

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

“La comunicación interpersonal entre el agente de servicio y el pasajero de una aerolínea en el Aeropuerto Internacional La Aurora”

Trabajo de tesis presentado por:

Diana Lucía Avelar Cortez

Previo a optar al Título de:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesora de Tesis:

Doctora Lesvia Morales

Guatemala, octubre 2014

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Consejo Directivo

Director

Lic. Julio E. Sebastián Ch.

Representante Docentes

Licda. Amanda Ballina

Lic. Victor Carías

Representantes Estudiantiles

Néstor Aníbal De León Velásquez

José Jonathan Girón Ticurú

Representantes Egresados

Lic. Johnny Michael González Batres

Secretaria

M. Sc. Claudia Xiomara Molina

Tribunal Examinador

Dra. Lesvia Morales, presidenta

M.A. María del Rosario Estrada, revisora

Lic. Mario Campos, revisor

M.A. Otto Yela, examinador



Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 11 de mayo de 2012
Dictamen aprobación 63-12
Comisión de Tesis

Estudiante

Diana Lucía Avelar Cortez

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante **Avelar**:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el inciso 1.3 del punto 1 del acta 07-2012 de sesión celebrada el 11 de mayo de 2012 que literalmente dice:

1.3 Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar al (a la) estudiante Diana Lucía Avelar Cortez, carné 200780042, el proyecto de tesis: LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL ENTRE EL PASAJERO Y EL AGENTE DE SERVICIO AL PASAJERO DE UNA AEROLÍNEA INTERNACIONAL EN EL AEROPUERTO LA AURORA. B) Nombrar como asesor(a) a: Doctora Lesvia Morales.

Asimismo, se le recomienda tomar en consideración el artículo número 5 del REGLAMENTO PARA LA REALIZACIÓN DE TESIS, que literalmente dice:

...“se perderá la asesoría y deberá iniciar un nuevo trámite, cuando el estudiante decida cambiar de tema o tenga un año de habersele aprobado el proyecto de tesis y no haya concluido con la investigación.” (lo subrayado es propio).

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: Comisión de Tesis
AM/Eunice S.



Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 09 de julio de 2013
Comité Revisor/ NR
Ref. CT-Akmg 35-2013

Estudiante

Diana Lucía Avelar Cortez

Carné **200780042**

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12.

Estimado(a) estudiante **Avelar**:

De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que esta comisión nombró al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar sobre su tesis: LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL ENTRE EL PASAJERO Y EL AGENTE DE SERVICIO AL PASAJERO DE UNA AEROLÍNEA INTERNACIONAL EN EL AEROPUERTO INTERNACIONAL "LA AURORA".

Dicho comité debe rendir su dictamen en un plazo no mayor de 15 días calendario a partir de la fecha de recepción y está integrado por los siguientes profesionales:

Dra. Lesvia Morales, presidente(a).
M.A. María del Rosario Estrada, revisor(a)
Lic. Mario Campos, revisor(a).

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS



M.A. Aracelly Mérida
M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis

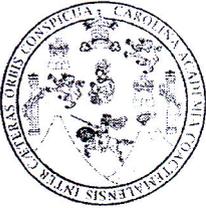
Lic. Julio E. Sebastián Ch.
Lic. Julio E. Sebastián Ch.
Director ECC



Copia: comité revisor. Adjunto 2 fotocopias del informe final de tesis y respectiva boleta de evaluación.

Larissa
Archivo.

AM/JESCH/Eunice S.



Autorización por comité revisor informe final

Guatemala, 8 de agosto de 2014

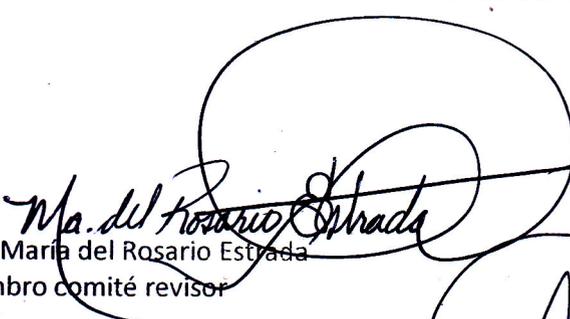
M.A.
Aracelly Mérida
Corrdinadora Comisión de Tesis
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio Bienestar Estudiantil, 2do. Nivel.
Ciudad Universitaria, zona 12.

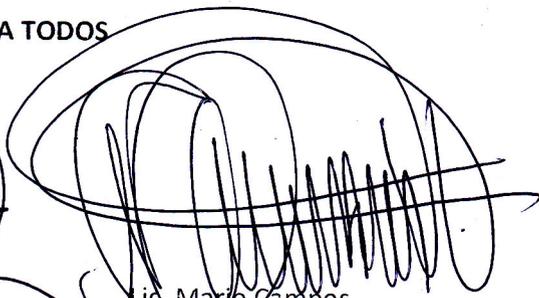
Estimada M.A. Mérida:

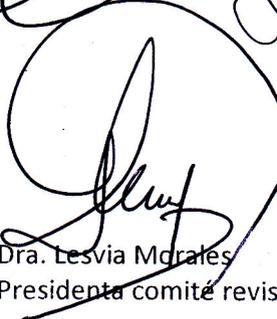
Atentamente informamos a usted que la estudiante Diana Lucia Avelar Cortez, carné 200780042, ha realizado las correcciones y recomendaciones a su trabajo de investigación, cuyo título final es LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL ENTRE EL PASAJERO Y EL AGENTE DE SERVICIO AL PASAJERO DE UNA AEROLÍNEA INTERTNACIONAL EN EL AEROPUERTO INTERNACIONAL "LA AURORA".

En virtud de lo anterior, se emite DICTAMEN FAVORABLE a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.

ID Y ENSEÑAD A TODOS


M.A. María del Rosario Estrada
Miembro comité revisor


Lic. Mario Campos
Miembro comité revisor


Dra. Lesvia Mgrales
Presidenta comité revisor



Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 03 de septiembre de 2014.
Tribunal Examinador de Tesis/N.R.
Ref. CT-Akmg- No. 82-2014

Estudiante
Diana Lucia Avelar Cortez
Carné **200780042**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Avelar**:

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL ENTRE EL PASAJERO Y EL AGENTE DE SERVICIO AL PASAJERO DE UNA AEROLÍNEA INTERNACIONAL EN EL AEROPUERTO INTERNACIONAL "LA AURORA", siendo ellos:

Dra. Lesvia Morales, presidente(a)
M.A. María del Rosario Estrada, revisor(a)
Lic. Mario Campos, revisor(a)
M.A. Donaldo Vásquez, examinador(a).
M.A. Otto Yela, examinador(a).
M.A. Wangner Diaz, suplente

Por lo anterior, apreciaremos se presente a la Secretaria del Edificio M-2 para que se le informe de su fecha de examen privado.

Deseándole éxitos en esta fase de su formación académica, nos suscribimos.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


M.A. Aracely Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis




Lic. Julio E. Sebastian Ch.
Director ECC



Copia Larissa.
Archivo
AM/JESCH/IEunice S



Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 22 de octubre de 2014.
Orden de impresión/NR
Ref. CT-Akmg- No. 89-2014

Estudiante
Diana Lucia Avelar Cortez
Carné **200780042**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Avelar**:

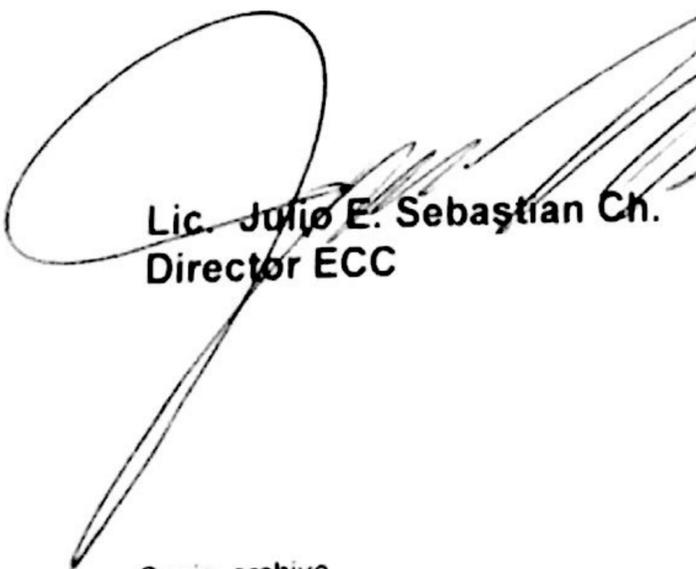
Nos complace informarle que con base a la **autorización de informe final de tesis por asesor**, con el título: LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL ENTRE EL AGENTE DE SERVICIO Y EL PASAJERO DE UNA AEROLÍNEA EN EL AEROPUERTO INTERNACIONAL "LA AURORA", se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que sean entregados un ejemplar impreso y un disco compacto en formato PDF, en la Biblioteca Central de esta universidad; seis ejemplares y dos discos compactos en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y nueve ejemplares en la Secretaria General de esta unidad académica ubicada en el 2º. nivel del Edificio M-2.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado de esta Escuela, que cuenta con todas las calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


Lic. Julio E. Sebastián Ch.
Director ECC




M.A. Aracely Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia archivo
AM/JESCH/Eunice S.

Para efectos legales, únicamente
el autores es responsable del
contenido de este trabajo.

DEDICATORIA

A mis padres: César Atilio Avelar Rivas y Corina Cortez de Avelar por el esfuerzo que realizaron al educarme y enseñarme a ser una mujer de bien, gracias a su ejemplo y amor.

AGRADECIMIENTOS

- A DIOS: Por ser la única fuente de vida y sabiduría.
- A MIS PADRES: César Atilio Avelar Rivas, por sus cuidados, buenos valores y ser un ejemplo de dedicación a la familia.
- Corina Cortez Saravia de Avelar, por ser inspiración de entrega, esfuerzo y amor incondicional.
- A MIS HERMANOS: César Avelar Cortez y Daniel Eduardo Avelar Cortez, por su gran apoyo y compañía.
- A MI NOVIO: Ingeniero Ronald Murga, por su amor, respeto y apoyo.
- A MI ASESORA: Dra. Lesvia Morales, por su esfuerzo y dedicación.
- A MI FAMILIA Y AMIGOS: Porque cada uno ha brindado un aporte para mi crecimiento personal.
- A LA UNIVERSIDAD: Por la formación académica y de responsabilidad social recibida.

Resumen

✓ Título:

La comunicación interpersonal entre el agente de servicio y el pasajero de una aerolínea en el Aeropuerto Internacional "La Aurora".

✓ Autora:

Diana Lucia Avelar Cortez.

✓ Universidad:

Universidad de San Carlos de Guatemala.

✓ Unidad Académica:

Escuela de Ciencias de la Comunicación.

✓ Problema investigado:

¿Cuáles son los factores que afectan la comunicación interpersonal entre el pasajero y el agente de servicio al pasajero de una aerolínea internacional en el Aeropuerto Internacional La Aurora?

✓ Instrumentos utilizados:

Guías de observación, Cuestionarios y entrevistas.

✓ Procedimiento para obtener datos e información:

Desde un inicio, este trabajo de investigación se desarrolló por medio de una investigación bibliográfica, para luego continuar con la recopilación de datos por medio de observaciones en las áreas del lobby de anfitrión, mostrador y salas de abordaje de las cuales se tomaron nota. Asimismo, se continuó la investigación por medio de encuestas a los pasajeros, y también a los agentes de servicio al pasajero. Además, se realizaron entrevistas a los supervisores y a la Gerente de Tráfico Aéreo de la aerolínea.

Resultados y conclusiones

La comunicación interpersonal que actualmente se presenta entre el pasajero y el agente de servicio al pasajero, sí utiliza la función fática de la comunicación, lo cual no perjudica la comprensión del mensaje. Pero, si esta función no es bien ejecutada junto a los distintos factores de la comunicación verbal y no verbal, perjudica la comprensión del mensaje, lo que al final produciría una mala experiencia de viaje para el pasajero.

Por lo tanto es necesario concientizar y capacitar al personal con temas relacionados a la comunicación interpersonal para que los agentes de servicio al pasajero estén mejor preparados al momento de entablar una conversación con los pasajeros haciendo buen uso de las herramientas adquiridas en los talleres, seminarios, conferencias, etc., para que así se pueda contribuir con la satisfacción de los pasajeros.

Introducción

No es un secreto que las aerolíneas comerciales hoy en día se encuentran más interesadas en introducir programas de lealtad para los pasajeros, debido a que estas industrias tienen más rentabilidad con la frecuencia de viajes de cada uno de los pasajeros, sobre todo si realizan sus viajes con la misma aerolínea. Por eso mismo, es importante reconocer que parte de la lealtad de los pasajeros se debe a la experiencia de viaje que tienen en cada uno de ellos.

Los viajeros frecuentes hoy en día se inclinan por alguna compañía por distintos factores, pero uno de los más importantes es por la atención recibida por el personal en tierra y a bordo. Por esta razón, se realizó la investigación enfocada a uno de los factores que son la base del servicio al cliente "la comunicación".

Cuando se refiere al servicio del personal en tierra, se habla específicamente de las áreas del lobby de anfitrión, mostrador y salas de abordaje, en donde el personal de la aerolínea se encuentra todo el tiempo interactuando con los pasajeros.

La importancia de la buena comunicación interpersonal entre el pasajero y el agente de servicio al pasajero se debe a que el pasajero necesita estar bien informado sobre su vuelo y alrededor de esa información se generan otra cantidad de mensajes que no son palpables pero que sí generan una percepción ya sea buena o mala de la imagen de la aerolínea.

Todos estos temas relacionados a la comunicación interpersonal y los factores que intervienen en ella fueron delimitados para poder investigar la situación actual que se encuentran realizando la comunicación interpersonal, pero luego fueron estudiados un poco más por medio de una investigación de campo. Todo esto con el fin de presentar distintas recomendaciones, las cuales pueden ser tomadas en cuenta por la aerolínea para beneficio a la compañía y a la vez para el desarrollo personal de los agentes de servicio al pasajero.

Índice

	Página
Capítulo 1	
1. Marco Conceptual	1
1.1. Título del tema	1
1.2. Antecedentes	1
1.3. Justificación	2
1.4. Planteamiento del Problema	3
1.5. Alcances	7
1.6. Límites	8
Capítulo 2	
2. Marco Teórico	9
2.1. La comunicación	9
2.2. La comunicación interpersonal	9
2.3. Proceso de la comunicación y sus elementos	10
2.4. Funciones de la comunicación	11
2.4.1. Función Referencial	12
2.4.2. Función Conminativa	12
2.4.3. Función Fática	13
2.4.4. Función Expresiva	14
2.4.5. Función Metalingüística o Autorreguladora del Código	14
2.4.6. Función Poética	15
2.5. Tipos de comunicación	17
2.5.1. Comunicación Verbal	19
2.5.2. Comunicación no verbal	23
2.5.2.1. Tipos de comunicación no verbal	25
2.6. Barreras de la comunicación	31
2.6.1. Barreras Semánticas	32
2.6.2. Barreras Físicas	32

2.6.3. Barreras Fisiológicas	33
2.6.4. Barreras Psicológicas	33

Capítulo 3

3. Marco Metodológico	35
3.1. Método y tipo de investigación	35
3.2. Hipótesis	39
3.3. Variables estudiadas	39
3.4. Indicadores	40
3.5. Objetivos	41
3.5.1. Objetivo general	41
3.5.2. Objetivos específicos	41
3.6. Técnica y procedimiento metodológico	41
3.6.1. Encuesta	41
3.6.2. Entrevista	42
3.6.3. Observación	42
3.7. Instrumentos	43
3.7.1. Cuestionario	43
3.7.2. Guía de entrevista	43
3.7.3. Guía de observación	43
3.8. Población	43
3.9. Muestra	44

Capítulo 4

4. Análisis y descripción de resultados	45
4.1. Observación	45
4.2. Encuestas a los agentes de servicio al pasajero	49
4.3. Encuestas a los pasajeros	63
4.4. Entrevistas a los Supervisores y a Gerente de Tráfico Aéreo de la aerolínea	79

4.5. Análisis comparativo de la observación, encuestas a los pasajeros y agentes de servicio al pasajero	80
Conclusiones	94
Recomendaciones	97
Referencias Bibliográficas	99
Apéndice	102

Capítulo 1

1. Marco Conceptual

1.1 Título del tema

La comunicación interpersonal entre el pasajero y el agente de servicio al pasajero de una aerolínea internacional en el Aeropuerto Internacional “La Aurora”.

1.2. Antecedentes

Actualmente existen distintos trabajos de tesis acerca de la comunicación interpersonal, siendo uno de ellos el de Juan Valdez titulado “Diagnóstico y Propuesta para Poner en Práctica la Comunicación Interpersonal en la Guardería Infantil Magic Kids” en donde se pudo comprobar que el personal de la guardería estaba consciente de que la correcta implementación de las comunicaciones interpersonales conllevan a la mejora de resultados y coordinación entre ellos. (Valdez; 2010)

Asimismo Silvia Castro, en su tesis “Análisis de los Índices de Comunicación Interpersonal en el Proceso de Comunicación Social” que tenía como uno de sus objetivos el “Realizar una investigación entre los/as estudiantes de Periodismo y Publicidad de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, para determinar los índices de la comunicación interpersonal” se concluyó que “entre los estudiantes de primer ingreso, la comunicación es superficial, porque los resultados de la investigación alcanzaron una clasificación de bueno, regular y malo.” (Castro; 2000: 74)

Por otra parte, uno de los objetivos en la tesis de Onelia Marroquin “Qué Función Juegan las Dinámicas de Grupo en la Comunicación Interpersonal”, es “Establecer los antecedentes de la comunicación interpersonal, condiciones, factores psicosociales y las relaciones interpersonales que intervienen en su utilización” se concluyó que “las Dinámicas de grupo son de mucha importancia en la comunicación interpersonal a todo nivel... Con la utilización de las Dinámicas de grupo las personas, aprenderán a interrelacionarse unos con otros y se ejercitarán

poniendo en juego la imaginación y de esta forma se aprovecharía al cien por ciento, los conocimientos adquiridos a través de juegos y técnicas grupales. Además hará de personas introvertidas y aisladas personas entusiastas, emprendedoras y participativas, sin temor a ser rechazados por la sociedad, donde día a día tienen que desenvolverse.” (Marroquin; 2002: 2, 41)

Por su parte, en la tesis “La Inadecuada Forma de Escuchar como Barrera Comunicacional para la Comprensión del Mensaje”, menciona como uno de sus objetivos, “el ampliar el conocimiento respecto a cómo es que la inadecuada comunicación interpersonal no permite la correcta comprensión del mensaje”, asimismo el “Establecer los niveles de escucha que se manejan en un proceso de comunicación interpersonal”. Concluyendo que “El escuchar en forma inadecuada se convierte en barrera comunicacional desde el momento en que el Receptor (oyente) no presta la debida atención al Emisor (hablante) esto genera como consecuencia una incomprensión del mensaje, debido a que sin comprensión no hay entendimiento y sin entendimiento no hay Comunicación efectiva”. (Lemus; 2004: 6, 58)

Según la tesis “Influencia de las Comunicaciones Interpersonales en la Modificación de la Conducta en las Alumnas de la Carrera Técnica de Publicidad Profesional de la Jornada Vespertina de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala”, en los objetivos se pretende identificar, caracterizar y describir las formas de conducta de las estudiantes para poder determinar cómo es que estas influyen en las comunicaciones interpersonales con sus compañeras de estudio. En conclusión se “determinó que todas las manifestaciones, formas y cambios de conducta que se dan en las alumnas, ya sean éstas positivas o negativas son fruto de las Comunicaciones Interpersonales”. (Tercero; 2000: 58)

1.3 Justificación

La importancia del estudio de este tema radica en la necesidad de comprender, el proceso de comunicación interpersonal entre un agente de servicio al pasajero y el

pasajero del área de Servicio al Pasajero o también llamado Tráfico Aéreo de una Aerolínea Internacional dentro del Aeropuerto Internacional La Aurora. Asimismo, es necesario conocer las barreras, formas y habilidades de comunicación que benefician o perjudican el flujo comunicacional, y así trabajar en la resolución de problemas como la desinformación en el pasajero que no promueven un progreso en el servicio al cliente para las aerolíneas y sus colaboradores.

El estudio es un aporte más para la investigación sobre la comunicación interpersonal, al darle un enfoque distinto entre la variedad de investigaciones que se han realizado sobre el tema. No existen muchos estudios sobre como la función fática en la comunicación interpersonal puede influir como una barrera comunicacional.

Las aerolíneas cuentan con la indispensable comunicación interpersonal entre el pasajero y el agente de servicio, la cual esperan se realice de la mejor manera posible; y para esto se necesita conocer sobre todos los factores positivos y negativos que intervienen dentro de la misma, para luego reforzar lo que actualmente está bien y trabajar en lo que hace falta mejorar, todo con el fin de dar un buen servicio al cliente.

1.4. Planteamiento del problema

La industria aérea muchas veces se ha encontrado con situaciones difíciles, debido a los actuales acontecimientos económicos, por lo tanto, algunas aerolíneas se preparan haciendo frente a la competitividad, y a través de la consolidación de alianzas y fusiones a nivel global.

Nada de esto funcionaria ni brindaría beneficios a la empresa y sus colaboradores, si no se presta un buen servicio al cliente, haciendo buen uso de la comunicación interpersonal. Pero algunos no llegan a comprender a fondo como es que la comunicación influye en las decisiones que lleguen a tomar los pasajeros durante y después de su viaje.

Con la comunicación interpersonal se puede poner en común cualquier tipo de información, compartir contenidos y significados propios del mensaje así como poner a disposición del otro algo que poseemos, todo esto a través de un lenguaje común.

Desde el inicio de la historia del ser humano, la vida social existe y se desarrolla de acuerdo a los procesos comunicativos que se realizan y ha sido de vital importancia para el desarrollo humano ya que gracias a ella ha evolucionado la ciencia, el arte, la cultura, la industria, etc.

La comunicación permite estar en contacto con quien se comparte un mismo espacio y puede ser aplicada en cualquier momento. Es tan común que todo el tiempo se pone en práctica y muchos no se dan cuenta si la están utilizando bien o mal.

En un departamento de servicio al pasajero sobre todo en el área de tráfico aéreo, de una aerolínea internacional, es indispensable que el proceso de la comunicación se lleve a cabo de la mejor manera posible, porque de esta forma se pueden obtener beneficios para la empresa y sus colaboradores, debido a que los pasajeros en una próxima ocasión tendrán en mente la experiencia de viaje con la aerolínea que mejor servicio se la haya brindado.

En ocasiones la comunicación es tan compleja, y las personas pueden llegar a tener problemas para comprender el mensaje aunque este sea sencillo, sobre todo en una aerolínea internacional, debido a que la diversidad de pasajeros que la frecuentan es extensa, y la interpretación de los códigos varían de acuerdo a la nacionalidad, idioma, cultura, valores, etc.

La comunicación interpersonal se da de forma verbal y no verbal, donde el tono de voz, los movimientos, la proximidad o lejanía, los gestos y más, refuerzan o perjudican el impacto del mensaje. Cada uno de estos factores determina la existencia de las funciones en la comunicación, siendo la función fática la que en la mayoría de ocasiones predomina en el proceso de comunicación entre el pasajero y el agente de servicio.

La comunicación interpersonal que existe entre el pasajero y el agente de servicio, muestra la existencia de la función fática, al momento en que el agente de servicio le habla al pasajero de una manera mecanizada haciéndole preguntas cerradas y dándole la información del vuelo. El pasajero al no tener muy clara la información pregunta y recibe una respuesta del agente del servicio que en muchas ocasiones es corta y no da muchas explicaciones.

Asimismo, en algunas ocasiones la comunicación se ve afectada por ciertos ruidos o barreras comunicacionales que no se detectan a simple vista, los cuales pueden anular, filtrar o excluir una parte del mensaje en la comunicación, o bien hasta darle un significado incorrecto, lo que conlleva a afectar la nitidez del mensaje. Al momento de identificar los ruidos o barreras comunicacionales que existen, estos deberían ser corregidos, para beneficio de todos los involucrados ya que influyen en el servicio al cliente.

