia, la estandarización, la atención al detalle en el entorno laboral, respeto a las cadenas de valor dentro del área comercial, coordinación de los objetivos de cada área enfocados en el objetivo macro de la institución, cuidar la boca del negocio y establecer sinergias para alcanzar los mejores resultados.

Conocimiento de la cultura laboral

Al iniciar una experiencia laboral, es necesario contar con:

- Una cultura laboral sólida
- Tener la capacidad de entender que uno presta servicio cuando es un profesional calificado, donde su versatilidad y conocimientos están en prueba por tres meses, previa contratación final.
- Considerar que UNO es su primer cliente, y todo lo que se hace y se dice, debe estar enfocado a satisfacerse a sí mismo. Reconocido este aspecto, la prestación y el buen trato en cualquier ámbito, contexto y persona, estará garantizado.

Mi experiencia laboral inicial carecía de este requisito específico sobre la cultura organizacional de Entel S.A. que era la misma del grupo de Telecom Italia. A medida que me integraba en el equipo, busqué activamente aprender sobre los valores, las normas y las expectativas laborales en el entorno italiano. Esto incluyó comprender la importancia de las relaciones laborales, la puntualidad, la jerarquía y la comunicación directa, la empatía, la cortesía, etc. Este aprendizaje permitió adaptarme de manera más efectiva y trabajar de manera colaborativa con mis colegas italianos.

Sistemas de inducción para el desempeño laboral

Durante mi incorporación al equipo, tuve la oportunidad de participar en sistemas de inducción bien estructurados. Estos programas de incorporación me brindaron información y capacitación sobre los procesos internos, los valores organizacionales y las expectativas de desempeño. Esta experiencia me enseñó también, la importancia de un adecuado proceso de inducción para facilitar la integración y el rendimiento laboral óptimo, proceso que me faltó conocer de mi alma mater (Mi UMSA)

En general, mi experiencia de interacción con los ejecutivos italianos de Telecom Italia y el conocimiento de metodologías de trabajo, cultura laboral (trabajo en equipo) y sistemas de inducción me proporcionó un valioso aprendizaje en el ámbito profesional. Estos elementos me

permitieron desarrollar habilidades interculturales, comprender la importancia de la calidad y eficiencia en el trabajo, la ética y adaptarme de manera efectiva a un entorno laboral diverso.

3.3. Sugerencias para mejorar la Formación Profesional en Lingüística e Idiomas

Pensando en la mejora continua de la formación profesional en la carrera de Lingüística e Idiomas, en su rol de institución de servicio a la sociedad y al estado y teniendo presente el concepto de atención al cliente, es importante saber ¿cómo es el ser humano, ahora? El ser humano en la actualidad puede ser definido en diversos términos, porque somos una especie compleja y multifacética. A continuación, se presentan algunas características que podrían describir al ser humano de la actualidad:

1. Ser social y conectado. - Los seres humanos de hoy en día están altamente conectados entre sí a través de la tecnología y las redes sociales. Estamos inmersos en una sociedad globalizada y digital en la que la comunicación y la interacción social son parte fundamental de nuestras vidas.
2. Tecnológicamente dependiente. - El ser humano actual depende cada vez más de la tecnología en diversas áreas de la vida cotidiana. Utilizamos dispositivos electrónicos, como teléfonos inteligentes y computadoras, para comunicarnos, obtener información, realizar tareas y entretenernos.
3. Consciente del impacto ambiental. - La conciencia sobre el impacto humano en el medio ambiente ha crecido significativamente en los últimos años. Existe una mayor preocupación por la sostenibilidad, la conservación de recursos y la adopción de prácticas más respetuosas con el entorno natural.
4. Multicultural y globalizado. - La sociedad actual se caracteriza por la diversidad cultural y la interacción entre diferentes grupos étnicos, religiones y tradiciones. Los seres humanos de hoy en día tienen la capacidad de comunicarse y colaborar a nivel global, lo que ha generado una mayor interconexión y comprensión de otras culturas.

5. En constante cambio y adaptación. - La velocidad del cambio tecnológico, social y económico ha aumentado significativamente en las últimas décadas. Los seres humanos actuales deben ser flexibles y capaces de adaptarse rápidamente a nuevas situaciones, aprender nuevas habilidades y enfrentar desafíos en un entorno en constante evolución.
6. Consciente de la salud y el bienestar. - Existe una mayor conciencia sobre la importancia de la salud física y mental, así como del bienestar emocional. Las personas buscan un equilibrio entre el trabajo y la vida personal, así como prácticas para mantener una vida saludable y activa.