La aerolínea dentro del aeropuerto cuenta con distintos puntos establecidos para el chequeo y abordaje de los pasajeros, y en cada uno de ellos existe una serie de procesos comunicacionales donde el pasajero y el agente de servicio intercambian mensajes, y el lead agente o supervisor se encuentran apoyando a los agentes de servicio al pasajero por cualquier contratiempo con algún pasajero o con la operación.

El primer punto es en el pódium de Anfitrión donde el colaborador se encarga de facilitar y organizar el flujo de atención hacia los mostradores, dirigir al pasajero hacia los mostradores correspondientes al tipo de servicio, utilizando rompe flujos en función de: Cargos (Ticketing), Exceso o sobredimensión de equipaje, Servicios específicos como: Clase Ejecutiva, Viajeros frecuentes, Pre documentados (pre chequeados), Servicios especiales, Pasajeros Regulares. Asimismo de organizar a los clientes en casos de vuelos irregulares.

En este punto el anfitrión pregunta al pasajero hacia donde viaja, la clase en la que viaja y si se encuentra pre documentado (pre chequeado), asimismo le provee

los formularios de migración y aduana, verifica el peso del equipaje si esta correcto y luego le indica la fila en la que le corresponde estar.

El segundo punto es en área de Mostrador el cual se divide por: Cargos (Ticketing), Clase Ejecutiva, Pasajeros Regulares, Pre documentados (pre chequeados) y Servicios especiales, siendo estos últimos quienes reciben una prioridad para documentación igual de efectiva que a uno de clase ejecutiva. El agente en mostrador debe llevar a cabo el proceso de documentación del pasajero de forma eficiente, personalizada, rápida y fácil; mostrando una actitud de servicio en todo momento.

El tercer punto es en el área de Puertas donde el colaborador se encarga de facilitar y organizar el abordaje cumpliendo con las medidas de seguridad, asiste a los clientes con servicios especiales, pasajeros en lista de espera, equipaje; trabaja en equipo con las diferentes áreas involucradas como la tripulación, rampa, seguridad, operaciones.

El colaborador también se encarga de recibir el vuelo, abordarlo y en algunos casos manejar cualquier irregularidad del mismo. Pero mientras el agente realiza todo el proceso establecido para el abordaje, el pasajero también se dirige al agente para realizar consultas de cualquier índole, desde el estado del vuelo hasta las indicaciones para encontrar el baño.

Es muy importante para los agentes de la aerolínea identificar a los diferentes tipos de servicios solicitados por los pasajeros porque de allí se parte para saber cómo atender al pasajero. Por ejemplo el pasajero de clase ejecutiva y/o viajero frecuente, por lo regular llega poco tiempo antes del abordaje, no lleva mucho equipaje porque va a un viaje corto de negocios, ya conoce del proceso de chequeo y abordaje y solamente desea que le ingresen su número de viajero frecuente, y que le den la información de la puerta de abordaje, la hora y asiento asignado.

Hasta el momento no hay un proceso estándar de atención para cada tipo de cliente sobre todo en mostrador y solamente se ha puesto atención de cómo

comunicarse con el pasajero dependiendo de la percepción e iniciativa de servicio que tiene el colaborador hacia su cliente.

A lo anterior se suma el problema de no leer los rótulos de información y señalización dentro del aeropuerto, el llenar los formularios de migración y aduana, y el pasar los procesos de chequeo en los diferentes puntos de seguridad, procesos donde interviene la comunicación y son parte de la experiencia de viaje de un pasajero dentro del Aeropuerto Internacional La Aurora.

Por lo expuesto cabe preguntarse:

¿Cuáles son los factores que afectan la comunicación interpersonal entre el pasajero y el agente de servicio al pasajero de una aerolínea internacional en el Aeropuerto Internacional La Aurora?

1.5. Alcances y límites

- Objeto de estudio

La comunicación interpersonal entre el pasajero y el agente de servicio al pasajero de una Aerolínea Internacional en el Aeropuerto Internacional La Aurora.

- Ámbito geográfico

La investigación se realizó en la ciudad capital de Guatemala.

- Ámbito institucional

Una de las Aerolíneas Internacionales en el Aeropuerto Internacional La Aurora, Guatemala, Guatemala

- Ámbito poblacional

Personal del área de Servicio al Pasajero o Tráfico Aéreo de la aerolínea internacional, siendo hombres y mujeres adultos de distintas edades. Asimismo los pasajeros usuarios de la línea aérea, siendo hombres y mujeres adultos de distintas edades, que hablaban el idioma español.

- Ámbito temporal

La investigación se desarrolló durante los meses de febrero 2012 a abril 2013.

1.6. Límites

El trabajo de investigación se realizó con 50% del total de agentes de servicio al pasajero: 21 agentes, 3 lead agents, 2 supervisores y al gerente, del departamento de Servicio al Pasajero, también llamado departamento de Tráfico Aéreo, de una Aerolínea Internacional específica, que trabaja en el Aeropuerto Internacional la Aurora, ubicado en la ciudad de Guatemala.

Asimismo, se tomó en cuenta la opinión de 55 pasajeros que representó el 14.3% del total de pasajeros de los vuelos seleccionados para contrastar la opinión de ellos con las de los agentes de servicio. Los pasajeros encuestados fueron hombres y mujeres adultos de distintas edades, que hablaban el idioma español y que estuvieron dispuestos a colaborar.

Capítulo 2

2. Marco Teórico

2.1. La Comunicación

Etimológicamente comunicar significa poner en común. En base a este significado (Velásquez, 2006: p.15) menciona que “la comunicación es un proceso mediante el cual dos o más sujetos intercambian información en doble dirección y por medio de la cual pueden desarrollarse mutuamente. Es un acto fundamental que permite a las personas ser y crecer, por lo que es esencial para el desarrollo. La información también es un proceso en el que dos sujetos comparten mensajes; sin embargo, es un proceso de una vía (emisor siempre es emisor y receptor siempre receptor) mientras que la comunicación exige siempre la posibilidad de doble vía; es decir, la contingencia de que emisor y receptor intercambien sus papeles. La ciencia que estudia la comunicación es la semiología; sin embargo, debido a su importancia, muchas otras ciencias se interesan en ella: cibernética, lingüística (semántica, gramática, pragmática), filosofía del lenguaje, etcétera.”

En la sociedad es indispensable la comunicación para su desarrollo, ya que por medio de ella se establecen relaciones, permiten el avance científico, tecnológico, sociológico, etcétera. Los seres humanos son animales sociales. Desde el momento en que nacemos, necesitamos contacto con otras personas para crecer y prosperar. Confiamos en la comunicación como fundamento para nuestras relaciones con las demás personas. (Dobkin, 2007).

2.2. La Comunicación Interpersonal

La “comunicación interpersonal es la llave que abre los caminos de las relaciones humanas, de la convivencia entre los individuos, del progreso y desarrollo social, de la procreación de la familia y por ende, de la conservación y multiplicación de la especie.” (Interiano, 2010: p. 49)

“La comunicación interpersonal se lleva a cabo entre dos o más personas, las cuales se conocen o pueden conocerse entre sí. Este tipo de comunicación

propicia la interacción real y humana debido a que posibilita el contacto directo entre los interlocutores. Además, propicia la retroalimentación y la superación de los ruidos en los mensajes ya que es bidireccional. Los mensajes que pudieran no estar comprendidos del todo se evalúan y retroalimenta. Los sujetos de la comunicación interpersonal realmente dialogan y hacen partícipe a su interlocutor de su ser, experiencia, conocimientos etcétera.” (Velásquez, 2006: p. 69, y 70)

Como lo menciona (Eileen McEntee, 1996; Citado por Velásquez, 2006) hay cinco formas de la comunicación interpersonal:

- “Interpersonal, propiamente dicha. Se desarrolla entre dos personas, las cuales pueden alternarse los papeles de emisor y receptor. Por ejemplo, el diálogo entre una pareja de novios.
- Intragrupal. Se desarrolla entre los miembros de un grupo. Cada uno participa activamente al enviar y recibir mensajes de los otros. Por ejemplo, cuando los miembros de un equipo de futbol se ponen de acuerdo antes de un partido.
- Intergrupal. Dos grupos se comunican entre sí. Cada grupo habla en bloque en nombre de todos sus miembros. Cada colectivo puede nombrar un representante, quien llevará el sentimiento de su grupo al diálogo. Un ejemplo sería el proceso de negociación de Paz en Guatemala. La guerrilla y el gobierno dialogaban, como agrupación, y buscaban consensos.
- En público (individuo a grupo). Un individuo se dirige a un grupo de personas que están presentes, ubicados en el mismo recinto. Esta comunicación es unidireccional, ya que el individuo será siempre el emisor. Por ejemplo, una conferencia.
- En público (grupo a grupo). Un grupo se dirige a otro y no propicia respuesta directa de este. También la comunicación es unidireccional ya que solo uno de las agrupaciones hace uso de la palabra. Es el ejemplo de una exposición en equipo durante un curso universitario.”

2.3. Proceso de la comunicación y sus elementos

En cualquier situación comunicativa, deben presentarse los siguientes elementos citados por (Dobkin, 2007):

- Emisor: Es quien inicia o adelanta el proceso de comunicación al generar un mensaje
- Receptor: Es quien percibe el mensaje, lo capta, lo almacena, para analizarlo y luego lo sintetiza, con el fin de dar una respuesta al mensaje recibido.
- Mensaje: constituye las expresiones de ideas, pensamientos y sentimientos entre el emisor y el receptor.
- Canal: es el medio que lleva los mensajes de un emisor a un receptor y viceversa.
- Código: es un sistema estructurado de signos que utilizan el emisor y el receptor para transmitir ideas, pensamientos y sentimientos.
- Contexto: es el ambiente que rodea el proceso comunicativo. Contiene tres aspectos importantes: el escenario físico, el escenario de la comunicación y la cultura.

2.4. Funciones de la comunicación

Como lo expresa (Niño, 2000: p. 84) “se entiende por función la actividad o proceso que desarrolla el hombre con la ayuda del lenguaje. Las funciones, por lo tanto, son las finalidades o usos concretos de los signos lingüísticos, en el desarrollo de la facultad semiótica general.”

“Si la comunicación existe es para satisfacer ciertas necesidades del ser humano en sociedad. La comunicación no nació porque al hombre se le ocurrió de la nada en un momento de inspiración. Surgió ante la necesidad humana de dar cuenta del mundo, de los sentimientos. La comunicación existe, entonces, para desempeñar determinadas funciones.

De acuerdo con el esquema clásico propuesto por Roman Jakobson, existen seis funciones fundamentales que desempeña la comunicación. Cada una de ellas

puede identificarse según cuál sea el elemento que predomine”. (Velasquez, 2006: p. 40)

En su artículo “Lingüística y Poética”, (Jakobson, 1960, [www.textosenlinea.com.ar/textos/Linguistica y poetica.pdf](http://www.textosenlinea.com.ar/textos/Linguistica_y_poetica.pdf)) menciona que, “Aunque distingamos seis aspectos básicos del lenguaje, nos sería sin embargo difícil hallar mensajes verbales que satisficieran una única función. La diversidad no está en un monopolio por parte alguna de estas funciones, sino en un orden jerárquico de funciones diferentes. La estructura verbal de un mensaje depende, primariamente, de la función predominante.”

2.4.1. Función Referencial

En su libro *Comunicación y Semiología*, (Interiano, 2010) hace ver que la función referencial también es llamada función informativa la cual tiene como propósito, transmitir los pensamientos del comunicador con fines innovadores.

La función referencial está contenida básicamente en los informes científicos, los reporteros, los telegramas, los oficios, las actas, etc.

2.4.2. Función Conminativa

La función conminativa también es llamada conativa y es la función que se encarga de acentuar el mensaje con el propósito de hacerlo más efectivo. La función conminativa está contenida en las órdenes y en las exhortaciones. (Interiano, 2010)

Esta función “halla su más pura expresión gramatical en el vocativo y el imperativo, que tanto sintácticamente como morfológicamente, y a menudo incluso fonéticamente, se apartan de las demás categorías nominales y verbales. Las oraciones de imperativo difieren fundamentalmente de las oraciones declarativas” (Jakobson, 1960, [www.textosenlinea.com.ar/textos/Linguistica y poetica.pdf](http://www.textosenlinea.com.ar/textos/Linguistica_y_poetica.pdf))

De acuerdo a lo que indica (Pedroni, 2004) con la función conminativa o conativa damos órdenes o coaccionamos para que los demás hagan lo que nosotros deseamos que hagan.

2.4.3. Función Fática

“Hay mensajes que sirven sobre todo para establecer, prolongar o interrumpir la comunicación, para cerciorarse de que el canal de comunicación funciona (“Oye, ¿me escuchas?”), para llamar la atención del interlocutor o confirmar si su atención se mantiene (“Bien oiréis lo que dirá”, del romancero tradicional popular y, desde la otra punta del hilo: “Haló, haló”), Esta orientación hacia el CONTACTO, o, en términos de Malinowski, la función FÁTICA, puede patentizarse a través de un intercambio profuso de fórmulas ritualizadas, en diálogos enteros, con el simple objeto de prolongar la comunicación. Dorothy Parker captó ejemplos elocuentes como éste:

Bueno-dijo el joven.

Bueno-dijo ella.

¡Bueno!, ya estamos-dijo él.

Ya estamos-dijo ella-, ¿verdad?

Eso creo-dijo él-. ¡Hala, ya estamos!

Bueno-dijo ella.

Bueno-dijo él-, bueno.

El interés por iniciar y mantener una comunicación es típico de los pájaros hablantes; la función lógica del lenguaje es la única que comparten con los seres humanos. También es la primera función verbal que adquieren los niños; éstos buscan comunicarse ya antes de que puedan emitir o captar una comunicación informativa. La lógica moderna ha establecido una distinción entre dos niveles de lenguaje, el lenguaje-objeto, que hablan los objetos, el metalenguaje, que habla

del lenguaje mismo.” (Jakobson, 1960, [www.textosenlinea.com.ar/textos/Linguistica y poetica.pdf](http://www.textosenlinea.com.ar/textos/Linguistica_y_poetica.pdf))

En palabras de (Interiano, 2010), la función fática “se encarga de mantener o reforzar el acto comunicativo, mediante expresiones verbales o icónicas dirigidas a comprobar si se mantiene la misma. Las frases ¿Me oyes?, ¿Aló?, ¡No se te olvide!, encierran el contenido fático de la comunicación.”

En otras palabras, (Pedroni, 2004) indica, que la función fática nos ayuda a romper el hielo, ya que con ella se establece la comunicación, y se encuentra dividida según sea el caso en: función de inicio, función de constatación o función de cierre o interrupción.

2.4.4. Función Expresiva

Según (Jakobson, 1960, [www.textosenlinea.com.ar/textos/Linguistica y poetica.pdf](http://www.textosenlinea.com.ar/textos/Linguistica_y_poetica.pdf)) la función emotiva o expresiva es la expresión directa de la actitud del hablante ante aquello de lo que está hablando. Produce una impresión de cierta emoción, sea verdadera o fingida; por eso el término “emotivo”.

En la función expresiva o emotiva, se centra sobre el emisor y revela la actitud de éste respecto de lo que dice: transluce una cierta emoción verdadera o fingida. “El aspecto puramente emotivo de la lengua está representado por las interjecciones y en la expresión de signos que revelan de alguna manera nuestros sentimientos, más que nuestros pensamientos.” (Interiano, 2010: p.91)

2.4.5. Función Metalingüística o Autorreguladora del Código

“Es la función explicativa del mensaje. Se la utiliza para conocer si se está utilizando el mismo código, el mismo nivel de lenguajes, el mismo contexto, etc.” (Interiano, 2010: p.92)

“Cuando el destinador y/o el destinatario quieren confirmar que están usando el mismo código, el discurso se centra en el CÓDIGO: entonces realiza una función METALINGÜÍSTICA (eso es, de glosa). “No acabo de entender, ¿qué quieres

decir?”, pregunta el destinatario. Y el destinador, anticipándose a estas preguntas, pregunta: “¿Entiendes lo que quiero decir?” Imaginemos un diálogo exasperante como el siguiente:

- Al repelente le dieron calabazas.

- ¿Qué es *dar calabazas*?

- *Dar calabazas* es lo mismo que *catear*.

- ¿Y qué es *catear*?

- *Catear* significa *suspender*.

- Pero ¿qué es un *repelente*? –insiste el preguntón, qué está in albis en cuestión de vocabulario estudiantil.

- Un repelente es (o significa) uno que estudia mucho.

La información que vehiculan todas estas oracionales ecuacionales se refiere simplemente al código léxico del español; su función es estrictamente metalingüística. Todo proceso de aprendizaje de la lengua, especialmente la adquisición por parte del niño de la lengua materna, recurre ampliamente a estas operaciones metalingüísticas; y la afasia puede a menudo ser definida como la pérdida de la capacidad de hacer operaciones metalingüísticas.” (Jakobson, 1960, [www.textosenlinea.com.ar/textos/Linguistica y poetica.pdf](http://www.textosenlinea.com.ar/textos/Linguistica_y_poetica.pdf)).

A veces el interlocutor no entiende, porque no se utilizan los signos con propiedad o porque se hace uso de un código nuevo, entonces a solicitud del que no comprende se debe aclarar el mensaje para que el flujo intercomunicativo no se interrumpa. (Pedroni, 2004)

2.4.6. Función Poética

La función poética tiene como propósito la utilización del lenguaje y de la comunicación en general y tiene el propósito del deleite y crear belleza. Se puede decir que es una función artística por naturaleza. En toda literatura se encierra una función dominante, que es la poética por excelencia.

Por lo general, las funciones se dan combinadas, como por ejemplo, un informe científico que contiene una función referencial como función dominante, en tanto que un poema puede contener la función poética, como dominante. (Interiano, 2010)

En el artículo de (Jakobson, 1960, [www.textosenlinea.com.ar/textos/Linguistica y poetica.pdf](http://www.textosenlinea.com.ar/textos/Linguistica_y_poetica.pdf)) “La orientación (Einstellung) hacia el MENSAJE como tal, el mensaje por el mensaje, es la función POÉTICA del lenguaje. Esta función no puede estudiarse de modo eficaz fuera de los problemas generales del lenguaje, y, por otra parte, la indagación del lenguaje requiere una consideración global de su función poética. Cualquier tentativa de reducir la esfera de la función poética a la poesía o de confinar la poesía a la función poética sería una tremenda simplificación engañosa. La función poética no es la única función del arte verbal, sino sólo su función dominante, determinante, mientras que en todas las demás actividades verbales actúa como constitutivo subsidiario, accesorio. Esta función, al promocionar la patentización de los signos, profundiza la dicotomía fundamental de signos y objetos. De ahí que, al estudiar la función poética, la lingüística no pueda limitarse al campo de la poesía.

¿Por qué dices siempre Ana y María y nunca María y Ana? ¿Acaso quieres más a Ana que a su hermana gemela?”. “No, lo que ocurre es que suena mejor”. En una secuencia de nombres coordinados, mientras no haya interferencia de cuestiones de rango, la precedencia del nombre más corto cae mejor al hablante, como una configuración bien ordenada del mensaje de que él no puede dar razón.

Una muchacha solía hablar del “tonto de Antonio”, “¿Por qué tonto?”. “Porque le desprecio”. “Pero, ¿por qué no ridículo, desagradable, payaso, simplón?”. “No sé, pero tonto le cae mejor”. Sin saberlo, aplicaba el recurso poético de la paronomasia.”

2.5. Tipos de comunicación

De acuerdo a lo que indica (Niño, 2000: p.40-42) “las actividades y ocupaciones del hombre son variadas, de la misma manera es posible registrar muchas formas de comunicación, según sea la perspectiva o punto de vista desde el cual se considere y de acuerdo con el grado de participación en el proceso por parte de los componentes emisor, destinatario, código, mensaje y canal. Por tales razones, muchos tratadistas han intentado clasificar estas formas o tipos de comunicación, quizás sin muchos resultados, por la cantidad de puntos de vista o criterios que se pueden aplicar en dicha tarea.

Comprendiendo cuán útil puede ser desde un punto de vista práctico el conocimiento de una clasificación de esta naturaleza, se ofrece a continuación un cuadro el criterio que hace viable la clasificación, *los tipos de comunicación* según cada criterio, una breve explicación conceptual y un ejemplo que ilustra la distinción hecha.

Si se analizan los actos comunicativos que se realizan a diario entre los hombres, es interesante encontrar combinaciones de diversos tipos de comunicación; por ejemplo, en la emisión-recepción de un mensaje oral por radio podría distinguirse una comunicación lingüística, formal, unilateral, pública, indirecta, abierta, etcétera.”

Criterio	Tipo	Explicación	Ejemplos
1. Grado de participación	- Recíproca - Unilateral	- Cambio continuo de papeles de emisor y destinatario. - No hay cambio de papeles; sólo se da un ciclo comunicativo.	- Un diálogo, una conversación, una entrevista. - Un aviso radial, una cartelera, un discurso oratorio.
2. Tipo de emisor y destinatario	- Interpersonal - Colectiva	- Interrelación de persona a persona; el medio por excelencia es el lenguaje oral. - El emisor puede ser una persona o institución y el destinatario una colectividad.	- Conversación, entrevista cara a cara. - Comunicación televisiva, radial, por prensa, cine.

3. Tipo de código	- Lingüística - Extralingüística	- El medio es el lenguaje natural, apoyado por los códigos paralingüísticos. - Empleo de códigos distintos al lenguaje.	- Comunicación oral y escrita, en todas sus formas. - Comunicación con señales, banderines, humo.
4. Tipo de mensaje	- Privada - Pública	- No trasciende el ámbito personal, es cerrada. - Trasciende lo personal, es abierta, se dirige a un público.	- Conversación, carta personal. - Pieza musical, comunicado de prensa, aviso publicitario.
5. Estilo	- Informal - Formal	- Espontánea y libre, sin planeación, ni sujeción a patrones. - Se sujeta a patrones o exigencias establecidas, además de las del código.	- Expresiones corporales, carta familiar, conversación. - Texto expositivo, conferencia, etiquetas, cartas comerciales.
6. Radio de acción	- Interna - Externa	- No trasciende a la comunidad o institución: relativamente cerrada - Trasciende a la comunidad o institución: es abierta	- Cartelera, órdenes, memorando. - Cuadros en exposición, avisos generales.
7. Naturaleza del canal	- Oral - Audio-visual - Visual	- De naturaleza vocal-auditiva. - Impresiona el oído y la vista. - Solo impresiona la vista	- Grabación, conversación, mensaje radial. - Cine, TV, video. - Libros, signos de los sordomudos, tablero, escritos.
8. Dirección	- Horizontal - Vertical (ascendente, descendente)	- Se da entre miembros de un mismo rango. - Flujo comunicativo entre personas de mayor a menor rango o viceversa.	- Reunión de un sindicato, diálogos. - Leyes, decretos, solicitudes.
9. Extensión del canal	- Directa - Indirecta	- Se da a través de canales simples; implica presencialidad. - Se da a través de canales complejos, que implican cadenas de medios.	- Proyección en una sala, coloquio. - Periódico, avisos.

Fuente: Niño Rojas, Víctor Miguel. Los procesos de la comunicación y del lenguaje.

En esta ocasión, se describirá según el criterio por tipo de código, que se divide en lingüística y extralingüística, en otras palabras la comunicación verbal y no verbal.

La comunicación no verbal funciona en formas diversas al relacionarse con la comunicación verbal y cuando éstas se están dando simultáneamente según lo que confirma (Dobkin, 2007: p.156). Asimismo, Dobkin indica que la comunicación no verbal puede acentuar, complementar, contradecir, regular, repetir o sustituir a la verbal.

2.5.1. Comunicación Verbal

La comunicación verbal se compone de mensajes que pueden expresarse por medio de un lenguaje formal, la cual puede ser oral, escrita, o incluso en signos y seguir siendo verbal mientras implique el uso de palabras.

Desde el momento en que se aprende a comprender palabras y a hablar, la comunicación verbal es central en la manera en que se piensa acerca de nosotros mismos y de los demás y en que se actúa en el mundo que nos rodea. Es posible que no se piense a menudo sobre cómo elegir las palabras con cuidado porque a menudo pareciera que vienen en forma natural. Por eso mismo (Dobkin, 2007) indica que las propiedades fundamentales de las palabras son: ser simbólicas, arbitraria, ambiguas e intercambiables, por lo tanto, el lenguaje nunca es neutral e influye en la manera en que se piensa.

- “Las palabras son fundamentales para crear y compartir significados. Puede ser escrita u oral. Aunque muchas características del lenguaje escrito se aplican también al hablado, la comunicación oral generalmente es menos formal y más personal, interactiva y transitoria que la comunicación escrita.
- Las palabras son simbólicas, puesto que representan ideas y permiten hablar acerca de ellos. Además de describir el mundo cotidiano, los símbolos permiten hablar acerca de cosas que no existen, de eventos pasados o de personajes de ficción.
- Las palabras son arbitrarias, en tanto que no tienen conexión directa con los objetos que representa. A un “pollo” se le puede llamar “poulet” en francés sin que cambie cosa alguna respecto al ave.

- Las palabras son ambiguas porque su significado no siempre está claro y porque en ocasiones es posible una gran diversidad de interpretaciones.
- Las palabras son intercambiables en el significado y en el uso que les damos. Cambian según el contexto social, político y cultural y el momento histórico en que se las utiliza.” (Dobkin, 2007).

Existen factores que intervienen en el lenguaje verbal.

- El tono. El tono de voz nos sirve para expresar una gran variedad de emociones, actitudes, estados de ánimo y enfatizar palabras o frases. Enfatizamos palabras o frases que van a reforzar nuestra exposición.

"Es importante adaptar el tono de voz a las diferentes circunstancias para establecer una relación de coherencia entre lo que se dice y la forma en que se dice:

- Tono cálido: amabilidad y empatía: sonriente
 - Refleja una actitud positiva de disposición a la ayuda
 - Se utilizan en la presentación y en la despedida
 - Su objetivo es transmitir una imagen agradable tanto al comienzo de la conversación como al final
- Tono tranquilo: pausado, calculado
 - Refleja una actitud de control, de dominio de la situación
 - Se utiliza fundamentalmente para desviar objeciones y para tratar reclamaciones
 - Su objetivo es transmitir tranquilidad ante interlocutores que elevan el tono de voz o hacen una queja en tono fuerte

- Tono persuasivo: entusiasta y convincente
 - Refleja una actitud resoluta, de convencimiento propio

 - Se utiliza para establecer un compromiso con el interlocutor. Su objetivo es la aceptación de ese compromiso por parte del interlocutor

- Tono sugestivo: caracteriza y expone
 - Refleja una actitud dirigida a la sugerencia al consejo

 - Se utiliza este tono cuando queremos argumentar en base a características o ventajas de nuestra idea, servicio o empresa,

 - Su objetivo es aproximar a nuestro interlocutor nuestro punto de vista evitando la sensación de compromiso

- Tono seguro: directo, serio.
 - Refleja una actitud de profesionalidad y seriedad

 - Se utiliza para sondear necesidades o potencial, para la obtención de datos

 - Su objetivo es conseguir la información necesaria para ofrecerle luego la solución, idea o servicio adecuado.

Una de las primeras cosas que se le enseñan a los futuros policías es a dominar la voz. Cuando un policía nos dice que salgamos del coche le obedecemos, y no sólo porque el policía lleve una insignia o una pistola, sino sobre todo porque habla con autoridad. Es el tono de voz lo que nos hace estremecer cuando recordamos los rugidos de nuestro padre o el timbre de firmeza de algún profesor. Evidentemente, cuando hablamos con nuestros clientes no podemos intimidarles ni tratar de inspirarles temor. No

podemos ordenarles que nos compren ni podemos obligarles a que nos presten atención. Lo que sí podemos hacer, sin embargo, es hablar con voz de persona informada y competente. Podemos, con educación, mantener el control de la conversación y llevarla por el camino que a nosotros nos interesa.

La voz del operador es como su traje y sus zapatos, como su reloj y su coche, y como todos los demás elementos que utilizan los agentes de ventas para ganarse la confianza de sus clientes, es la imagen de la empresa. Si el operador tiene una voz débil, abatida, triste, dubitativa o de cualquier otra forma que no sea nítida, resuelta, clara y agresiva, se estará descalificando ya antes de que el cliente haya tenido oportunidad de escucharle. Debemos ser positivos. Debemos hablar con tono de autoridad, y sentirnos seguros de nosotros mismos y de nuestros propósitos.

Hablar claro, ni despacio ni deprisa, haciendo inflexiones en la voz, y con autoridad puede no ser una tarea tan fácil como creemos, pero que seguro nos van a ayudar a llevarnos al éxito.

- El volumen. Se refiere a la intensidad con que se habla, es decir, si pronunciamos más o menos alto o bajo. El volumen que se debe adoptar dependerá de la situación en la que nos encontremos.
- La rapidez al hablar. La velocidad al hablar sirve para expresar el estado de ánimo de la persona.
- La pronunciación. Es la articulación clara y correcta de las vocales y consonantes de las palabras que se utilizan. Se debe evitar, principalmente, emplear sonidos equivocados. Una pronunciación mala hace perder la atención del que nos está escuchando y, en el sentido opuesto, una pronunciación excesivamente marcada produce una impresión desagradable al que escucha.

- Los silencios. Cuando se habla, se hacen pequeñas pausas o silencios que van a cumplir diferentes funciones:
 - Marcar el final de una frase.
 - Enfatizar una palabra o idea importante en medio de una frase.
 - Pensar en lo que se va a decir más tarde.
 - Crear expectación acerca de algo que se va a decir inmediatamente después.

- Ritmo o fluidez. Es el suave discurrir de las palabras en el mensaje.
 - El ritmo excesivamente lento provoca desinterés, aburrimiento y monotonía.
 - El ritmo muy rápido provoca errores de pronunciación que distorsiona el mensaje, agobia al receptor, impide matizar y resulta también monótono.” (Tomada el 03/05/2012 en <http://www.mailxmail.com/curso-atencion-telefonica-como-administrativa/tipos-tonos>)

2.5.2. Comunicación no verbal

El describir la comunicación no verbal con palabras cuando la esencia misma del tema se ubica fuera de su dominio resulta paradójico. El estudio de la comunicación no verbal está repleto de estas contradicciones. Por ejemplo, se utilizan algunos gestos no verbales de manera espontánea y sin pensarlo mucho, como bostezar cuando se está cansado. Otros se planean y se ejecutan, como el primer beso en una cita romántica o un apretón firme de manos en una entrevista de trabajo. Algunas personas pueden reconocer de inmediato algunos gestos no verbales, como cuando se agita la mano diciendo adiós, o cuando algunas lágrimas de tristeza escapan de nuestros ojos. Por otro lado, algunos gestos son

muy personales o específicos de una cultura o relación específica, como la indicación kikuyu del tiempo. Algunos gestos no verbales claramente revelan sentimientos, como la felicidad cuando se está contento o las manos temblorosas cuando se está nervioso. Sin embargo, otros los ocultan para protegerse de la exposición a los demás, como una “cara estoica” cuando está lastimado o una “cara inexpresiva” cuando se miente.

Según (Benito, 1991) en el Diccionario de Ciencias y Técnicas de la comunicación, “el rótulo comunicación no verbal se configura como una especie de cajón de sastre donde cabe introducir todos aquellos lenguajes que permiten la comunicación humana y animal, y cuyo único rasgo común es el no ser “comunicación verbal”. Bajo esta etiqueta se incluyen lenguajes y comportamientos numerosos y, además, heterogéneos: gestos, posturas, miradas, distancias, imágenes, olores, vestimenta, señales de humo..., en fin, cualquier otro fenómeno no lingüístico que pueda ser utilizado significativamente en un intercambio comunicativo.”

En pocas palabras, la comunicación no verbal puede ser espontánea o cuidadosamente elaborada, universal o específica para un contexto, y verdadera o engañosa. Muchas de estas aparentes contradicciones se derivan de la gran variedad de comportamientos no verbales que tenemos a nuestra disposición. En la comunicación no verbal se incluyen formas muy distintas de expresión tales como los gestos, el contacto visual, el tono de voz, el contacto físico y el olfato. Aunque cada una de estas indicaciones es claramente diferente, comparten algunas características comunes que generalmente distinguen a la comunicación verbal de las interacciones verbales. (Dobkin, 2007)

Algunas relaciones se caracterizan también por el uso de la comunicación no verbal para ejercer poder o control sobre los demás. En diversos estudios se ha encontrado que las personas comunican su dominio sobre los otros en algunas de estas formas:

- Con un contacto físico mayor que el que se le permite de regreso al otro.

- Al iniciar y terminar las conversaciones.
- Al tomar prestadas posesiones de otros sin pedir autorización.
- Al sonreír menos y fruncir el ceño más que la otra persona.
- Al interrumpir a otros al hablar; y al ignorar los intentos de interrumpirlos a ellos.
- Cuando el contacto visual es menos frecuente, pero más directo.
- Al hablar más en las conversaciones que la otra persona.
- Cuando inicia y termina los periodos de silencio.
- Al utilizar un tono de voz más elevado y mayores inflexiones de enojo que los que emplea la otra persona. (Edesu y Burgoon 1996, citado por Dobkin, 2007)

La comunicación no verbal a menudo se relaciona con nuestras emociones y es contextual.

Las funciones de la comunicación no verbal son según (Dobkin, 2007):

Acentuación: Resalta, acentúa o subraya los mensajes verbales.

Complemento: Le añade significado a los mensajes verbales.

Contradicción: Se opone, niega o está en desacuerdo con un mensaje verbal.

Regulación: Controla, ajusta o modifica el flujo de los mensajes verbales.

Repetición: Reitera, replica los mensajes verbales.

Sustitución: Ocupa el lugar de los mensajes verbales.

2.5.2.1. Tipos de comunicación no verbal

La comunicación no verbal adopta muchas formas.

- ✓ Expresiones faciales

“La mayoría de los expertos consideran que la cara es la fuente más rica de señales no verbales” según (Ekman y Friesen 1975, citado por Dobkin, 2007),

asimismo indican que “el rostro se divide en tres partes y cada una es capaz de tener un movimiento independiente:

- 1) la región superior que incluye las cejas y la frente,
- 2) la media, donde se ubican los ojos, los párpados y el tabique nasal y
- 3) la inferior, donde está la boca, el resto de la nariz, las mejillas y la barbilla.

Cada una de ellas puede actuar por separado o en conjunto con las otras dos regiones lo que le dan gran variedad y sutileza a la expresión facial.”

Según Gloria Marsellach Umbert (Tomado el 03/05/2012 <http://ugt-aena.galeon.com/comunicacion.html>) hay 6 emociones principales las cuales son: alegría, sorpresa, tristeza, miedo, ira y asco o desprecio.

(Anderson, 1999, citado por Dobkin, 2007) identificó cinco reglas generales de despliegue que nos ayudan a manejar y controlar nuestra comunicación facial:

- Simulación
- Intensificación
- Neutralización
- Minimización
- Enmascaramiento

✓ Contacto visual

Los ojos comunican diversas emociones. Se aprietan los párpados para indicar disgusto o desaprobación, se parpadea coquetamente para señalar atracción hacia alguien, se cierran en señal de reverencia, o se guiñan para indicar que alguien que se está hablando en broma o lo que dice no es cierto. El contacto visual o el tiempo que se mantenga la mirada, es una herramienta especialmente poderosa de comunicación. Asimismo, la duración del contacto visual aumenta a medida que también aumenta la distancia entre los comunicadores.

El contacto visual comunica que hay una participación e interés, mientras que su ausencia implica indiferencia y apatía. (Dobkin, 2007)

✓ Gestos

(Thomas, 1991, citado por Dobkin, 2007) definió los gestos como “un movimiento significativo del cuerpo que expresa un mensaje a un receptor. Los emblemas son gestos con significado claro y específico. Se les reconoce ampliamente dentro de una cultura específica y a menudo se les sustituye con palabras. Para mayor comprensión se puede imaginar los ademanes para las frases ¡Silencio! Ven acá. Habla más alto. Detente. Vete. Mira. Estoy satisfecho por la comida. ¡Absolutamente no!

Se usan gestos para regular las interacciones, ya que se utilizan para iniciar, coordinar y finalizar una comunicación.

Se usan para ajustar o adaptar el ambiente como cuando una persona se abanica a si mismo cuando hace calor.

Los gestos de una persona que habla, también se le denominan ilustradores. Hacen énfasis, acentúan o aclaran la comunicación verbal. Los ilustradores también indican el tamaño y la forma.

✓ Proxémica

Es el estudio del uso del espacio por parte de los comunicadores, y se divide en espacio personal y territorialidad.

- Espacio personal:

Según (Edward Hall 1996, citado por Dobkin, 2007) las personas regulan el espacio que rodea a sus cuerpos de acuerdo con la cercanía de una relación. Asimismo planteó la teoría de que existen cuatro niveles o zonas de espacio que son como barreras invisibles y controlan la distancia entre el individuo y los demás.

- La zona íntima es el espacio más cercano y abarca aproximadamente 60 centímetros en torno a tu cuerpo.
- La zona personal abarca de los sesenta centímetros a un metro veinte centímetros de tu cuerpo.
- La zona social abarca del metro veinte centímetros a los dos metros cuarenta del cuerpo.
- La zona pública se extiende después de los dos metros cuarenta de tu cuerpo.

- Territorialidad:

Es aquella necesidad humana de marcar y defender un espacio. Un ejemplo son las bardas que se colocan alrededor de una casa, lo cual indica que hay propiedad o control, y recibe el nombre de marcadores territoriales. Los marcadores territoriales también amplían el espacio personal, por ejemplo el colocar el abrigo, o libros sobre una silla, o bien colocarle una fotografía o estampa a algún artículo.

- ✓ Contacto físico

La háptica es el uso del contacto físico para comunicarse en forma no verbal. Es la señal no verbal más poderosa y personal. Se comunican mensajes de intimidad como de amor, de aceptación, de aliento o de deseo sexual. Según (Dobkin, 2007) el contacto físico positivo, o el afecto son necesarios para el desarrollo saludable de los seres humanos y que la falta del mismo provocan problemas en ese proceso. Asimismo, existen mensajes que lastiman ya sea por odio, discriminación y acoso.

- ✓ Vocalización

“La vocalización es el uso de la voz para comunicarse de manera no verbal. No es el estudio de las palabras en sí o del lenguaje hablado, sino la manera en que esas palabras se pronuncian y los sonidos que se hacen con la voz. La disciplina incluye una amplia variedad de comportamientos no verbales, como los sonidos

que no son palabras, la risa, las pausas y el silencio, los patrones al respirar y la calidad de la voz”. (Hall, 1996, citado por Dobkin, 2007: p.167).

✓ Olor

En ocasiones los olores son señales no verbales olvidadas, a pesar de que nuestro ambiente está repleto de olores agradables y desagradables.

Los olores son frecuentemente fuertes detonadores de emociones y recuerdos que a algunos pueden trasladarlos hasta su niñez. Asimismo, los olores pueden emplearse en muchas situaciones para comunicar cercanía o deseo de permanecer alejados.

También es importante mencionar que la cultura desempeña un papel fundamental en lo que los olores comunican, ya que para unas personas o culturas pueden considerar agradable algunos olores mientras que para otras resultan insoportables. (Hall, 1996, citado por Dobkin, 2007)

✓ Tiempo

“Al uso del tiempo para comunicarse se le denomina cronémica. Comunicamos muchos mensajes distintos, como el poder o la posición social, por la manera en que gastamos y administramos nuestro tiempo.” (Dobkin, 2007: p.169)

El tiempo es un indicador del dinero y de la posición social. Es un indicador de capacidad, por ejemplo que una persona llegue a tiempo a una cita se le considera responsable.

Existen culturas que consideran al tiempo como algo circular, en el que los eventos se dan en forma recurrente, a lo cual se le llama policrónica. La mayoría de las personas en Estados Unidos tienen una visión monocrónica del tiempo como una secuencia lineal de acontecimientos. (Dobkin, 2007).

✓ Artefáctica

La artefáctica significa (Dobkin, 2007) el uso de objetos para comunicarse en forma no verbal, por ejemplo la ropa, joyería, automóvil, casa, etcétera, que dicen

algo acerca de la persona y se podría decir que hasta constituyen importantes expresiones de personalidad, valores e intereses.

Los artefactos comunican posición social, y también pueden transmitir poder y control. Pueden comunicar la aceptación en un grupo o la identificación con el mismo.

✓ La postura

“La posición del cuerpo y de los miembros, la forma en que se sienta la persona, como está de pie y cómo pasea, reflejan sus actitudes y sentimientos sobre sí misma y su relación con los otros. Los significados y funciones de la postura son múltiples:

- Actitudes: Las posturas que reducen la distancia y aumentan la apertura hacia el otro son cálidas, amigables e íntimas. Las posiciones cálidas incluyen el inclinarse hacia delante, con los brazos y piernas abiertas, las manos extendidas hacia el otro, etc. A su vez, apoyarse hacia atrás o entrelazar las manos sosteniendo la parte posterior de la cabeza pueden ser reflejo de dominación o de sorpresa. La timidez puede expresarse por medio de los brazos colgando y con la cabeza hundida y hacia un lado. Por el contrario, las piernas separadas, los brazos en jarras y la inclinación lateral pueden expresar determinación.
- Emociones: La postura puede reflejar emociones específicas. Así, la indiferencia puede expresarse por medio de los hombros encogidos, los brazos erguidos o las manos extendidas; la ira, por medio de los puños apretados, la inclinación hacia delante o los brazos extendidos; el coqueteo, por medio del cruzar o descruzar las piernas, etc.
- Acompañamiento del habla: Los cambios importantes de la postura se emplean para marcar amplias unidades del habla, como cambiar de tema, dar énfasis y señalar el tomar o ceder la palabra.
-

Se han señalado 4 categorías posturales:

1. Acercamiento: postura atenta comunicada por una inclinación hacia delante del cuerpo.
2. Retirada: postura negativa, de rechazo o de repulsa, que se expresa retrocediendo o volviéndose hacia otro lado.
3. Expansión: postura arrogante o despreciativa que se refleja en la expansión del pecho, el tronco recto o inclinado hacia atrás, la cabeza erguida y los hombros elevados.
4. Contracción: postura cabizbaja o de abatimiento que se caracteriza por un tronco inclinado hacia delante, una cabeza hundida, los hombros que cuelgan y el pecho hundido.” (Tomado el 03/05/2012 <http://ugt-aena.galeon.com/comunicacion.html>).

2.6. Barreras de la comunicación

En el proceso de la comunicación se dan ciertas interferencias las cuales pueden ser llamadas de distintas formas: barreras, ruidos, interferencias, obstáculos, etc. La característica principal que tienen es que dificultan el flujo comunicacional.

Las barreras pueden originarse en cualquiera de los elementos que intervienen en el proceso de la comunicación, ya sea en el emisor, receptor, mensaje, canal, código o contexto. Por ejemplo, un viajero cansado algunas veces ve el interior de un aeropuerto muy diferente cuando los vuelos están demorados; los asientos y las esquinas con piso alfombrado se vuelven puntos de descanso, y las conversaciones con los encargados de las salas pueden volverse tensas. Asimismo, el sueño, el hambre o el cansancio influyen en las percepciones y estos sí desempeñan un papel en la capacidad de pensar sobre personas y situaciones, y como responder a ellas.

Nuestro auto concepto, nuestras experiencias pasadas, habilidades físicas, personalidad, ambiente social, etc., se combinan para determinar quiénes somos y

de qué manera percibimos a las otras personas y a los acontecimientos que se dan en el mundo. (Dobkin, 2007)

2.6.1. Barreras Semánticas

Según (Interiano, 2010: p. 36) “la semántica estudia el significado de las palabras, desde el punto de vista lingüístico. En comunicación se refiere a barreras semánticas, al entorpecimiento de la comunicación por mala interpretación de la realidad.

La mala interpretación de la realidad puede ser producida por diversos factores. Quizá el factor más común es la escasa referencialidad de algunos mensajes en torno a la temática central del mismo, o a la descontextualización de algunos signos utilizados para la elaboración de los mensajes.

En otras palabras, pueden producirse no sólo por la mala interpretación de palabras y oraciones, sino por problemas de interpretación de hechos sociales completos; entre los que suelen citarse las costumbres, las tradiciones, los signos visuales, los ademanes, los ritos, etc.”

2.6.2. Barreras Físicas

“Son las fallas o deficiencias en la fuente o canal para la transmisión del mensaje. Las barreras o ruidos físicos pueden ser de distinta índole, dependiendo de la naturaleza de la fuente y especialmente, del canal que se esté utilizando en el transporte del mensaje.

Ruidos en la fuente podrían ser por ejemplo, la imposibilidad de captar todos los detalles de un mensaje o noticia (una noticia que no alcanzó a tomar todo el espacio de un accidente, ya que en el momento de hacerlo se había aglomerado demasiada gente, o el cuerpo había sido cubierto, total o parcialmente).

Ruidos o barreras en el canal, son todas las lagunas de legibilidad por defectos de transmisión. En espacios visuales como el periódico, constituyen ruidos las manchas de tinta, las letras muy débiles y líneas o dibujos de baja calidad de

impresión. En los canales electrónicos, constituyen ruidos las interferencias en la transmisión por desperfectos en el mismo canal, por cese momentáneo de la corriente eléctrica, por averiarse una cinta magnetofónica, etc.” (Interiano 2010: p.34, 35)

2.6.3. Barreras Fisiológicas

La definición de barrera fisiológica dada por (Interiano, 2010: p. 34 y 35) “estas se producen por mal funcionamiento en los órganos de emisión y recepción tanto de comunicadores como de perceptores.

Los problemas de audición por parte de los perceptores, así como los problemas en el aparato de emisión de la voz, son ruidos típicos de carácter fisiológico. En la visión también pueden detectarse ruidos, cuando las personas tienen dificultad para captar las formas y los colores. Son ruidos asimismo, el tartamudeo, siseo, etc.”

2.6.4. Barreras Psicológicas

“Son producidas por problemas en la atención, los filtros emotivos, los prejuicios, la noción de pérdidas y ganancias que se tenga en función de los mensajes recibidos.

Al hablar de pérdidas y ganancias nos referimos, emulando a Felipe Pardinás no solo a ganancias o pérdidas de carácter económico, sino a ganancias pérdidas de carácter emocional. Por ejemplo, la no interpretación de un mensaje por falta de interés del mismo, revela una pérdida emocional por parte del perceptor. Caso contrario sucedería por ejemplo, cuando una persona centra su atención en un mensaje porque le interesa sobremanera. En este caso, se trata de una máxima ganancia el hecho de recibir el mensaje.

En suma, las pérdidas están asociadas con los ruidos o barreras, ya sean éstas (las pérdidas) voluntarias o involuntarias.