Es importante tener en cuenta que estas características representan generalizaciones y que cada individuo es único. La definición del ser humano en la actualidad puede variar dependiendo del contexto cultural, social y personal. Sin embargo, estas también son las posibles características de nuestro cliente, en términos comerciales y en su rol de estudiante universitario; como resultado de una formación en una facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación los estudiantes podrían desarrollar las siguientes características en cuanto al trato con las personas en las interacciones con la sociedad, en sus hogares, en sus fuentes laborales o en la universidad:

1. Empatía. - La formación en humanidades y ciencias de la educación puede fomentar la empatía en los estudiantes. A través del estudio de disciplinas como la psicología, la sociología y la pedagogía, los estudiantes pueden aprender a comprender y ponerse en el lugar de los demás, desarrollando una sensibilidad hacia las necesidades, emociones y experiencias de las personas con las que interactúan.
2. Escucha activa. - La formación en comunicación y educación puede enseñar a los estudiantes la importancia de la escucha activa. Aprenderán a prestar atención de manera consciente y respetuosa a los demás, a comprender sus mensajes y a responder de manera adecuada y efectiva.
3. Comunicación efectiva. - Los estudiantes de humanidades y ciencias de la educación pueden adquirir habilidades en comunicación verbal y no verbal. Aprenderán a

expresarse de manera clara, coherente y respetuosa, adaptando su comunicación a las necesidades y características de las personas con las que interactúan.

4. Tolerancia y respeto. - La formación en humanidades promueve el respeto por la diversidad y la tolerancia hacia las diferencias individuales y culturales. Los estudiantes pueden desarrollar una actitud abierta y respetuosa hacia los demás, valorando la diversidad de opiniones, creencias y experiencias.
5. Pensamiento crítico. - La formación en humanidades y ciencias de la educación puede fomentar el pensamiento crítico en los estudiantes, capacitándolos para analizar y evaluar diferentes perspectivas y puntos de vista. Esto les permite desarrollar una actitud reflexiva y crítica hacia sus propias ideas y acciones, así como hacia las de los demás.

Orientación hacia el bienestar y el desarrollo humano. - La formación en ciencias de la educación puede enfatizar el bienestar y el desarrollo humano en todas sus dimensiones. Los estudiantes pueden adquirir conocimientos y habilidades para promover el crecimiento personal, la salud mental y emocional, y el desarrollo integral de las personas con las que interactúan.

Es importante tener en cuenta que estas características son resultado de una formación académica, pero también se ven influenciadas por la personalidad y experiencias individuales de cada estudiante. Además, estas características pueden seguir desarrollándose y fortaleciéndose a lo largo de la vida profesional y personal de cada individuo.

En estos tiempos, los lingüistas de hoy y futuros lingüistas de la mención castellana pueden enfrentar un cambio de paradigma en varias áreas, surgiendo la necesidad de cubrir la falta de conocimiento de algunos temas que pueden ser posibles desafíos en la carrera (como también no) para implementarlos. Esta circunstancia se convierte en una oportunidad de actualización de contenidos académicos, en términos comerciales se amplía el portafolio de productos y servicios de la carrera, de cara a la sociedad y estado, inclusive tendría un alcance como servicio de terceros dentro su malla académica.

Considerar algunos aspectos clave que podrían influir:

1. Tecnologías del lenguaje y procesamiento de datos. - El auge de las tecnologías del lenguaje, como la inteligencia artificial y el procesamiento del lenguaje natural, ha generado nuevas oportunidades y desafíos para los lingüistas del español. Estos profesionales deben familiarizarse con las herramientas y técnicas utilizadas en el procesamiento automatizado del lenguaje, así como en la recopilación y el análisis de grandes volúmenes de datos lingüísticos. Esto implica un cambio hacia un enfoque más orientado a la tecnología y la colaboración con expertos en informática y ciencia de datos.

Algunas tareas:

a. Investigar y evaluar herramientas y técnicas de procesamiento del lenguaje natural específicas para el español.
b. Desarrollar algoritmos y modelos de reconocimiento de voz para mejorar la precisión en el reconocimiento del español.
c. Recopilar y anotar corpus de voz en español para entrenar modelos de reconocimiento de voz.
d. Participar en competiciones o desafíos de procesamiento del lenguaje natural en español para mejorar las técnicas y los resultados.

2. Comunicación digital y redes sociales. - La creciente influencia de las redes sociales y la comunicación digital ha transformado la forma en que las personas se expresan y se comunican en línea. Los lingüistas del español deben estar atentos a los cambios en las prácticas de comunicación en línea, así como a las nuevas formas de interacción y uso del lenguaje en plataformas digitales. Esto puede implicar el estudio de la variación lingüística en los contextos digitales y cómo se construye el significado en estas interacciones.

Algunas Tareas:

a. Analizar la variación lingüística en las interacciones en redes sociales en español y cómo influye en la construcción del significado.
b. Investigar y documentar las prácticas de comunicación en línea específicas del español en diferentes plataformas y comunidades en línea.
c. Desarrollar pautas y recomendaciones para una comunicación efectiva y respetuosa en redes sociales en

español.

d. Estudiar el impacto de las redes sociales en la difusión de información y la formación de opiniones en la sociedad de habla hispana.