Problemas patológicos, como la desnutrición, una afección pasajera, una jaqueca, pueden contribuir a crear barreras psicológicas en la comunicación, dado que el organismo es un ente armónico y no puede deslindarse la esfera fisiológica de la psicológica.” (Interiano, 2010: p. 35, 36)

Capítulo 3

3. Marco Metodológico

3.1. Método y tipo de investigación

✓ Método

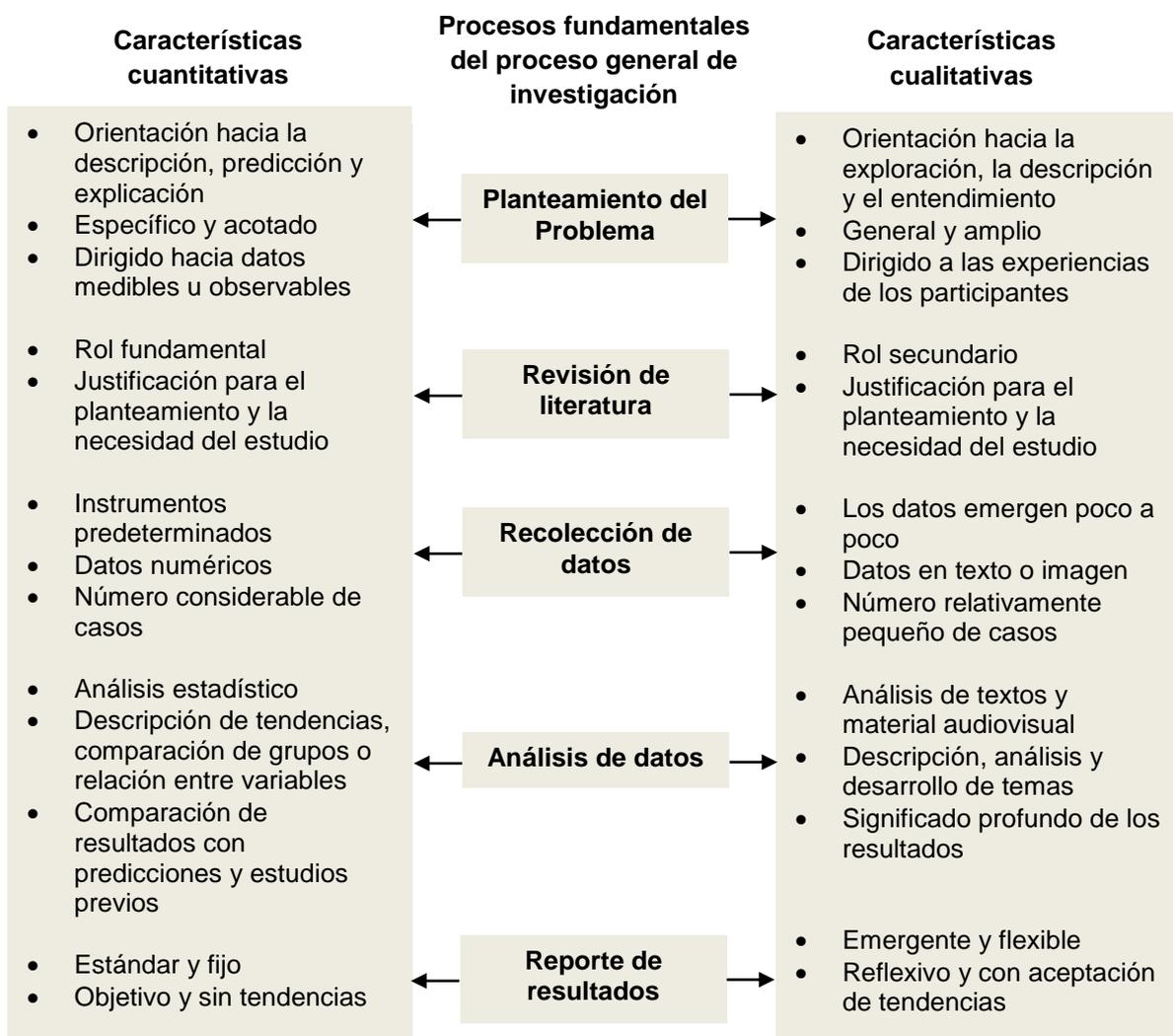
Es indispensable mencionar que en la actualidad se ha debatido mucho los métodos de investigación cualitativos y cuantitativos, pero en la actualidad se combinan estos métodos. (Creswell, 2005, citado por Hernández, Fernández-Collado y Baptista, 2006) indicó que “algunos autores insisten en que cada método o enfoque obedecía a una visión diferente del mundo, con sus propias premisas, y que esas visiones impedían la investigación mixta. Pero recientemente, algunos autores insisten en que esta posición dicotómica es incorrecta. Por ejemplo, una organización es una realidad objetiva (tiene oficinas, a veces edificios, personas que físicamente laboran en ella, capital, y otros elementos que constituyen recursos tangibles), pero también es una realidad subjetiva, compuesta de diversas realidades (sus miembros perciben diferente muchos aspectos de la organización, y sobre la base de múltiples interacciones se construyen significados distintos, se viven experiencias únicas, etcétera)”.

Según (Hernández, Fernández-Collado y Baptista, 2006) en el libro Metodología de la Investigación:

“En el enfoque cuantitativo los planteamientos a investigar son específicos y delimitados desde el inicio de un estudio. Además, las hipótesis se establecen previamente, esto es, antes de recolectar y analizar los datos. La recolección de los datos se fundamenta en la medición y el análisis en procedimientos estadísticos... Los estudios cuantitativos siguen un patrón predecible y estructurado (el proceso)... La meta principal de los estudios cuantitativos es la construcción y la demostración de teorías.”

Mientras que en una investigación cualitativa, en la mayoría de estudios no se prueban hipótesis, las cuales se generan durante el proceso y van refinándose conforme se recaban más datos o son un resultado del estudio. Este enfoque se basa en los métodos de recolección de datos no estandarizados y consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes. Se utiliza en primer lugar para descubrir y refinar preguntas de investigación. (Hernández, Fernández-Collado y Baptista, 2006)

Por lo tanto, para más claridad del enfoque metodológico mixto que esta investigación tiene se presenta un cuadro comparativo de los procesos cuantitativos y cualitativos en la investigación científica según Creswell (Creswell, 2005, citado por Hernández, Fernández-Collado y Baptista, 2006).



Como segundo punto, el método está basado en el modelo o paradigma funcionalista, que considera el estudio de una lengua como la investigación de las funciones desempeñadas por los elementos, las clases y los mecanismos que intervienen en ella; consecuentemente, con esta importancia de la función, el funcionalismo entiende que el estudio de un estado de lengua, independientemente de toda reflexión histórica, tiene valor explicativo y no solo descriptivo.

Los estudios funcionales del lenguaje parten de una visión que podría ser calificada de instrumentalista. Conforme a esta visión, toda lengua tiene como propósito primordial la comunicación y, por lo tanto, este propósito debe ser el punto de partida para cualquier estudio lingüístico que se haga. Por ello, la cuestión básica por resolver es verificar cómo se comunican los usuarios de una determinada lengua.

El verificar como se comunican las personas, analizar no solo las formas o estructuras gramaticales, sino también toda la situación comunicativa: el evento, los participantes, el contexto discursivo. En esto, contradice el estructuralismo norteamericano y a las teorías formalistas. Dentro del primero, se analizan estructuras gramaticales tales como los fonemas, morfemas, relaciones sintácticas y semánticas, los constituyentes, las dependencias, etc. Las segundas analizan estos fenómenos y, a la vez, construyen un modelo formal del lenguaje.

Los funcionalistas aseguran que la situación comunicativa motivada explica y determina las estructuras gramaticales; por ello, su propósito no es presentar modelos, sino encontrar explicaciones. Puede decirse que los estudios funcionales son un examen de la competencia comunicativa, o sea, de la capacidad de los individuos para codificar y decodificar los mensajes. Todo esto conlleva ver las expresiones lingüísticas como la configuración de funciones. Es, al considerar estas funciones, donde las distintas corrientes funcionalistas se separan.

Según la teoría del lingüista Roman Jakobson, quien se inspiró en el esquema triádico de K. Bühler que definía la actividad lingüística por medio de las funciones

de expresión, apelación y representación, propuso un esquema enriquecido de la comunicación verbal en torno de seis funciones del lenguaje (emotiva, conativa, referencial, poética, metalingüística y fática).

✓ Tipo de investigación

Descriptivo: Este tipo de investigación comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, al igual que la composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes, o sobre cómo una persona, grupo o cosa, se conduce o funciona en el presente.

La investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hecho y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta. (Tamayo; 1991)

La tarea del investigador en este tipo de investigación tiene las siguientes etapas (Tamayo; 1991; p. 27 y 28):

- “Descripción del problema
- Definición y formulación de hipótesis
- Supuestos en que se basan las hipótesis
- Marco teórico
- Selección de técnicas de recolección de datos
 - Población
 - Muestra
- Categorías de datos a fin de facilitar relaciones
- Verificación de validez de instrumentos
- Descripción, análisis e interpretación de datos

En torno a cuáles se dan los diversos tipos de estudios descriptivos, no hay acuerdo entre los investigadores, pues son las interpretaciones que al respecto se presentan. Abouhamad, incluye las siguientes:

- Estudios por encuesta. La realidad que se obtiene es limitada por el tipo de pregunta.
- Estudio de casos. Son productivos cuando se determina un número de casos confiables, ya que el estudio aislado de un caso no es un aporte.
- Estudios exploratorios. Se realizan con miras a consecución de datos fieles y seguros para la sistematización de estudios futuros.
- Estudios casuales. Se determina el porqué de la aparición de ciertos fenómenos.
- Estudio de desarrollo. Se presentan en función del tiempo y de la continuidad de un fenómeno a largo plazo.
- Estudios predictivos. Son los que nos proyectan la realidad de un presente hacia un futuro. Si sucede esto posiblemente ocurra aquello.
- Estudios de conjuntos. Son los que buscan la integración de datos.
- Estudios de correlación. Determinan la medida en que dos o más variables se relacionan entre sí.
- Estudios evaluativos. Analizan y evalúan realidades de hecho.”

3.2. Hipótesis

La comunicación interpersonal entre el agente de servicio al pasajero y el pasajero se debe a que sólo cumple la función fática de la comunicación lo que se convierte en barrera comunicacional.

3.3. Variables estudiadas

- ✓ La comunicación interpersonal

- ✓ Función fática
- ✓ Barrera comunicacional

3.4. Indicadores

- ✓ Comunicación Interpersonal
 - Verbal
 - El tono
 - El volumen
 - La velocidad al hablar
 - La pronunciación
 - Los silencios
 - Ritmo o fluidez
 - No verbal
 - Expresiones faciales
 - Contacto visual
 - Gestos
 - Proxémica
 - Contacto físico
 - Vocalización
 - Olor
 - Tiempo
 - Artefáctica
 - Postura
- ✓ Función Fática
 - Función de inicio
 - Función de constatación
 - Función de cierre o interrupción
- ✓ Barrera Comunicacional
 - Barreras Semánticas
 - Barreras Físicas
 - Barreras Fisiológicas

3.5. Objetivos

3.5.1. Objetivo General

Comprobar si la comunicación interpersonal entre el agente de servicio y el pasajero cumple la función fática de la comunicación.

3.5.2. Objetivos específicos

Determinar la comunicación interpersonal que se manifiesta entre los agentes de servicio y el pasajero.

Confirmar la existencia de la función fática en el proceso de comunicación entre el pasajero y agente de servicio, y si éste lo afecta de manera positiva o negativa.

Identificar el tipo de barreras comunicacionales más comunes que se dan en proceso de la comunicación interpersonal entre el agente de servicio y el pasajero.

Proponer mejoras del buen uso de la comunicación interpersonal para los agentes de servicio con el pasajero.

3.6. Técnica y procedimiento metodológico

3.6.1. Encuesta:

Técnica que se utilizó mediante un cuestionario compuesto por preguntas cerradas y de opción múltiple, previamente elaborado para la recopilación de datos sobre el tema de la Comunicación Interpersonal entre un Agente de Servicio al Pasajero y un Pasajero de una Aerolínea Internacional en Aeropuerto la Aurora.

Se realizaron dos cuestionarios, uno dirigido a los pasajeros usuarios de la aerolínea y el otro dirigido a los agentes de servicio al pasajero. Las preguntas se relacionaron con la intención de obtener mejores resultados.

Se encuestó un total de 55 pasajeros que representó el 14.3% del total de los 384 pasajeros que fueron usuarios de los 5 vuelos que operaron diariamente. La encuesta se realizó el 18 y 19 de junio del 2012.

Asimismo, se encuestó el 50% del total de agentes: 21 agentes de servicio, siendo 11 part time y 10 full time, del turno A.M. y P.M., junto a los 3 lead agents.

3.6.2. Entrevista:

Técnica que puede ser individual o colectiva. Se realizó a través una guía previamente elaborada con la cual se obtuvo información sobre el tema y que permitió enriquecer la información de la investigación.

Se realizaron 3 entrevistas directas e individuales, a los 2 supervisores de ambos turnos y a la Gerente de Tráfico Aéreo de la aerolínea, del 17 al 18 de enero de 2013.

3.6.3. Observación:

Técnica que es utilizada para observar fenómenos, personas, objetos, acciones, etc., con el fin de obtener información que es necesaria para una investigación y que en este caso se realizó de forma no verbal. Para documentar la observación se realizó una guía, la cual sirvió de apoyo para anotar todos los acontecimientos relevantes que se dan sobre el uso de la función fática en la comunicación entre el pasajero y el agente de servicio en los distintos puntos establecidos por la aerolínea dentro del aeropuerto, los cuales son: pódium de anfitrión, mostrador y puerta de abordaje.

En total se llenaron 21 guías de observación y se realizó en tres áreas: El pódium de anfitrión, mostrador y puerta de abordar, en las fechas del 18 al 28 de junio y el 17 de julio del 2012.

Cada día se trató la manera de cubrir las tres áreas pero en algunas ocasiones solamente se pudo en dos. Asimismo, los horarios fueron variados, debido a la fluidez de pasajeros que había en cada área, y a su vez también cambiaba de acuerdo a la operación de los vuelos de cada día.

3.7. Instrumentos

3.7.1. Cuestionario:

El cuestionario dirigido a los agentes de servicio consistió de 27 preguntas, divididas en los aspectos de: comunicación interpersonal, función fática y barreras de la comunicación.

El cuestionario dirigido a los pasajeros consistió de 29 preguntas, divididas en los aspectos de: comunicación interpersonal, función fática y barreras de la comunicación.

3.7.2. Guía de la Entrevista:

Se utilizó una guía de entrevista dirigida de forma individual a los 2 Supervisores y a la Gerente de Tráfico aéreo de la Aerolínea, la cual constó de 5 preguntas, en relación a los aspectos de comunicación interpersonal, función fática y barreras de la comunicación:

3.7.3. Guía de Observación:

La guía de observación se utilizó para realizar una recopilación de todos los fenómenos observados y la calificación de cada una de las acciones que interesan evaluarse. La guía se dividió en comunicación interpersonal, función fática y barreras de la comunicación.

3.8. Población:

El universo de la investigación fue:

- A un inicio de la investigación la cantidad era aleatoria ya que variaba según las reservas vendidas o canceladas de 5 vuelos elegidos para encuestar; pero en los días que se encuestaron fue un promedio de 384 pasajeros que tenían sus reservaciones.

Los 5 vuelos que se eligieron, según lo que indicó gerencia, eran los que operaban diariamente y los que tenían mayor fluidez de pasajeros. Otro factor que se tomó

en cuenta fue que en algunos días operaban 12 vuelos y en otros 14 vuelos, asimismo, 4 de ellos no se tomaron en cuenta ya que eran vuelos operados en aviones pequeños donde el total de pasajeros era muy bajo, y en horarios de madrugada o de noche, en los cuales no era permitido realizar encuestas.

- Los 42 agentes de servicio al pasajero, los cuales se dividen en:

- 23 del turno AM:

- 10 part time y 13 full time;

- 19 del turno P.M.:

- 9 part time y 10 full time;

- 3 lead agents;

- 2 supervisores y 1 gerente de la Aerolínea Internacional,

Todos ubicados dentro del Aeropuerto Internacional La Aurora.

3.9. Muestra

55 pasajeros que fueron el 14.3% del total de los 384 pasajeros, 21 agentes de servicio, siendo 11 part time y 10 full time, del turno A.M. y P.M., 3 lead agents, 2 supervisores de ambos turnos y la gerente del área.

Capítulo 4

4. Análisis y descripción de resultados

A continuación se presentan los análisis y descripciones de los resultados obtenidos de la investigación realizada, los cuales fueron distribuidos de la siguiente manera:

- ✓ Observación
- ✓ Encuestas a los agentes de servicio al pasajero
- ✓ Encuestas a los pasajeros
- ✓ Entrevistas a los supervisores y a Gerente de Tráfico Aéreo de la aerolínea

4.1. Observación

Según las observaciones realizadas a los agentes de servicio al pasajero al momento de comunicarse con los pasajeros se pudo tomar nota en cada uno de los puntos a calificar, los cuales se presentan a continuación:

- En la gran mayoría de casos el tono de voz con que el agente de servicio le habló al pasajero fue muy agradable y muy pocas veces fue con un tono aceptable.
- El volumen de voz de los agentes de servicio al hablarle al pasajero fue en la mayoría de casos, moderado, seguido por muy pocos casos donde se daba un tono de voz alto, el cual logró interferir en la comunicación que se dio entre un agente de servicio y su pasajero. En pocas ocasiones, algunos agentes hablaron con un volumen de voz bajo tanto en mostrador como al momento de dar los anuncios de abordaje.
- En la gran mayoría de casos los agentes de servicio hablaron con una velocidad moderada. Pero en algunas ocasiones, cuando los agentes le daban la información de vuelo, hora de abordaje, asiento, etc., lo hacían de una manera muy rápida, que no logró llegar de forma clara al pasajero.

Asimismo, al momento que el agente daba los anuncios de abordaje en algunas ocasiones lo realizó con velocidad rápida.

- La pronunciación de los agentes de servicio al pasajero era muy buena, aunque en una ocasión la pronunciación, el ritmo y la fluidez fueron afectados por la velocidad en que hablaba. Un agente seseaba un poco pero no interfería en la comprensión del mensaje.
- En la gran mayoría de casos el agente de servicio realizó muchos silencios pero eran al momento de ingresar los datos al sistema y/o revisar los documentos de viaje del pasajero.
- El ritmo y fluidez eran muy buenos, pero en una ocasión fue afectado al momento de dar un anuncio de demora del vuelo en la sala de abordaje.
- En la mayoría de casos no se dieron muchas expresiones faciales, debido a que la mayoría de agentes de servicio mantuvieron una expresión muy neutra, pero en otras ocasiones los agentes le sonreían al pasajero. En otras ocasiones se dieron más expresiones faciales en los agentes que fueron de seriedad, cansancio, preocupación o desánimo, con el ceño fruncido y/o con expresiones de incomodidad por el calor, lo cual lo demostraba soplándose a la cara con una hoja, un sobre, etc.
- En varias ocasiones el agente de servicio no realizó o no mantuvo contacto visual con el pasajero, sobre todo en el proceso de chequeo en mostrador, donde inicia saludando, pidiendo los documentos de viaje, ingresando los datos en la computadora, realizando y/o respondiendo preguntas adicionales, dando información de vuelo y despidiéndose. En las salas de abordaje a los agentes de servicio les era difícil mantener contacto visual con el pasajero debido a que el tiempo de interacción con cada cliente era más reducido debido a la atención que debía prestarle a cada uno de los procesos de chequeo de documentos y abordaje.

- Los agentes de servicio realizaron muy pocos gestos mientras estaban en el anfitrión, pero en el proceso de chequeo en mostrador y en las salas de abordar se observaron algunos gestos de incomodidad que aparentemente eran por el calor, ya que realizaba movimientos con las manos para soplarse la cara o con cualquier hoja de papel que tuviera a la mano y que movía para generar aire. También se observaron movimientos de los pies y movimientos de balanceo en el mismo lugar.
- La proxémica observada entre el agente de servicio al pasajero y el pasajero se delimitó al pódium y la balanza para maletas en el lobby de anfitrión, y al mostrador en el proceso de chequeo, en donde la mayoría de ocasiones los agentes se inclinaron y se recostaron sobre el mostrador al momento de darles la información de vuelo a los pasajeros. En las salas de abordaje la proxémica se delimitó al mostrador de la sala, pero al momento de abordaje se presentó un mayor acercamiento para verificar la identidad del pasajero y los documentos de viaje.
- En cuanto al contacto físico, éste se dio muy pocas veces, siendo algunas de estas ocasiones, cuando el pasajero le daba la mano al agente de servicio, o bien cuando se le ayudó a algún pasajero en silla de ruedas, con bastón, etc.
- La vocalización que se observó fue cuando reían los agentes de servicio por algún comentario que les agradó del pasajero, asimismo en pocas ocasiones se observó que algunos agentes realizaron sonidos que no son palabras como para afirmar o negar una información, o bien, cuando se dudaba de alguna información.
- En la gran mayoría de casos no se percibieron olores que perjudicaran la comunicación, y en los pocos casos se percibieron olores en las maletas por alimentos que los pasajeros que llevaban en el interior de las mismas.

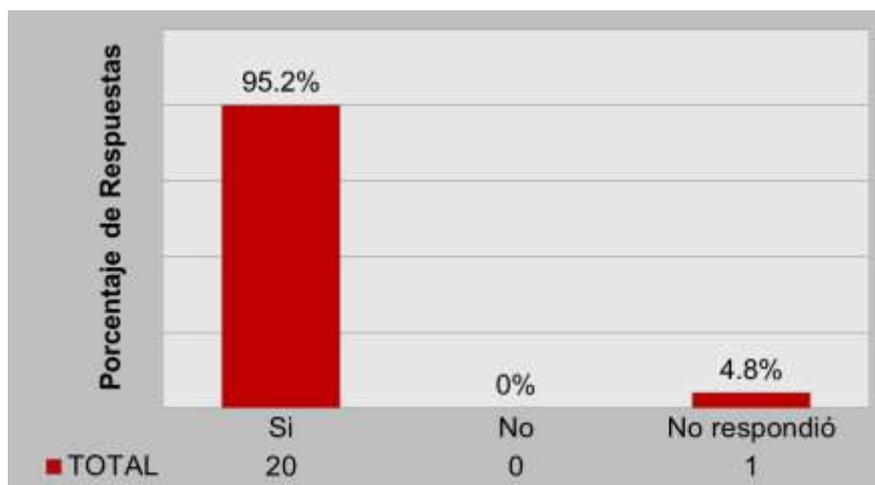
- El tiempo que se manejó entre el agente de servicio y el pasajero fue poco, tanto en el lobby, en el mostrador y en las salas de abordaje, solamente se extendían cuando habían inconvenientes con los boletos.
- En la artefáctica de los agentes de servicio, la mayoría de agentes de servicio se presentaron con la artefáctica requerida por la empresa, que son el uniforme completo, limpio y presentable, el peinado y el maquillaje adecuado; pero en pocas ocasiones no se cumplieron esos requisitos ya que no contaban con la artefáctica completa o usándola adecuadamente.
- La postura que mantenía el agente de servicio era adecuada en la mayoría de ocasiones, ya que mantenía una postura atenta, que se caracteriza por ser una postura de acercamiento y que tiende a inclinarse hacia delante del cuerpo, sólo se observó un caso en el que el agente de servicio tenía una postura encorvada.
- Al momento de observar la función fática que se presentó en la comunicación interpersonal entre el agente de servicio y el pasajero, se pudo verificar que el agente de servicio inició el saludo en la mayoría de ocasiones, pero se observaron varios casos en los que el pasajero inició el saludo al acercarse, o bien no se dio ningún saludo al inicio de la conversación.
- La función de constatación casi no se presentó en la comunicación interpersonal entre el pasajero y el agente de servicio, ya que el agente no se aseguraba si el pasajero había comprendido muy bien el mensaje.
- En la función de interrupción, la mayoría de casos los agentes de servicio que necesitaban interrumpir amablemente lo hacían para dar ó solicitar alguna información, de igual forma los pasajeros en ocasiones se acercaban al agente de servicio preguntando alguna información sin importar si este se encontraba ocupado.

- Al momento de finalizar la comunicación entre el agente de servicio y el pasajero se observó que en la gran mayoría de casos los agentes de servicio se despedían de los pasajeros con frases como “que le vaya bien”, “feliz viaje”, etc., pero de una manera un poco mecanizada.
- En muy pocas ocasiones los agentes de servicio utilizaron palabras que fueron de difícil comprensión al pasajero. Las pocas ocasiones que no comprendieron el mensaje fueron porque los agentes utilizaron palabras técnicas al momento de explicar una información.
- Solamente se presentaron barreras físicas en la comunicación entre el agente de servicio y el pasajero, cuando se dieron apagones de luz en las instalaciones del aeropuerto, ya que el aeropuerto no contaba con una planta que durara más de cinco minutos, por lo tanto el proceso de chequeo en mostradores y en las salas de abordaje se demoraban un poco más, por la falta de computadoras funcionando.
- Se presentaron solo dos casos en donde los agentes de servicio se encontraron enfermos, asistiendo a los pasajeros en el mostrador y en las salas de abordaje, lo cual no afectó significativamente el servicio al pasajero.

4.2. Encuestas a los agentes de servicio al pasajero

Se encuestó a los agentes de servicio al pasajero part time y full time, de los turnos AM y PM, asimismo a los lead agents, quien en conjunto proporcionaron importante información para la investigación.

Gráfica No. 1 ¿Sabe qué es la comunicación interpersonal?



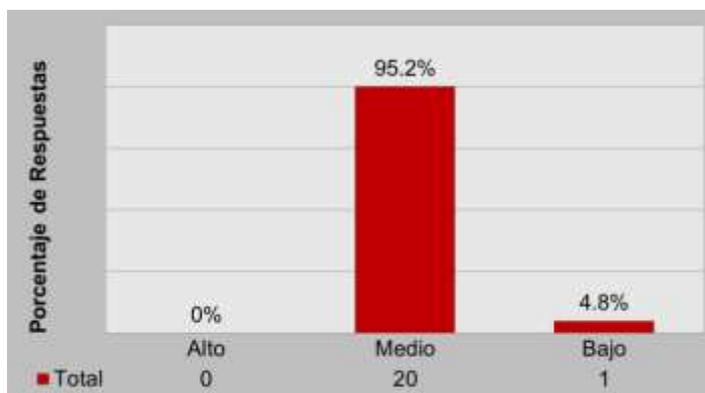
Según los resultados obtenidos el 95.2% de los agentes de servicio al pasajero sí sabe que es comunicación interpersonal mientras que el 4.8% no respondió.

Gráfica No. 2 ¿Cuál es el tono de voz con el que le habla al pasajero?



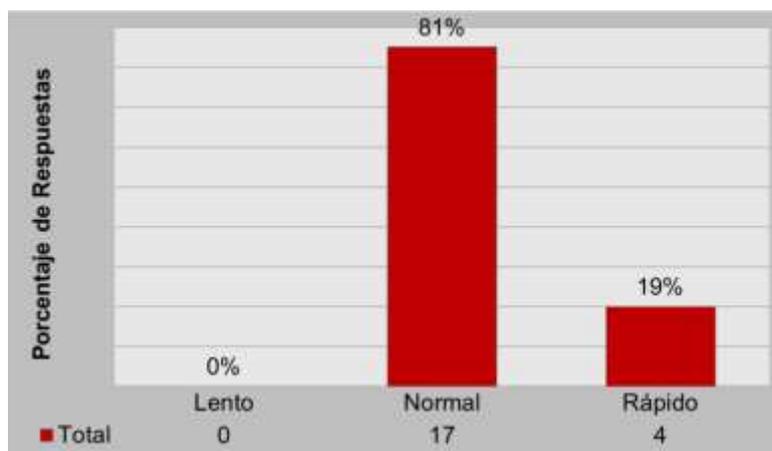
En las respuestas de los agentes de servicio al pasajero, el 41.9% indica que utiliza un tono de voz seguro al hablarle al pasajero, seguido por un 29% que confirmó hablar con un tono de voz cálido, seguido por un tono tranquilo con 16.1%. Asimismo, indicaron con 6.5% hablar con tono entusiasta, 3.2% sugestivo y 3.2% con otros tonos de voz en los cuales mencionaron un tono fuerte, que se podría relacionar con un tono fuerte o seguro.

Gráfica No. 3 ¿Cuál es el volumen de voz que utiliza regularmente para hablarle al pasajero?



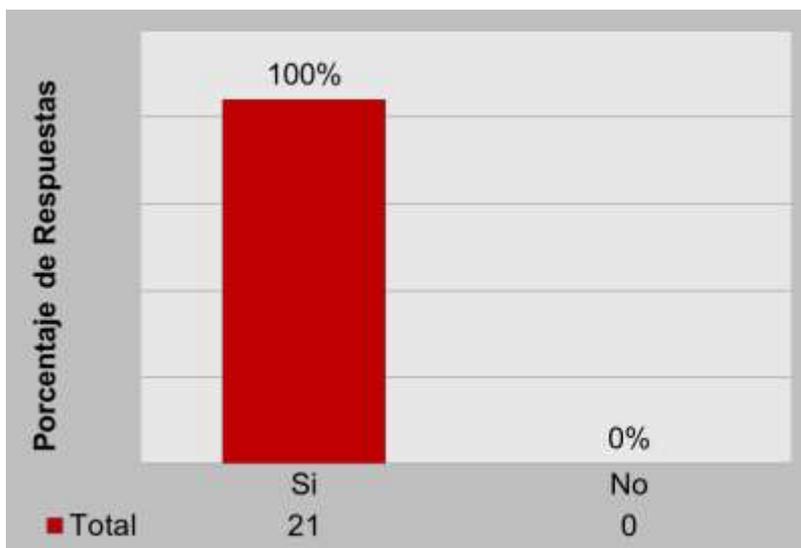
Según los resultados obtenidos el 95.2% indicó que regularmente utilizan un volumen de voz medio, seguido por un 4.8% con un volumen de voz bajo.

Gráfica No. 4 ¿Con qué velocidad le habla al pasajero?



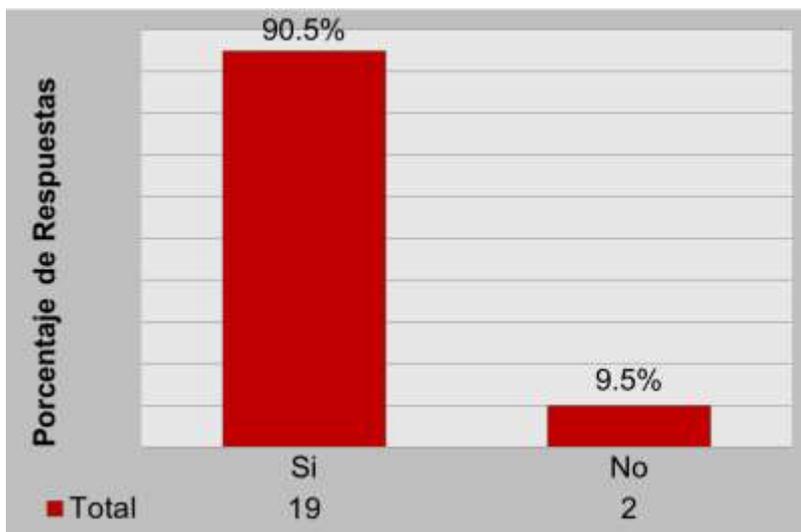
De acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas a los agentes de servicio al pasajero el 81% indica que hablan con una velocidad normal y el 19% habla con una velocidad rápida.

Gráfica No. 5 ¿Pronuncia y articula bien las palabras al hablarle al pasajero?



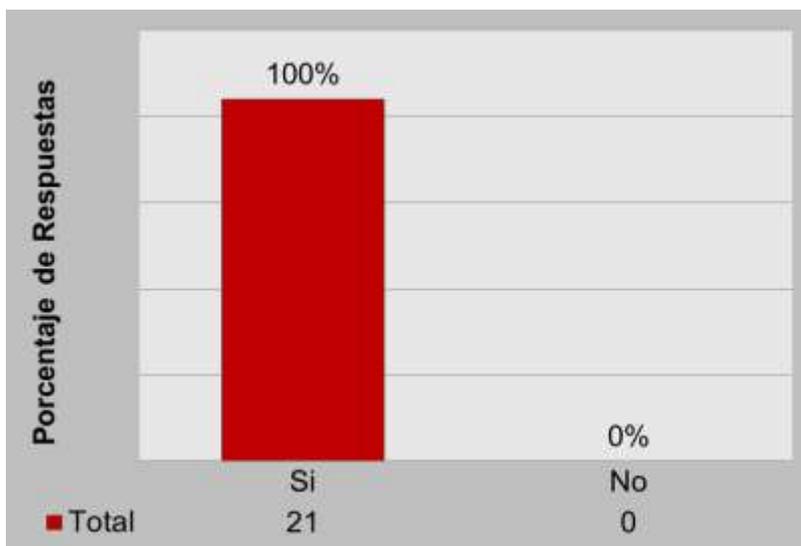
Los resultados de las encuestas realizadas a los agentes de servicio al pasajero indican que un 100% si pronuncian bien las palabras al hablarle al pasajero.

Gráfica No. 6 ¿Realiza algunas pausas que son necesarias al hablarle al pasajero?



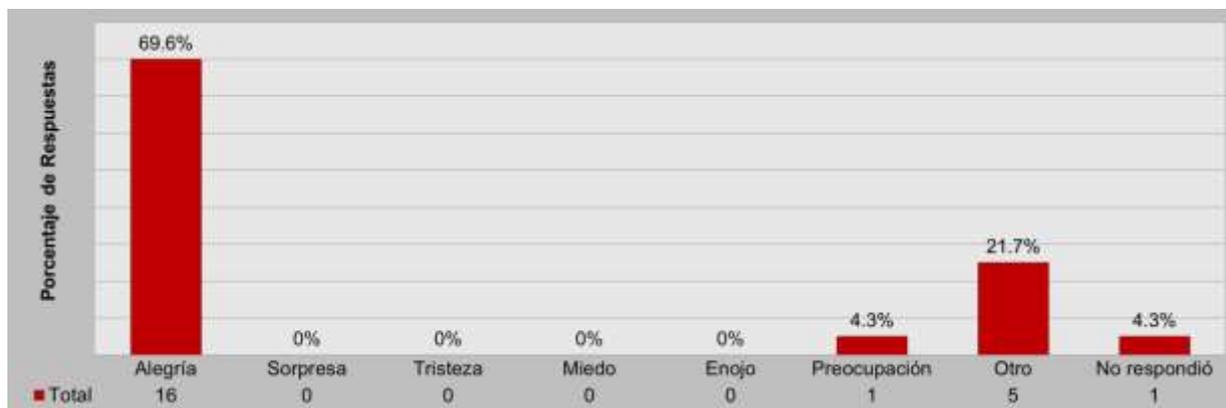
Según los resultados obtenidos de las encuestas, los agentes de servicio al pasajero indicaron en un 90.5% que si realizan algunas pausas que son necesarias al hablarle al pasajero, pero el 9.5% indicó que no.

Gráfica No. 7 ¿Le habla con ritmo y fluidez al pasajero?



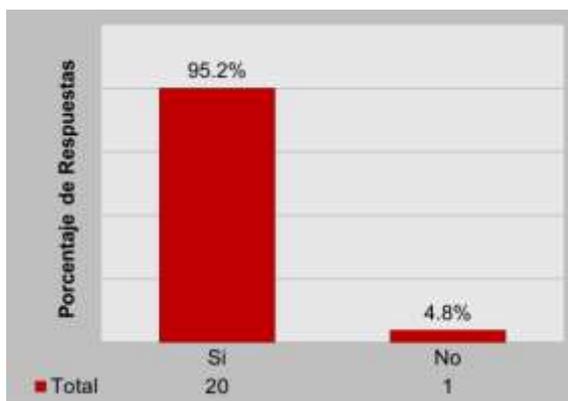
El 100% de los agentes de servicio al pasajero encuestados indicaron que si consideran hablarle al pasajero con ritmo y fluidez.

Gráfica No. 8 ¿Qué tipo de emoción cree que regularmente muestra con su expresión facial, al pasajero?



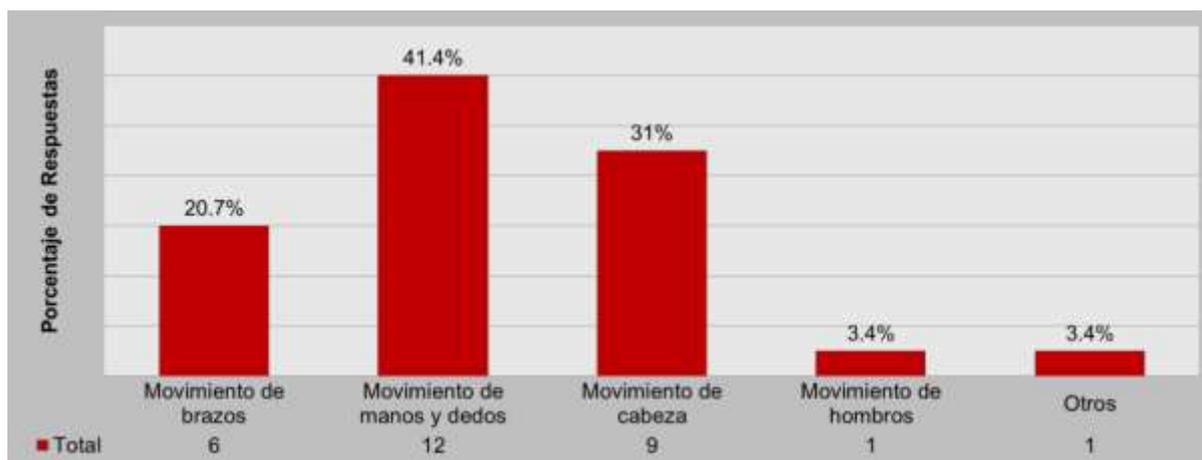
Según las respuestas de los agentes de servicio al pasajero encuestados, el 69.6% cree que regularmente muestra al pasajero una expresión facial de alegría, el 4.3% indican de preocupación, el 21.7% cree que otros tipos de expresiones faciales los cuales describieron individualmente como expresiones faciales de paz, seguridad, amabilidad, serenidad, y también indiferencia. El 4.3% no respondió la pregunta.

Gráfica No. 9 ¿Realiza contacto visual con el pasajero?



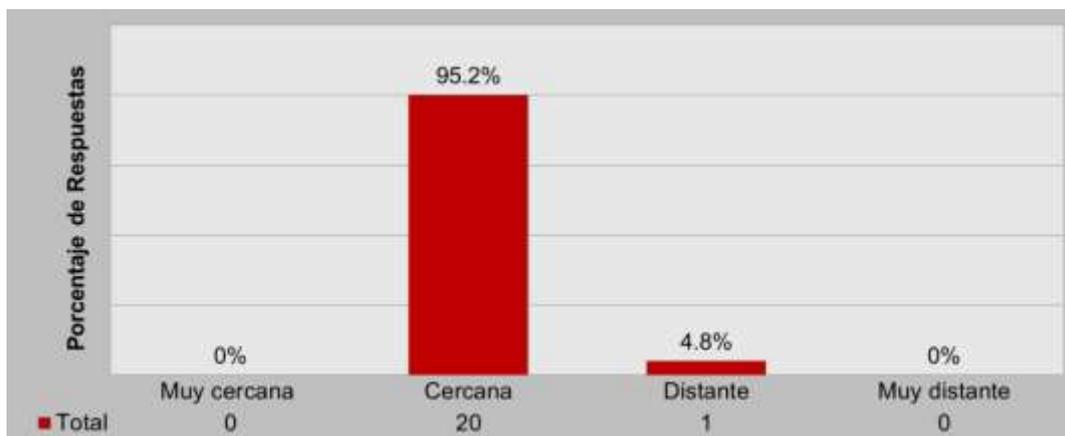
El 95.2% de los agentes de servicio al pasajero respondió que sí realiza contacto visual con el pasajero, mientras que el 4.8% indica que no lo hace, lo cual se debe a que pasan la mayor parte del tiempo observando lo que trabajan en la computadora al ingresar los datos y luego a los datos que tienen los documentos de viaje, dejando a un lado el mirar al pasajero a los ojos al momento de darle la bienvenida, preguntándole algún dato del viaje, dándole la información de su vuelo, o bien al despedirse.

Gráfica No. 10 ¿Qué tipo de gestos utiliza al hablarle al pasajero?



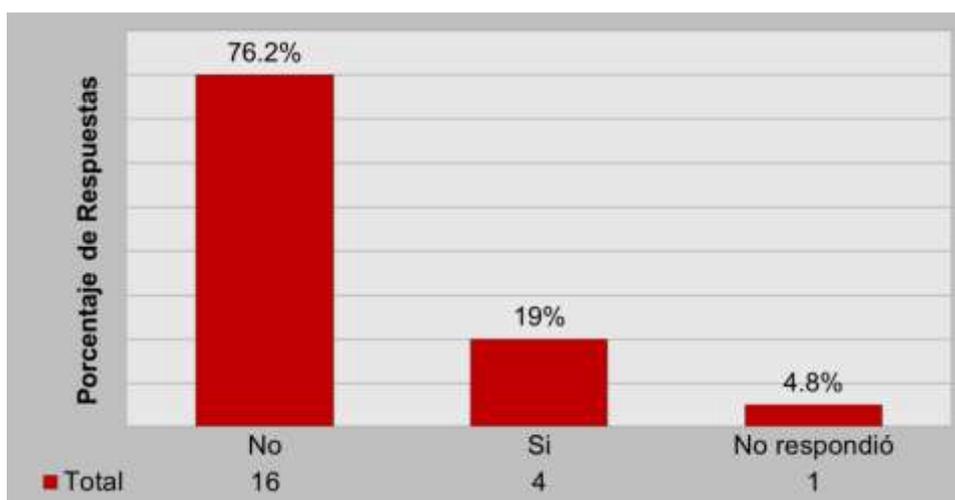
De acuerdo a las respuestas de los agentes de servicio al pasajero el 20.7% confirmó que los gestos que utilizan al hablarle al pasajero son de movimiento de brazos, el 41.4% gesticula con movimientos de manos y dedos, el 31% con movimientos de cabeza, el 3.4% realiza movimientos de hombros y el 3.4% realiza otro tipo de gesticulaciones.

Gráfica No. 11 ¿Aproximadamente, qué distancia prefiere tener con el pasajero?



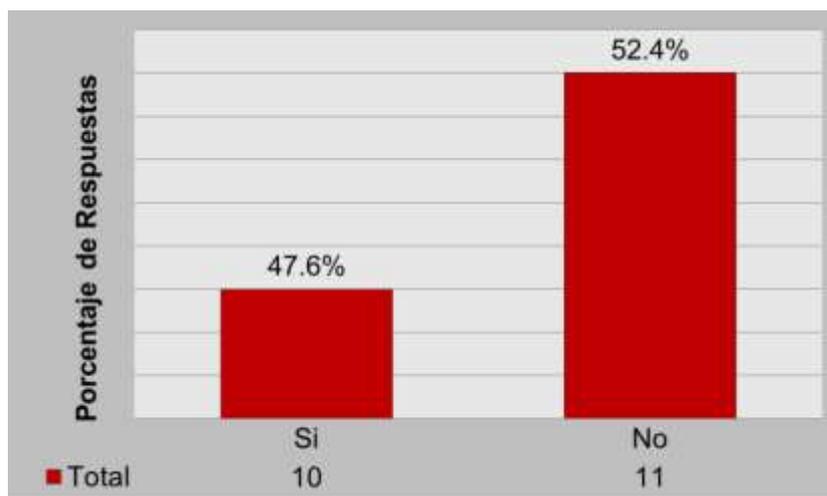
La mayoría de agentes de servicio al pasajero que respondieron con un 95.2%, prefieren tener una distancia cercana con el pasajero, y el 4.8% prefiere mantenerse distante.

Gráfica No. 12 ¿Existe algún contacto físico con el pasajero?



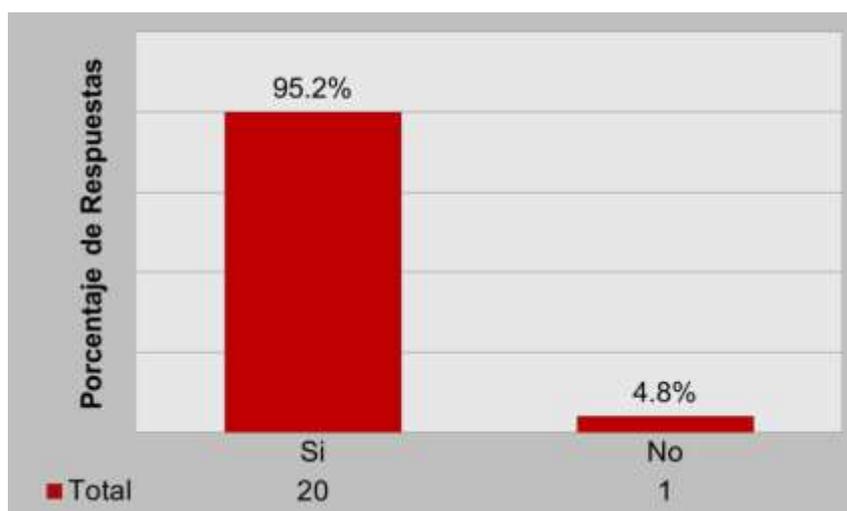
El 76.2% de los agentes de servicio al pasajero indicó que no existe algún contacto físico con el pasajero, mientras que el 19% confirmó que si se dan algunos tipos de contacto físico con el pasajero. El 4.8% no respondió.

Gráfica No. 13 ¿En ocasiones realiza sonidos que no son palabras, para decir "si" ó "no"?



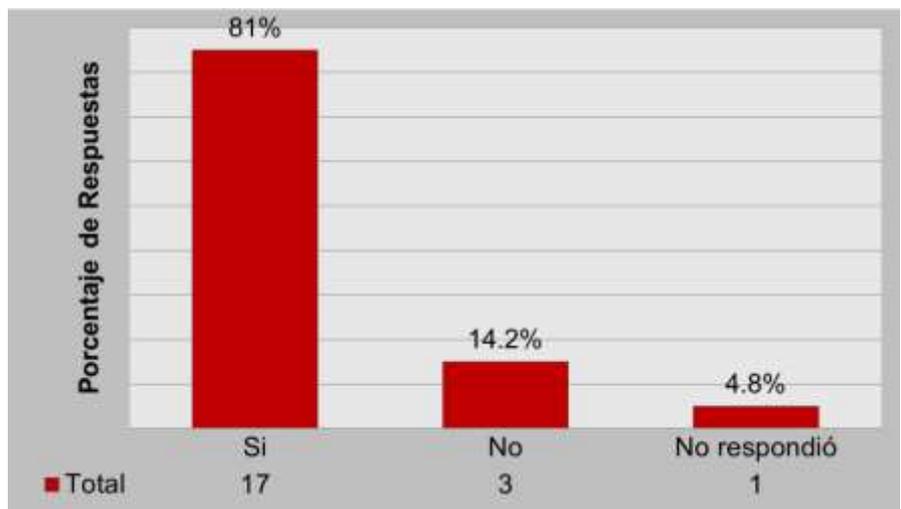
Según el 47.6% de respuestas de los agentes de servicio al pasajero, sí realizan sonidos que no son palabras, para decir "si" ó "no", mientras que el 52.4% respondió que no realizan ese tipo de sonidos.

Gráfica No. 14 ¿Para usted el olor influye en la comunicación interpersonal?



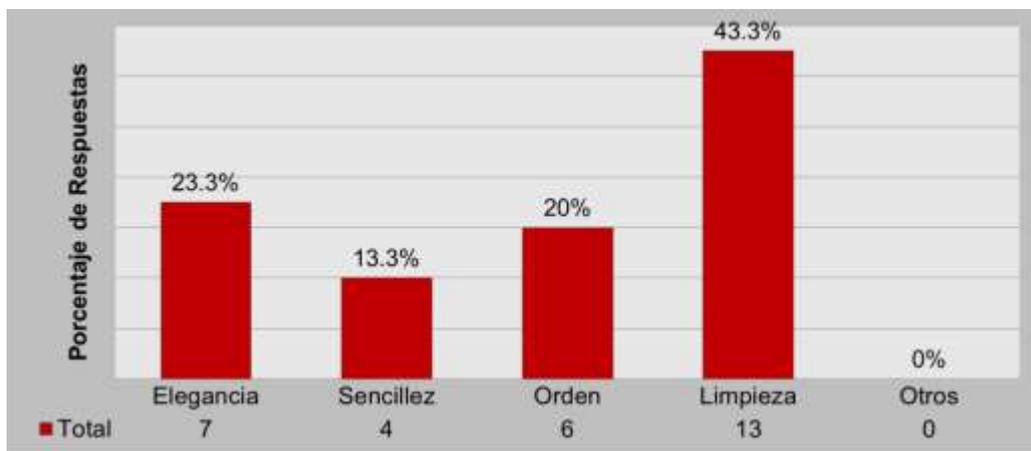
Los agentes de servicio al pasajero respondieron con un 95.2% que el olor sí influye en la comunicación interpersonal, mientras que el 4.8% indicó que no influye.