3. Educación en línea y aprendizaje autónomo (la Universidad ya lo ejecuta). - La educación en línea y el aprendizaje autónomo han experimentado un crecimiento significativo, especialmente en el contexto de la pandemia de COVID-19. Los lingüistas del español pueden enfrentar el desafío de adaptar sus métodos de enseñanza y recursos educativos al entorno digital, utilizando herramientas interactivas, plataformas de aprendizaje en línea y tecnologías de evaluación automatizada del lenguaje. Además, deben considerar cómo facilitar el aprendizaje autónomo y el acceso a recursos lingüísticos en línea para los estudiantes de español.

Algunas tareas:

a. Diseñar y desarrollar recursos educativos interactivos en línea para enseñar español como lengua extranjera.

b. Evaluar y seleccionar plataformas y herramientas de aprendizaje en línea que sean adecuadas para la enseñanza del español.

c. Investigar y aplicar técnicas de evaluación automatizada del lenguaje para proporcionar retroalimentación instantánea a los estudiantes de español.

d. Crear materiales de aprendizaje autónomo en línea, como tutoriales, ejercicios interactivos y actividades de práctica.

4. Inclusión y diversidad lingüística. - El reconocimiento y la valoración de la diversidad lingüística y cultural son cada vez más importantes en la sociedad actual. Los lingüistas del español pueden desempeñar un papel crucial en la promoción de una visión inclusiva y respetuosa de las variedades regionales, sociales y culturales del español. Esto incluye considerar las normas y usos lingüísticos en diferentes contextos y promover una comunicación intercultural efectiva.

Algunas tareas:

a. Investigar las variedades regionales y sociales del español y documentar sus características lingüísticas distintivas.

b. Desarrollar recursos y materiales que reflejen la diversidad lingüística y cultural dentro del mundo

hispanohablante.
c. Colaborar con comunidades de habla hispana para preservar y promover las variedades minoritarias del español.
d. Sensibilizar sobre la importancia de la diversidad lingüística y fomentar una actitud de respeto y valoración hacia todas las variedades del español

5. Ética y privacidad en el procesamiento del lenguaje. - El procesamiento del lenguaje natural y otras tecnologías del lenguaje plantean preocupaciones éticas y de privacidad en relación con la recopilación y el uso de datos lingüísticos. Los lingüistas del español deben tener en cuenta estas consideraciones éticas y trabajar en el desarrollo de prácticas y políticas responsables en el manejo de datos lingüísticos, el consentimiento informado y la protección de la privacidad.

Algunas tareas:

a. Investigar y analizar los aspectos éticos y de privacidad relacionados con la recopilación y el uso de datos lingüísticos en tecnologías del lenguaje.
b. Participar en la elaboración de políticas y prácticas responsables para el manejo de datos lingüísticos, incluyendo el consentimiento informado y la anonimización o desidentificación de datos.
c. Colaborar con expertos en ética de la inteligencia artificial para abordar los desafíos éticos específicos en el procesamiento del lenguaje.
d. Educar y concienciar a la comunidad de habla hispana sobre los aspectos éticos y de privacidad en el uso de tecnologías del lenguaje.

Las tareas sugeridas representan solo algunas de las posibilidades dentro de cada área. Los lingüistas de la mención pueden adaptar y ampliar estas tareas según sus intereses y habilidades específicas, así como en función de las necesidades y demandas actuales del campo de las tecnologías del lenguaje. El cambio de paradigma para los lingüistas de la mención los llamados a proponer en estos tiempos mayor integración de la tecnología, un enfoque en la comunicación digital, la adaptación a la educación en línea, la promoción de la diversidad lingüística, la consideración de la ética y la privacidad, y una mentalidad de aprendizaje continuo para mantenerse actualizados en un entorno en constante evolución; por último, se pone a consideración de la mención lingüística castellano, un poema construido con las sinergias pragmática lingüística, programación neurolingüística y fundamentos de la norma ISO 9001:2015, en prosa y con rima a manera de ejercicio.

Poema a la Comunicación Efectiva y la Lingüística Castellana
(en el sentido de entender el poder de las palabras y cuidar de ellas)

En la nación, unión de voces y razón,
Lingüistas mención castellana nos alzamos con pasión.
Con pragmática y sentido, comunicación efectiva,
Forjamos la palabra, poder que nos motiva.

En cada verso, en cada palabra que fluye,
El principio de Grice, nuestra guía continúa.
Relevancia y veracidad, la calidad nos acompaña,
Transmitiendo el mensaje, con claridad que emana.

Con programación neurolingüística en nuestra voz,
Modelamos el lenguaje, creando unión y armonía veloz.
La norma ISO 9001:2015 nos guía con su excelencia,
Garantizando estándares de calidad en nuestra experiencia.

¡Oh, lingüistas mención castellana, en cooperación y verdad,
¡Elevemos nuestras voces, con respeto y lealtad!
Con la lengua materna, un lazo que nos une,
Construyamos puentes, en cada palabra que fluye.

En las sílabas que riman, nuestras voces se entrelazan,
Como versos armoniosos, la unidad se abraza.
Con fonemas y morfemas, construimos el sentimiento,
Un himno de lingüística, en cada pensamiento.