Gráfica No. 15 ¿Para usted, el manejo de un tiempo corto con el pasajero mejora el servicio para la mayoría de los pasajeros?



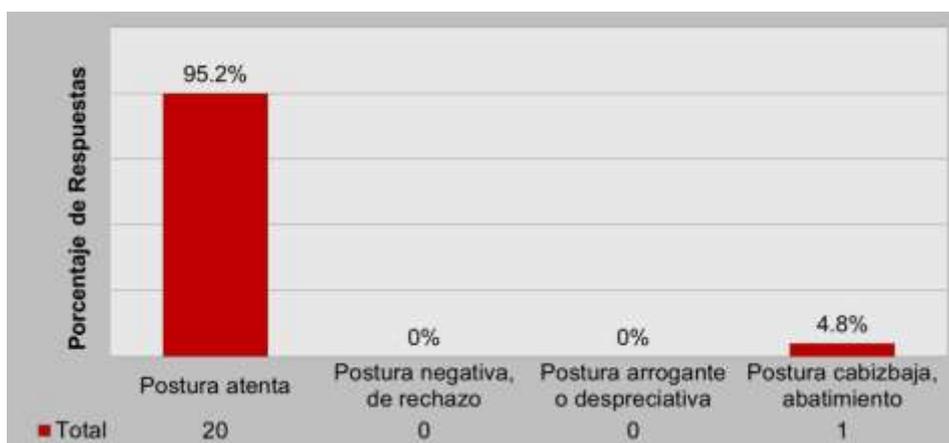
El 81% de los encuestados manifestó que el manejo de un tiempo corto con el pasajero sí mejora el servicio para la mayoría de los pasajeros, pero el 14.2% indica que no. El 4.8% no respondió a la pregunta.

Gráfica No. 16 ¿Qué cree que le comunica su vestimenta, joyería, maquillaje y peinado al pasajero?



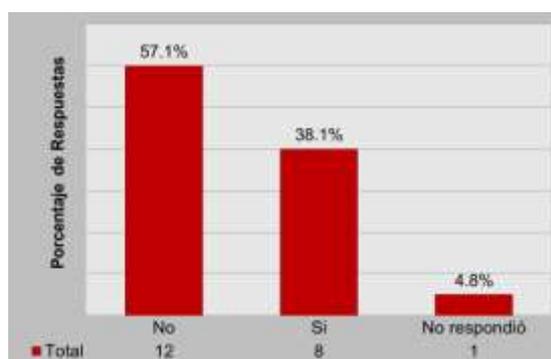
El mayor porcentaje de agentes de servicio al pasajero encuestados, 43.3% respondió que su vestimenta, joyería, maquillaje y peinado comunica limpieza, seguido por el 23.3% que comunica elegancia, el 20% orden y el 13.3% sencillez.

Gráfica No. 17 ¿Qué tipo de postura tiene regularmente al hablarle al pasajero?



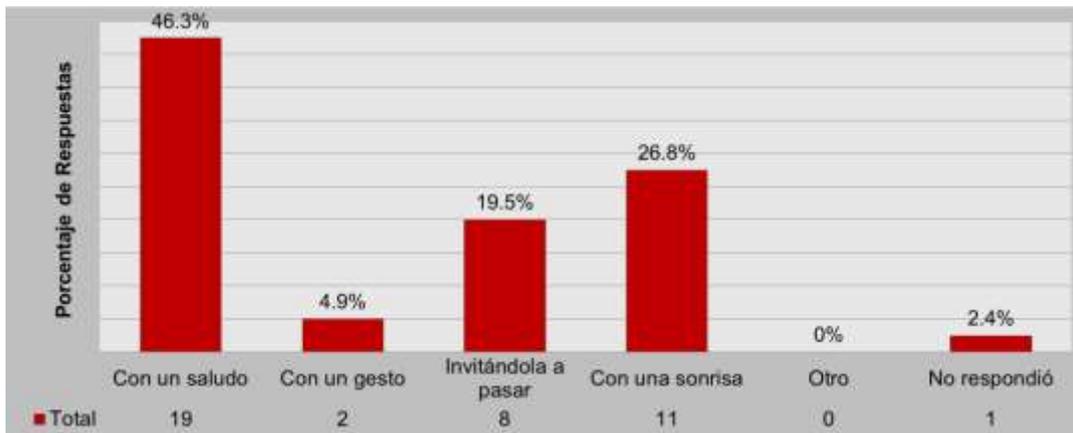
La postura que regularmente mantiene el agente de servicio al pasajero al hablarle al pasajero es una postura atenta con el 95.2% de los agentes de servicio al pasajero, mientras que el 4.8% opinan que es una postura cabizbaja o abatimiento.

Gráfica No. 18 ¿En el proceso de chequeo, en ocasiones utiliza un vocabulario con palabras técnicas como: ATR, Airbus, CTO, gate, etc., o coloquiales como ¡Qué hueva! ¡Qué buena onda! ¡Casacas! ¡Qué chilero!, que podrían dificultar la comprensión de la información al pasajero?



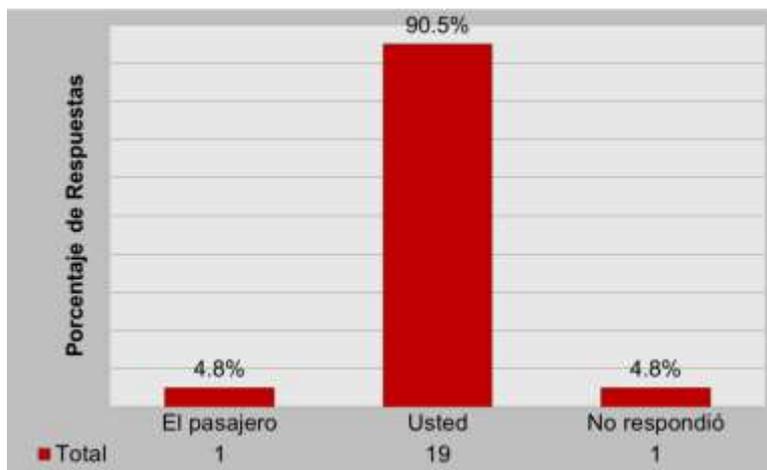
El 57.1% de los agentes de servicio al pasajeros opina que en el proceso de chequeo no utiliza un vocabulario con palabras técnicas con el pasajero como ATR, Airbus, CTO, gate, etc., o bien palabras coloquiales como ¡Qué hueva! ¡Qué buena onda! ¡Casacas! ¡Qué chilero! El 38.1% si cree que en ocasiones utiliza este tipo de palabras técnicas al momento conversar con el pasajero lo que en algunas ocasiones perjudican la comprensión del mensaje. El 4.8% no respondió.

Gráfica No. 19 ¿Regularmente cómo inicia la comunicación con el pasajero en el lobby o pódium de anfitrión?



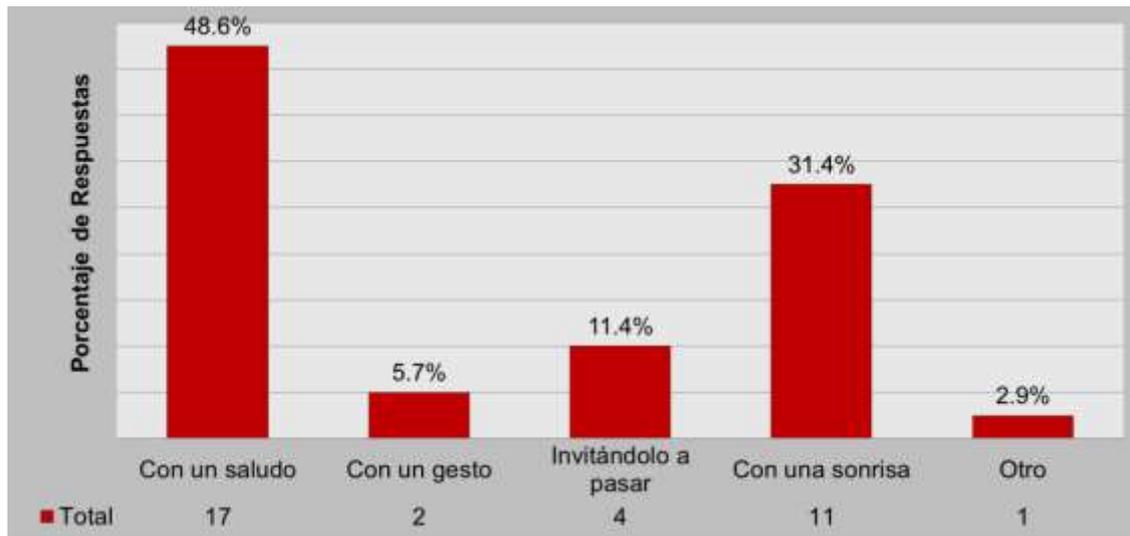
El 46.3% de los agentes de servicio al pasajero manifestó que en el lobby o pódium de anfitrión, regularmente inician la comunicación con el pasajero con un saludo, el 4.9% con un gesto, el 19.5% invitándolo a pasar, el 26.8% con una sonrisa, y el 2.4% no respondió.

Gráfica No. 20 ¿Regularmente, quién inicia la comunicación en el lobby o pódium de anfitrión?



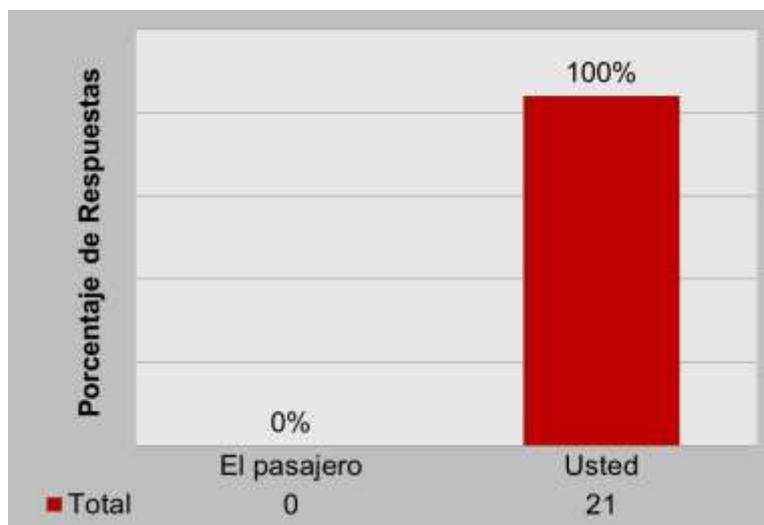
Según los resultados de la encuesta a los agentes de servicio al pasajero, 4.8% opina que el pasajero es quien regularmente inicia la comunicación en el lobby o pódium de anfitrión, mientras que el 90.5% opina que ellos inician la comunicación. El 4.8% no respondió.

Gráfica No. 21 ¿Regularmente, cómo inicia la comunicación con el pasajero en el mostrador?



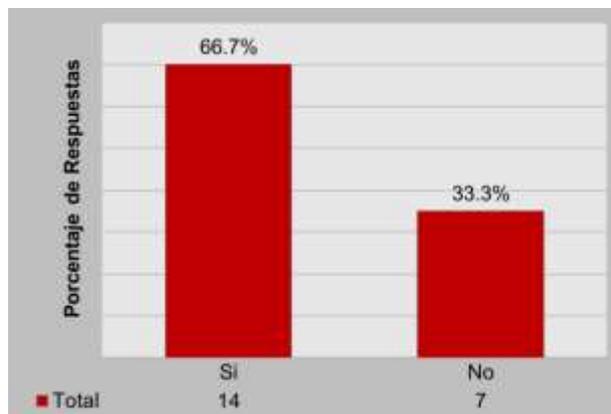
El mayor porcentaje de agentes de servicio al pasajero, 48.6%, indican que en el mostrador, regularmente inician la comunicación con el pasajero con un saludo, el 5.7% inicia con un gesto, el 11.4% invitándolo a pasar, el 31.4% con una sonrisa, y el 2.9% de otras forma, donde mencionaron que regularmente inician con contacto visual.

Gráfica No. 22 ¿Regularmente quién inicia la comunicación en el mostrador?



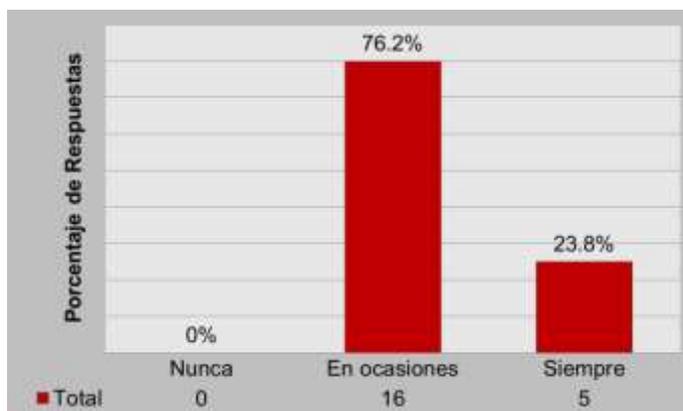
Los resultados muestran que el 100% de los agentes de servicio encuestados inician la comunicación con el pasajero en el mostrador.

Gráfica No. 23 ¿Cuándo el pasajero realiza consultas o comentarios sobre ubicación, vuelo, etc., regularmente usted le responde con frases cortas como: ¡Allá! ¡Ok! ¡Ajá! ¡Por supuesto! ¡Claro! ¡Entiendo! ¡Escucho! ¡Ya! ¡Cómo no!?



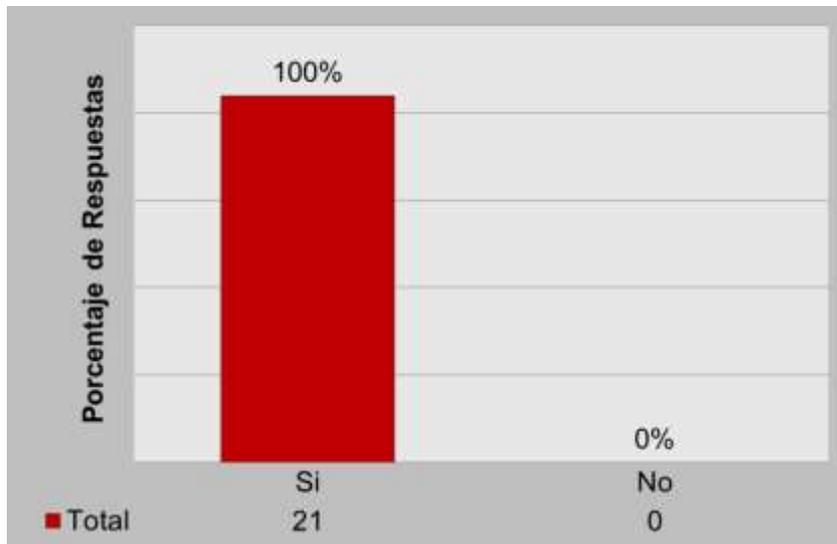
De acuerdo a los resultados, el 66.7% de los encuestados indicó que al momento que el pasajero realiza consultas o comentarios sobre ubicación, vuelo, etc., los agentes de servicio regularmente le responden al pasajero con frases cortas como: ¡Para servirle!, ¡Con mucho gusto!, ¡Allá!, ¡Por las puertas de vidrio! El 33.3% indicó que no responden con este tipo de frases cortas ya que utilizan frases más largas para responder, explicar o comentar.

Gráfica No. 24 ¿Al darle la información necesaria al pasajero, usted confirma si lo ha comprendido?



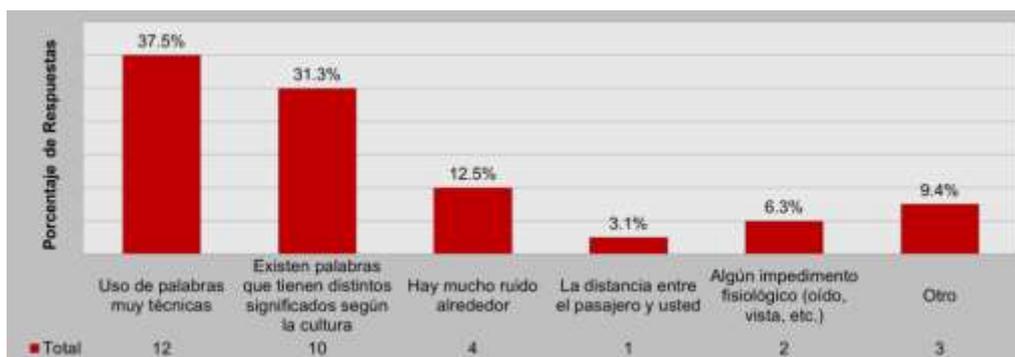
El 76.2% de los encuestados coincide que en ocasiones confirma si el pasajero ha comprendido la información que le dio. El 23.8% de los encuestados confirmaron que siempre lo hacen.

Gráfica No. 25 ¿Al momento de finalizar la conversación, usted utilizó frases cierre como ¡Hasta pronto! ¡Feliz viaje! ¡Que le vaya muy bien!?



En su totalidad, 100% de los encuestados, confirmaron que al momento de finalizar la conversación con el pasajero, utiliza frases como ¡Feliz viaje! Que fue la más utilizada. También se despedían con la frase: ¡Que le vaya muy bien!, y en algunas ocasiones: ¡Para servirle! Luego que el pasajero le agradecía por la información.

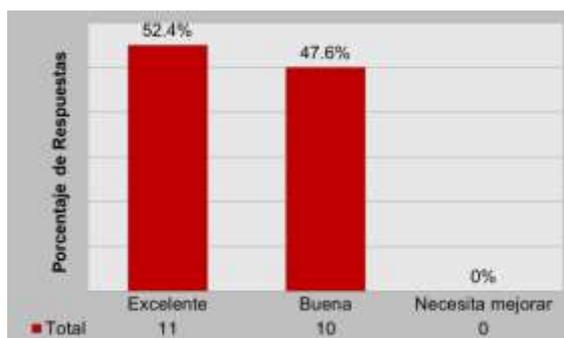
Gráfica No. 26 ¿Qué factores cree que son barreras u obstáculos para que se dé una buena comunicación interpersonal entre el pasajero y usted?



El 37.5% de los agentes de servicio al pasajero confirmaron que el uso de palabras muy técnicas podría ser uno de los factores que crean barreras u obstáculos para que se dé una buena comunicación interpersonal entre el

pasajero y el agente de servicio. El 31.3% opina que podría ser por el uso de palabras que tienen distintos significados según la cultura. El 12.5% confirma que es porque hay mucho ruido alrededor. El 3.1% opina que podría ser por la distancia entre el pasajero y el agente de servicio. El 6.3% indica que es por algún impedimento fisiológico (oído, vista, etc.). El 9.4% cree que es por otros factores, de los cuales mencionaron la falta de atención del pasajero, ya sea por nervios o estrés, asimismo, la compleja explicación de algún procedimiento técnico que se tenga que informar al pasajero, pero que a veces es difícil que lo comprenda.

Gráfica No. 27 ¿Cómo califica la comunicación interpersonal entre el pasajero y usted?

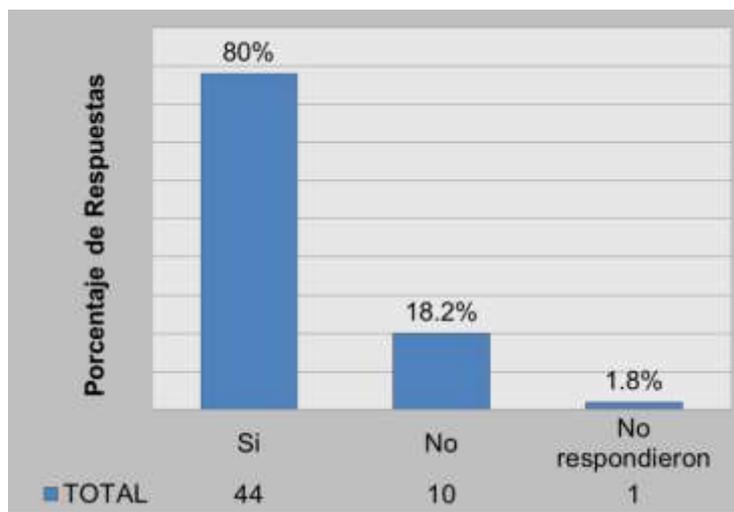


Los agentes de servicio al pasajero manifestaron en un 52.4% que la comunicación interpersonal entre el pasajero y el agente es excelente. Mientras que 47.6% la califica como buena.

4.3. Encuestas a los pasajeros

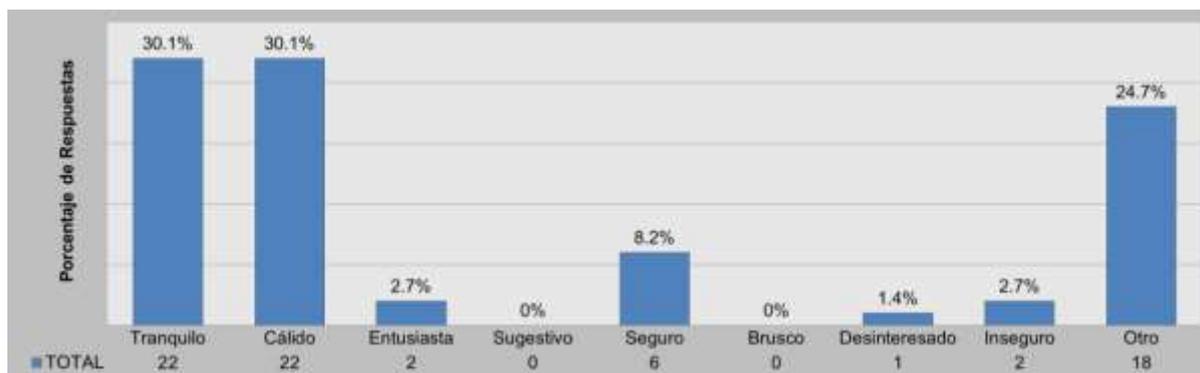
De la misma manera se encuestó a los pasajeros que viajaron en distintos vuelos de la línea aérea donde se realizó la investigación, lo cual también proporcionó importante información para la investigación realizada.

Gráfica No. 28 ¿Sabe qué es la comunicación interpersonal?



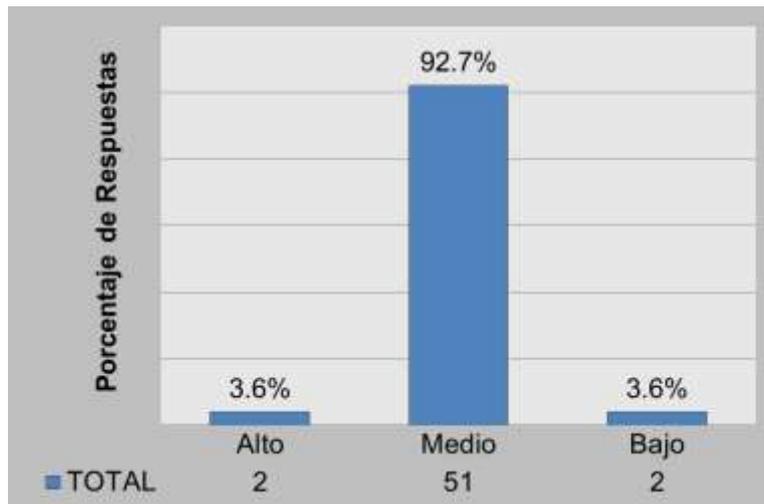
La mayoría de pasajeros sí conoce qué es la comunicación interpersonal, con un 80% de respuestas. El 18.2% indicó que no, y el 1.8% no respondió.

Gráfica No. 29 ¿Cuál es el tono de voz con el que le hablaron los agentes de servicio?



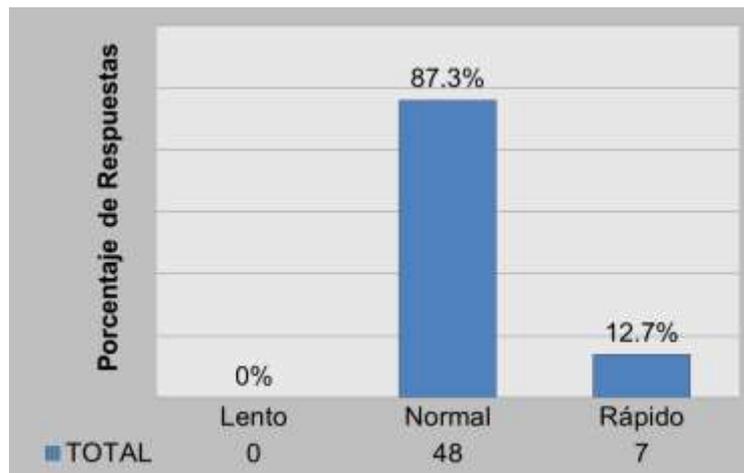
Según las respuestas de los pasajeros, el 30.1% de pasajeros indicó que los agentes de servicio le hablaron con un tono de voz tranquilo, otro 30.1% percibió que le hablaron con un tono cálido, el 2.7% con tono entusiasta, el 8.2% seguro, el 1.4% desinteresado, el 2.7% inseguro y el 24.7% con otro tono de voz, de los pasajeros mencionaron que fue con un tono de voz atento, amable, muy serio, amigable, neutro, agradable.

Gráfica No. 30 ¿Cuál es el volumen de voz con el que le hablaron los agentes de servicio?



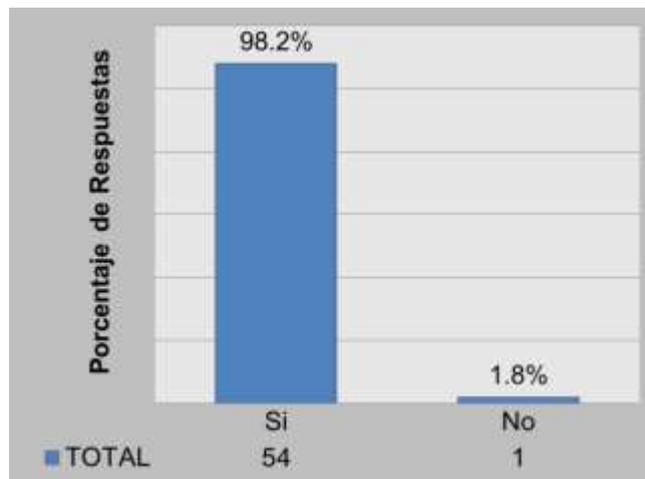
De acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas a los pasajeros, el 3.6% confirmó que los agentes de servicio le hablaron con un volumen de voz alto, el 92.7% con un volumen de voz medio y el 3.6% con un volumen bajo.

Gráfica No. 31 ¿Con qué velocidad le hablaron los agentes de servicio?



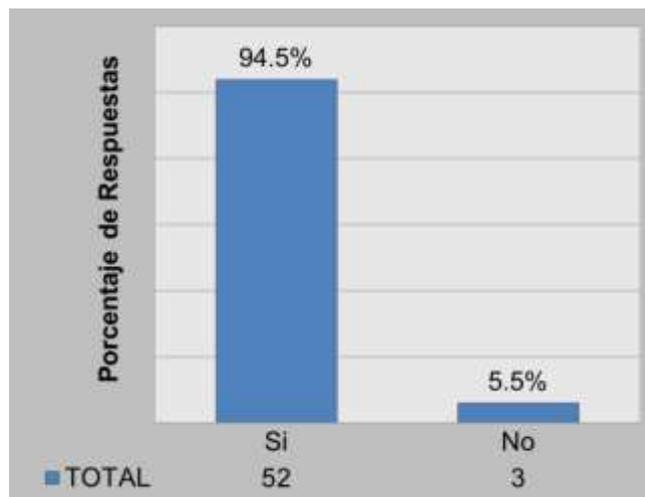
La mayoría de pasajeros encuestados confirmaron con un 87.3% que los agentes de servicio le hablaron con una velocidad normal, mientras que el 12.7% indicó que le hablaron con una velocidad rápida.

Gráfica No. 32 ¿El agente de servicio pronunciaba bien las palabras al hablarle?



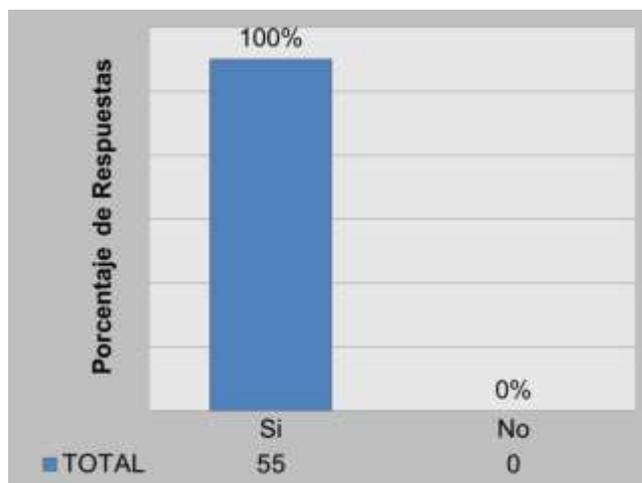
El 98.2% de los pasajeros encuestados indicó que los agentes de servicio pronunciaron bien las palabras al hablar, el resto de pasajeros que es el 1.8% indicó que no.

Gráfica No. 33 ¿El agente de servicio realizó ciertas pausas que son necesarias al hablar?



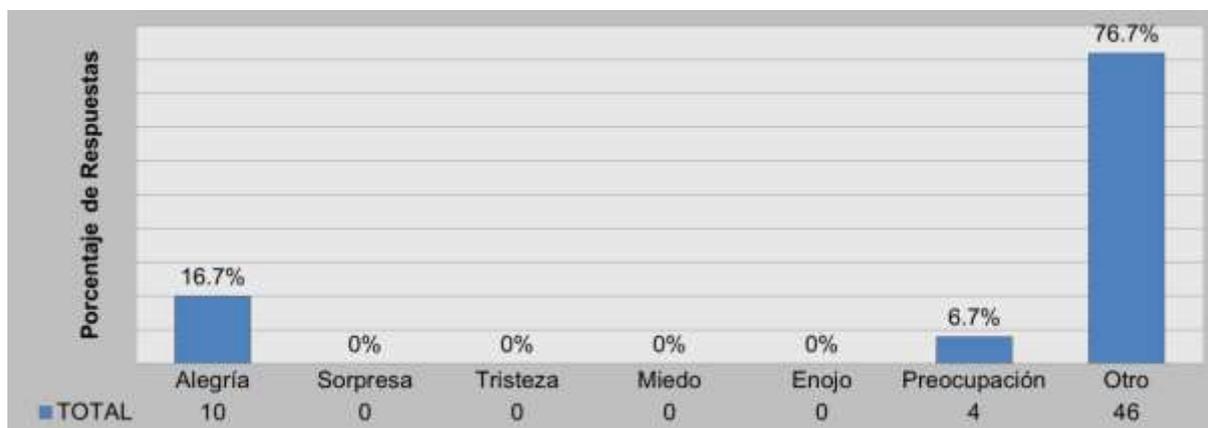
Según los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los pasajeros el 94.5% confirmó que el agente de servicio sí realizó ciertas pausas que son necesarias al hablar, mientras que el 5.5% no.

Gráfica No. 34 ¿El agente de servicio le habló con ritmo y fluidez?



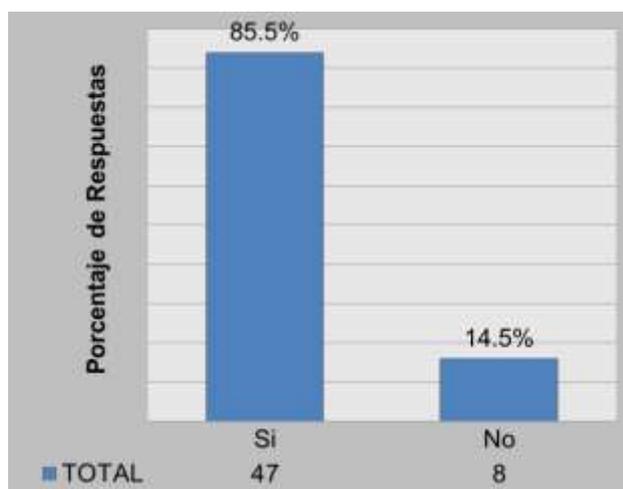
El total de los pasajeros encuestados confirmaron con el 100%, que los agentes de servicio al pasajero hablaron con ritmo y fluidez.

Gráfica No. 35 ¿Qué tipo de emoción mostraba el agente con su expresión facial?



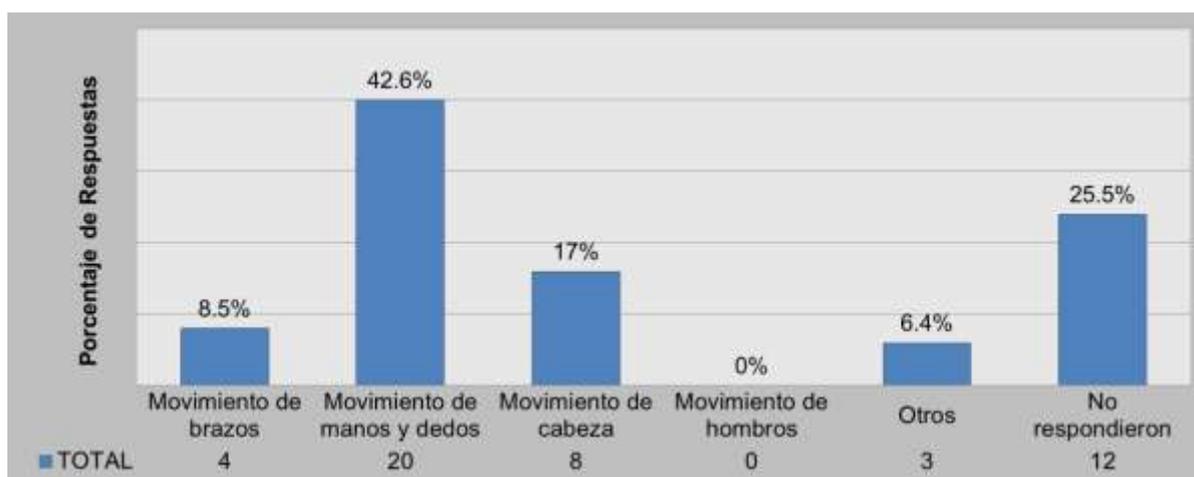
De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas a los pasajeros, el 16.7% respondió que el agente de servicio mostraba una expresión facial de alegría, el 6.7% de expresaba preocupación, y el 76.7% tenía una expresión facial de otro tipo, que según los pasajeros eran de ansiedad, neutro, seguridad, atenta y sonriente, tranquila y amable, seria, agradable, tranquila, aburrida, indiferente, adormitada, cálida, tranquila, interesada, con prisa y cansancio.

Gráfica No. 36 ¿Los agentes hicieron contacto visual con usted?



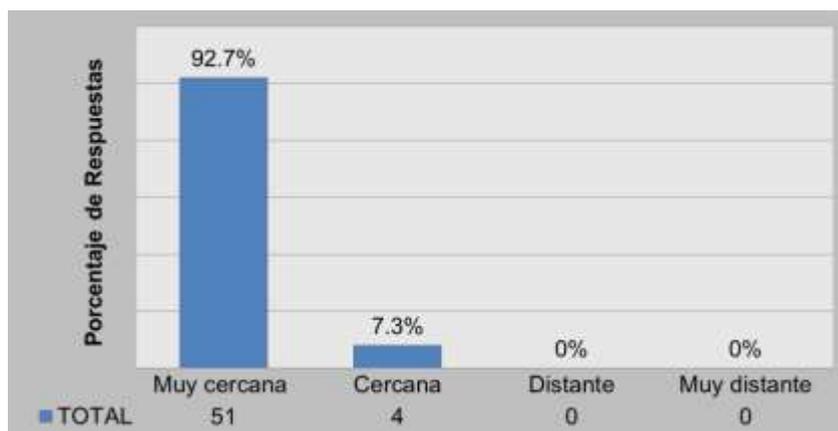
El 85.5% de pasajeros confirmó que los agentes de servicio al pasajero sí hicieron contacto visual con ellos, y el 14.5% indicó que no.

Gráfica No. 37 ¿Qué tipo de gestos utilizaba el agente de servicio al hablarle?



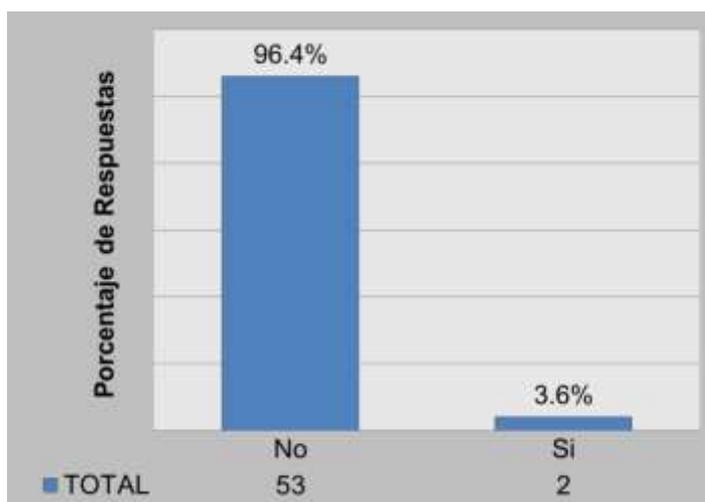
De acuerdo a las respuestas obtenidas de las encuestas realizadas a los pasajeros sobre los tipos de gestos que utilizó el agente de servicio al hablarle, el 8.5% indicó que realizaba gestos con movimientos de brazos para indicar una ubicación, el 42.6% indicó que fue con movimiento de manos y dedos, el 17% realizó movimiento de cabeza, el 6.4% utilizó otro tipo de movimientos para gesticular de los cuales indicaron como el movimiento de ojos y boca, asimismo el movimiento de manos con el lapicero.

Gráfica No. 38 ¿Aproximadamente, qué distancia prefiere tener con el agente de servicio al pasajero?



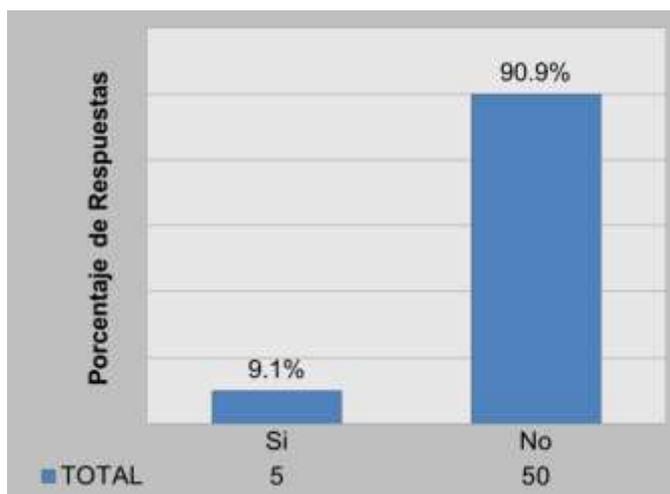
La mayoría de pasajeros encuestados confirmaron en su mayoría que la distancia que prefieren tener con el agente de servicio al pasajero es de muy cercana con un total del 92.7%, y el 7.3% prefiere una distancia cercana.

Gráfica No. 39 ¿Se dio algún contacto físico con el agente de servicio al pasajero, como por ejemplo dar la mano?



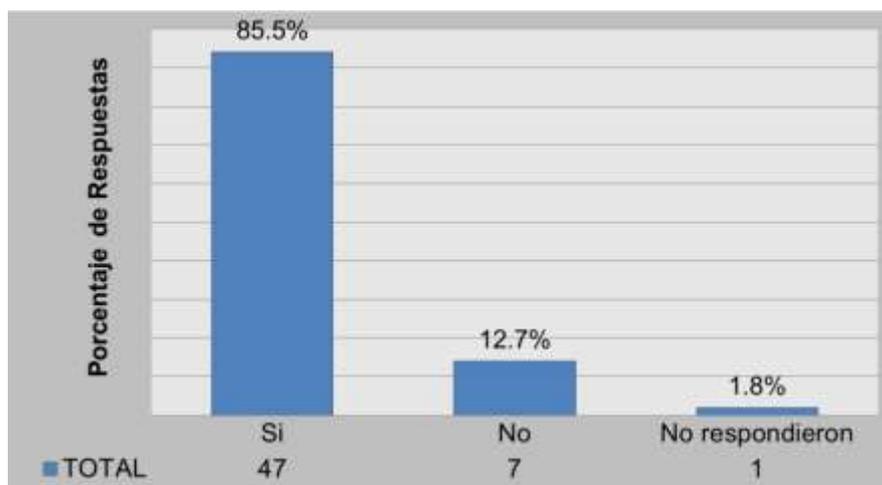
Según los resultados de las encuestas realizadas a los pasajeros, en la mayoría de ocasiones, con un 96.4% no se dio contacto físico entre el pasajero el agente de servicio, mientras que en el resto, que es el 3.6% si tuvo contacto físico, dándose la mano.

Gráfica No. 40 ¿El agente de servicio hace sonidos que no son palabras, para decir “si” ó “no”?



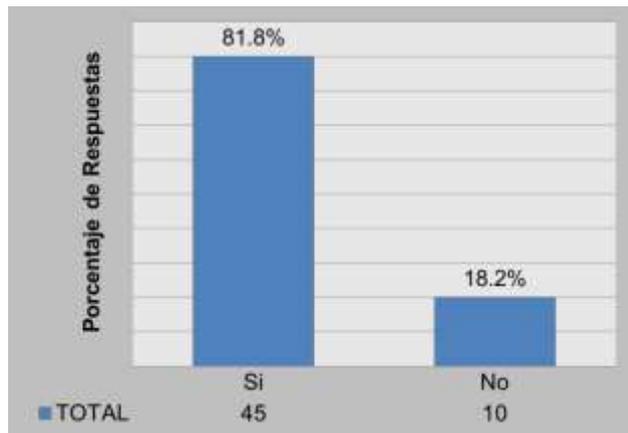
El 9.1% de los pasajeros encuestados confirmó que el agente de servicio al pasajero hace sonidos que no son palabras, para decir “si” ó “no”, pero el 90.9% indicaron que no realizaron este tipo de sonidos.

Gráfica No. 41 ¿Para usted el olor influye en la comunicación interpersonal?



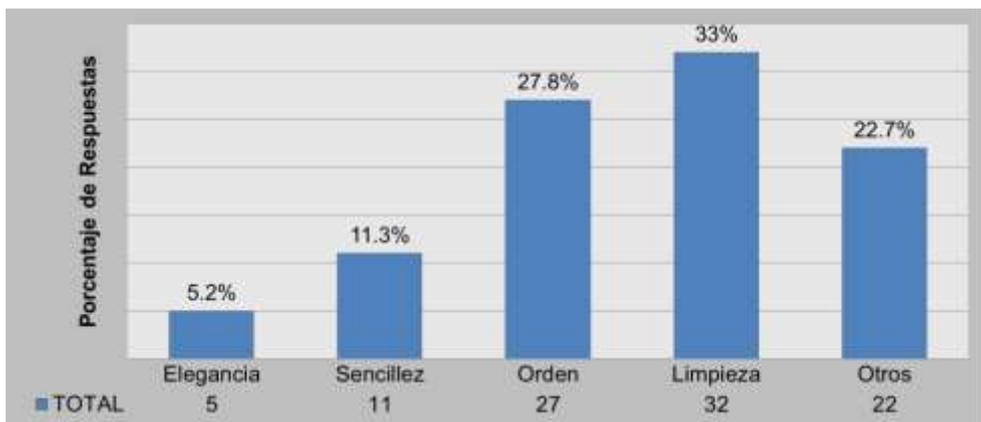
El 85.5% de los pasajeros encuestados confirmaron que el olor sí influye en la comunicación interpersonal, mientras que el 12.7% no. El 1.8% de los pasajeros encuestados no respondieron la pregunta.

Gráfica No. 42 ¿Para usted, el manejo de un tiempo corto con el agente mejora el servicio hacia usted y los demás pasajeros?



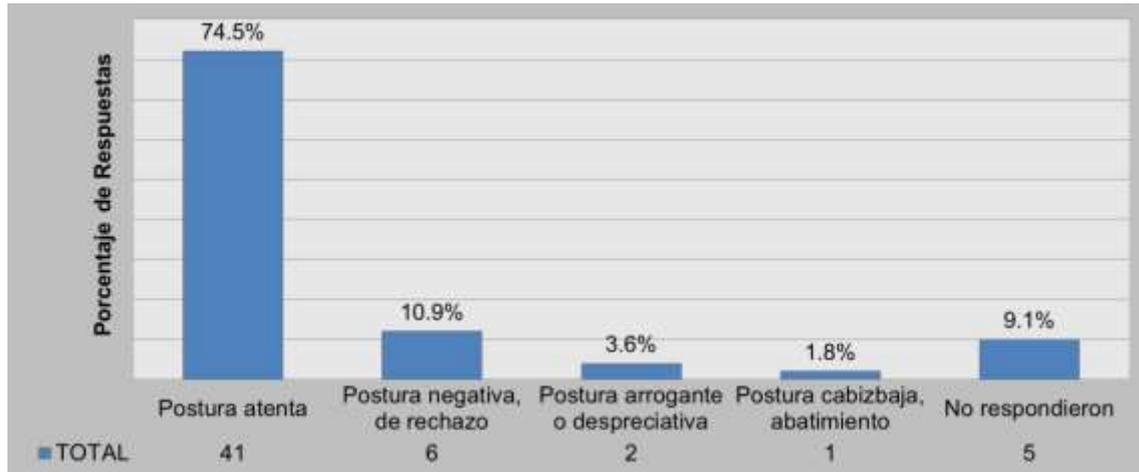
El mayor porcentaje de pasajeros encuestados, 81.8%, indicó que el manejo de un tiempo corto con el agente mejora el servicio hacia ellos mismos y a los demás pasajeros. El resto de pasajeros encuestados, 18.2% indicó que no mejora el servicio si es primera vez que viaja o si tienen alguna duda o comentario adicional.

Gráfica No. 43 ¿Qué le comunica la vestimenta, joyería, maquillaje y peinado de los agentes de servicio al pasajero?



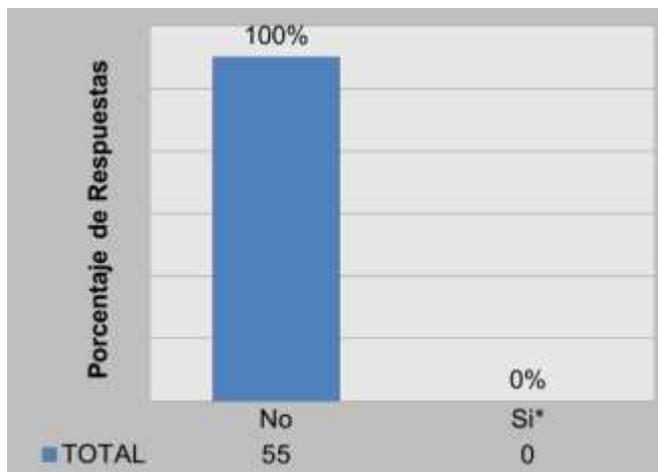
De acuerdo a la opinión de los pasajeros encuestados, el 5.2% indicó que la vestimenta, joyería, maquillaje y peinado de los agentes de servicio les comunica elegancia, el 11.3% confirmó que les comunica sencillez, el 27.8% indicó que les comunica orden, el 33% limpieza y el 22.7% otros, de los cuales mencionaron buena presentación, simple, buena imagen como persona y empresa, incompleto, seguridad, formalidad, llama la atención, normal, fachas.

Gráfica No. 44 ¿Qué tipo de postura tienen los agentes de servicio al pasajero al hablarle?



Según la opinión de los pasajeros encuestados, el 74.5% de ocasiones los agentes de servicio al pasajero tuvieron una postura atenta, el 10.9% tuvo una postura negativa, de rechazo; el 3.6% tuvo una postura arrogante o despreciativa y el 1.8% tuvo una postura cabizbaja, de abatimiento. El 9.1% no respondió a las preguntas.

Gráfica No. 45 ¿En el proceso de chequeo, el agente de servicio utiliza un vocabulario de difícil comprensión?

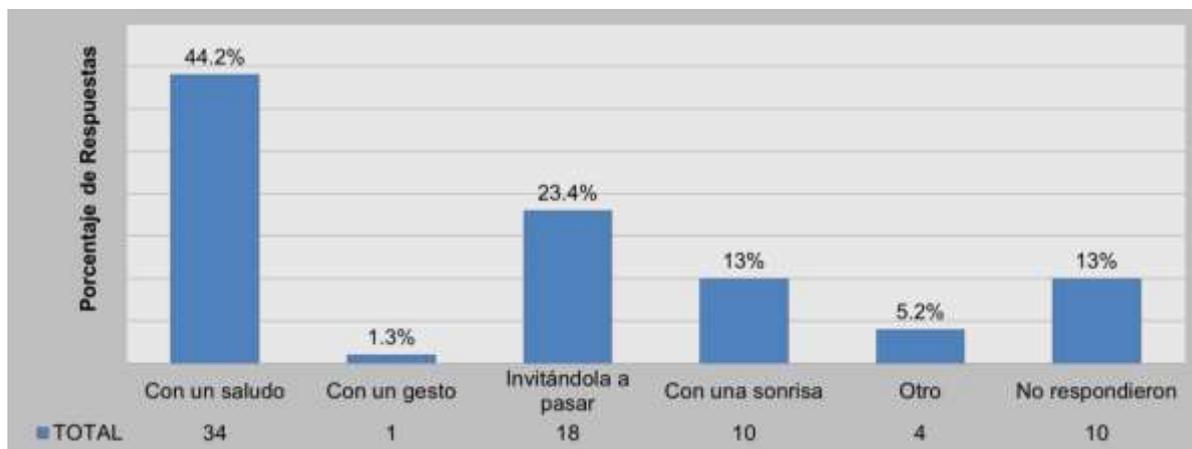


El 100% de pasajeros encuestados respondió que el agente de servicio al pasajero no utiliza un vocabulario de difícil comprensión en el proceso de chequeo.

¿Cuál es la causa?*

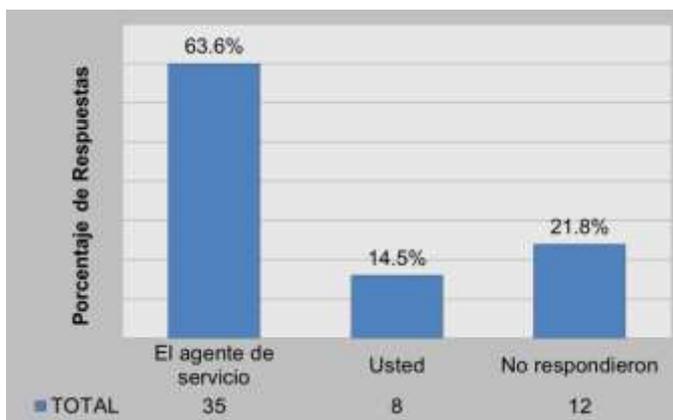
Debido a que todos pasajeros encuestados indicaron que el agente de servicio al pasajero no utiliza un vocabulario de difícil comprensión en el proceso de chequeo, no se califica cual es la causa, no hubo respuestas al respecto.

Gráfica 46. ¿Cómo inició la comunicación con el agente de servicio en el pódium de anfitrión?



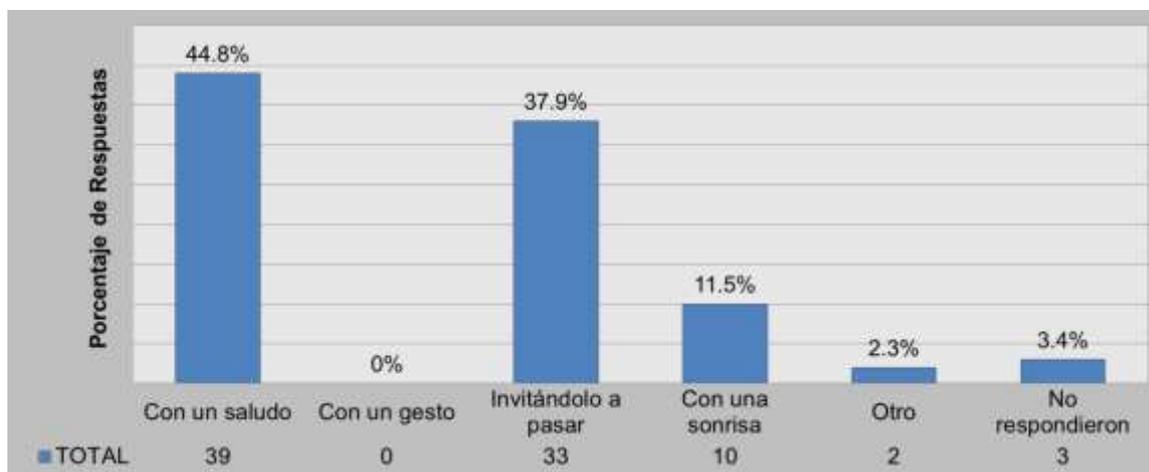
De acuerdo a las respuestas de los pasajeros el 44.2% indicó que la comunicación que se dio con el agente de servicio en el pódium de anfitrión inició con un saludo, el 1.3% indicó que inició con un gesto, el 23.4% inició invitándolo a pasar, el 13% inició con una sonrisa y 5.2% inició de otras maneras: pidiendo los documentos de viaje, solicitando que coloque sus maletas en la balanza y pidiéndoles que regresen porque se habían pasado a la fila. El 13% de los pasajeros no respondieron porque no se encontraba ningún agente de servicio cuando llegaron al lobby de anfitrión, por lo cual ellos mismos escogieron en donde hacer la fila para ser atendidos en mostrador, dudando se encontraban bien ubicados.

Gráfica 47. ¿Quién inició la comunicación en el pódium de anfitrión?



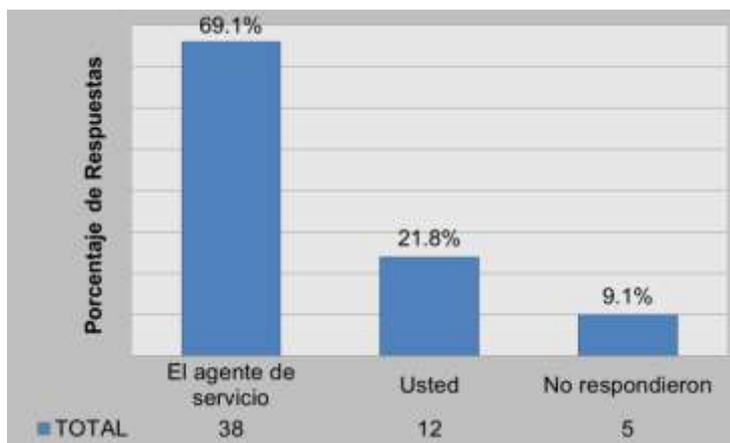
El 63.6% de los pasajeros encuestados confirmó que el agente de servicio al pasajero inició la comunicación en el pódium de anfitrión, el 14.5% indicó el fueron ellos mismos, y el 21.8% no respondió la pregunta debido a que no se encontrado nadie en anfitrión y otros que no quisieron opinar.

Gráfica 48. ¿Cómo inició la comunicación con el agente de servicio en el mostrador?



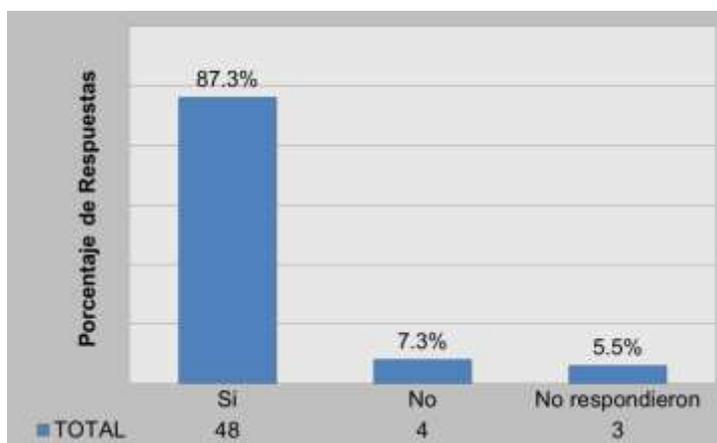
La comunicación inició con el agente de servicio al pasajero en el mostrador, según las respuestas de los pasajeros encuestados, que fue con un saludo con un 44.8% de ocasiones, invitándolo a pasar con un 37.9% de ocasiones, con una sonrisa según el 11.5%, de otras maneras con un 2.3%, como por ejemplo, que el agente de servicio le pidió que coloque su maleta en la balanza y/o preguntándole hacia donde viaja. El 3.4% no respondió.

Gráfica 49. ¿Quién inició la comunicación en el mostrador?



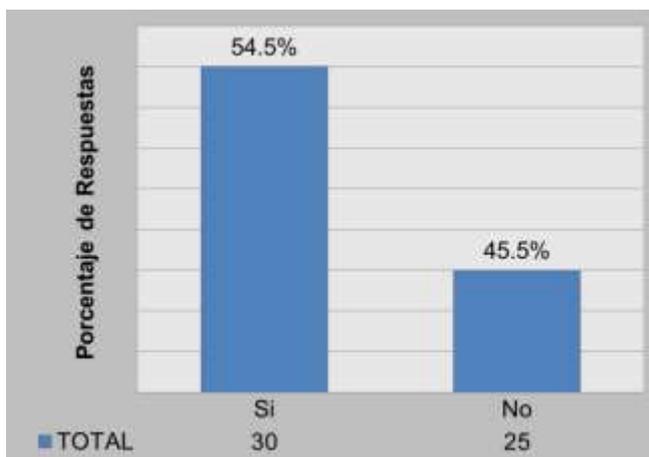
69.1% de los pasajeros encuestados respondieron que los agentes de servicio fueron los que iniciaron la comunicación en el mostrador, el 21.8% de los pasajeros iniciaron la comunicación. El 9.1% de los pasajeros no respondió.

Gráfica 50. ¿Al momento de realizarle consultas o comentarios al agente de servicio, sobre ubicación, vuelo, etc., le respondió con frases cortas como: ¡Allá! ¡Ok! ¡Ajá! ¡Por supuesto! ¡Claro! ¡Entiendo! ¡Escucho! ¡Ya! ¡Cómo no!?



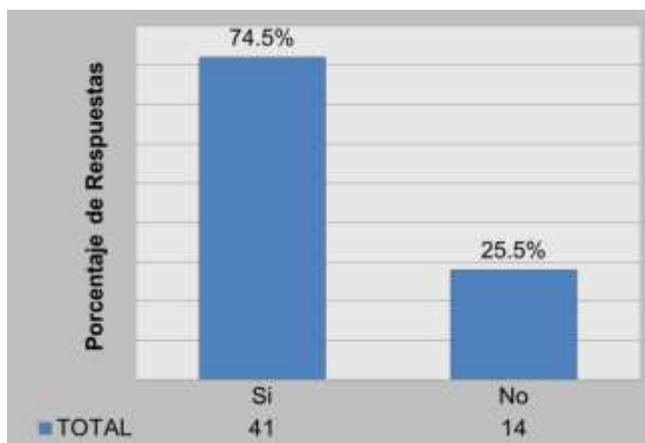
Según las respuestas de los pasajeros encuestados, el 87.3% confirmó que al momento que ellos realizan consultas o comentarios a los agentes de servicio sobre la ubicación de vuelo, horarios, etc., le respondieron con frases cortas como las mencionadas en la pregunta. Mientras que el 7.3% respondió que no ya que les respondieron con frases largas, con muchos más detalles de la información. El 5.5% no respondió la pregunta.

Gráfica 51. ¿El agente de servicio confirmó si comprendió bien el mensaje?



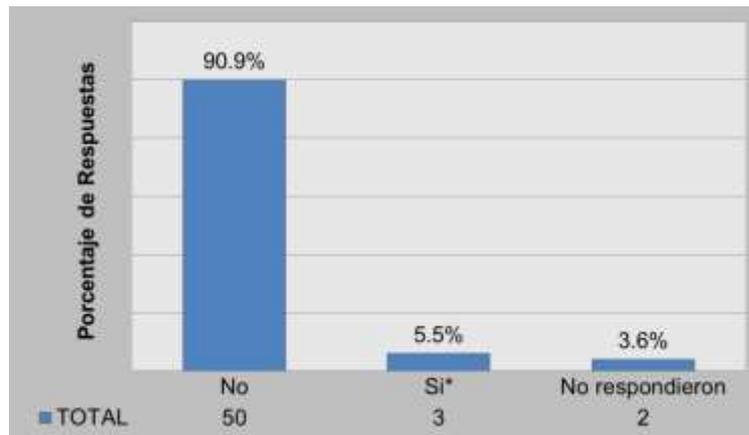
El 54.5% de los pasajeros encuestados afirma que el agente de servicio al pasajero confirmó si comprendió bien el mensaje, mientras que el 45.5% de los pasajeros indicó que el agente de servicio no confirmó si comprendió bien el mensaje. Es muy posible que ese 45.5% de pasajeros se haya quedado con muchas incertidumbres sobre la información de su vuelo y por lo tanto su experiencia de viaje no fue lo más placentera posible, creando dudas e insatisfacciones en el cliente sobre el servicio prestado por la aerolínea.

Gráfica 52. ¿Al momento de finalizar la conversación el agente de servicio, utilizó frases como ¡Hasta pronto! ¡Feliz viaje! ¡Que le vaya muy bien!?



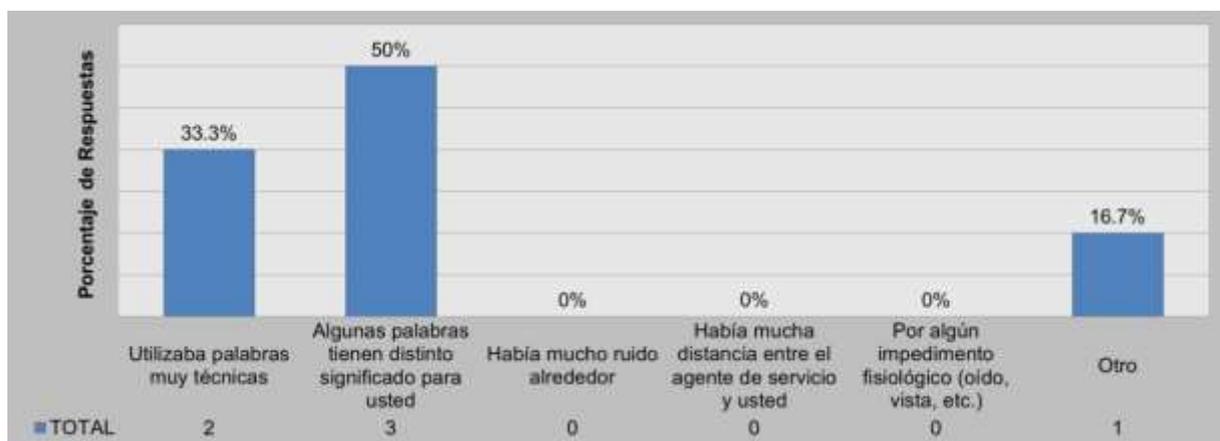
Las respuestas de los pasajeros indicaron con un 74.5% que el agente de servicio utilizó esas frases al momento de finalizar la conversación, pero 25.5% indicó que no utilizaron este tipo de frases.

Gráfica 53. ¿Tuvo dificultad para comprender la información que le daba el agente de servicio al pasajero?



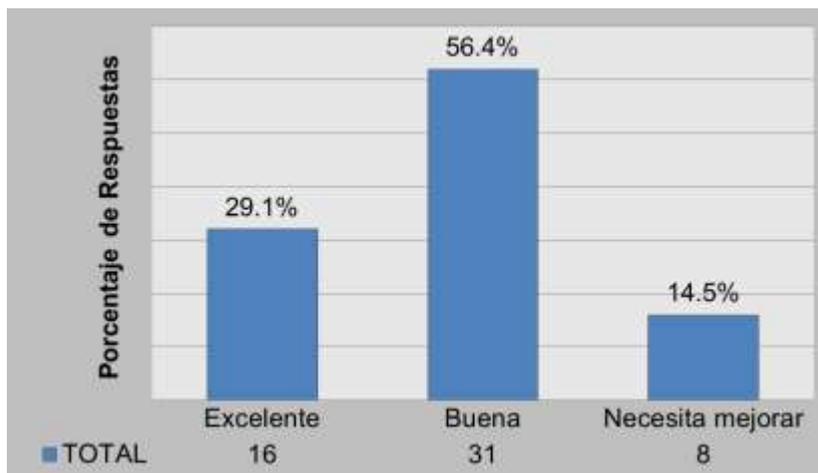
Según los resultados de las encuestas a los pasajeros, el 90.9% indicó que no tuvo dificultad para comprender la información que le daba el agente de servicio, mientras que el 5.5% si tuvo dificultad para comprenderla. El 3.6% no respondió la pregunta.

Gráfica 54. ¿Por qué?



De acuerdo a las respuestas de los pasajeros que afirmaron haber tenido dificultad de haber comprendido el mensaje, el 33.3% de los pasajeros encuestados indicó que la dificultad se dio porque el agente de servicio utilizaba palabras muy técnicas, el 50% confirmó que sucedió por algunas palabras tienen distinto significado para ellos, y el 16.7% indicó que fue por otros motivos, en donde se mencionó, que el agente de servicio hablaba muy rápido.

Gráfica 55. ¿Cómo califica la comunicación interpersonal entre agente de servicio y usted?



Los pasajeros encuestados calificaron como excelente la comunicación interpersonal entre los dos, con un 29.1%. El 56.4% de los pasajeros lo calificaron como buena. El 14.5% de pasajeros calificó como “necesita mejorar” la comunicación interpersonal, por lo tanto es muy importante ponerle atención trabajando en cada uno de los puntos calificados en las encuestas para poder lograr esa conexión con el cliente al momento de comunicarse, ya que esto conlleva a dar un servicio más cálido y personalizado que tanto satisfacen a los clientes de todas partes del mundo.

Con estas descripciones y análisis de los resultados de la investigación, se da a conocer el impacto y la importancia que tiene la función fática en la comunicación interpersonal entre el pasajero y el agente de servicio al pasajero, junto a los demás factores que intervienen en la misma, y que en muchas ocasiones fueron bien utilizados por los agentes de servicio, pero a la vez todavía hace falta trabajar en algunos puntos que también son de importancia, debido a que a través de la buena comunicación interpersonal que se realice entre agente de servicio al pasajero y el pasajero pueda ser en beneficio a la satisfacción de éste último.

4.4. Entrevistas a los Supervisores y a Gerente de Tráfico Aéreo de la aerolínea.

Se realizó la entrevista a los dos Supervisores de ambos turnos AM y PM, asimismo a la Gerente de Tráfico Aéreo de la aerolínea. De esa manera se conocieron sus puntos de vista en cuanto al tema, las barreras que se les han presentado y los avances que han obtenido con el tiempo.

En general confirmaron que la comunicación interpersonal es de mucha importancia para la satisfacción del pasajero, ya que por medio de ella se puede informar al pasajero, se resuelven dudas, se le ayuda a comprender mejor los procesos que debe llevar a cabo para poder abordar su vuelo, ya que para muchos es una experiencia que conlleva mucho estrés.

Los tres entrevistados indicaron que existen barreras comunicacionales que afectan la comunicación entre el agente de servicio y el pasajero, entre los cuales están las barreras idiomáticas, que en algunos casos no son completamente de parte del agente de servicio que tiene como requisito indispensable para estar en el puesto el comunicarse muy bien en inglés, pero que en pocos casos no lo domina muy bien. En la mayoría de ocasiones es porque el pasajero no habla muy bien el inglés ni el español.

Otra de las barreras son los estados de ánimo o emociones de los pasajeros que varían desde preocupación, estrés, enojo, nerviosismo, etc., y que no permiten que la información dada sea recibida en su totalidad pues todo esto interfiere en el proceso de atención y retención de la información que el agente le está dando al pasajero.

Existe una barrera que a veces no la pueden controlar y es el ambiente estresante y/o con ruido, debido a que a veces se dan por factores externos. En el ambiente los supervisores han tratado de distribuir al personal y las filas de manera que la cantidad de gente y tiempo sea la más efectiva.

Según lo indicado por los entrevistados, el grupo gerencial se ha capacitado con algunos cursos sobre servicio al cliente y actualmente continúan realizando cursos

llamados SER dirigido a todo el personal que trabaje con el cliente externo, asimismo han realizado actividades como el Team Building con los agentes de servicio al pasajero y sus jefes.

Los supervisores y la Gerente de Tráfico Aéreo están completamente dispuestos a colaborar y apoyar las propuestas que según análisis previo, puedan ser ejecutadas en la medida de lo posible, para mejora en el servicio al pasajero y así lograr satisfacer las necesidades y deseos del cliente.

4.5. Análisis comparativo de la observación, encuestas a los pasajeros y agentes de servicio al pasajero

El análisis se realizó comparando los datos obtenidos de la observación, las encuestas realizadas a los pasajeros y las encuestas realizadas a los agentes de servicio al pasajero, siendo los temas cada uno de los indicadores descritos en el marco metodológico.

TEMAS	RESULTADOS OBTENIDOS			
	OBSERVACIÓN	ENCUESTAS A PASAJEROS	ENCUESTAS A AGENTES DE SERVICIO AL PASAJERO	ANÁLISIS DE RESULTADOS
1. Conocimiento sobre comunicación interpersonal		La mayoría de pasajeros sí conoce qué es la comunicación interpersonal, con un 80% de respuestas. El 18.2% indicó que no, y el 1.8% no respondió.	Según los resultados obtenidos el 95.2% de los agentes de servicio al pasajero sí sabe que es comunicación interpersonal mientras que el 4.8% no respondió.	Un gran porcentaje de pasajeros y agentes de servicio al pasajero sí tenían conocimiento sobre la comunicación interpersonal, lo cual ayudó a una fácil comprensión del tema y el motivo de la investigación, asimismo, a que no se sintieran confundidos con algunos términos utilizados en las encuestas.

TEMAS	RESULTADOS OBTENIDOS			
	OBSERVACIÓN	ENCUESTAS A PASAJEROS	ENCUESTAS A AGENTES DE SERVICIO AL PASAJERO	ANÁLISIS DE RESULTADOS
2. El tono	<p>En la gran mayoría de casos el tono de voz con que el agente de servicio le habló al pasajero fue muy agradable y muy pocas veces fue con un tono aceptable.</p>	<p>Según las respuestas de los pasajeros, el 30.1% de pasajeros indicó que los agentes de servicio le hablaron con un tono de voz tranquilo, otro 30.1% percibió que le hablaron con un tono cálido, el 2.7% con tono entusiasta, el 8.2% seguro, el 1.4% desinteresado, el 2.7% inseguro y el 24.7% con otro tono de voz, de los pasajeros mencionaron que fue con un tono de voz atento, amable, muy serio, amigable, neutro, agradable.</p>	<p>En las respuestas de los agentes de servicio al pasajero, el 41.9% indica que utiliza un tono de voz seguro al hablarle al pasajero, seguido por un 29% que confirmó hablar con un tono de voz cálido, seguido por un tono tranquilo con 16.1%. Asimismo, indicaron con 6.5% hablar con tono entusiasta, 3.2% sugestivo y 3.2% con otros tonos de voz en los cuales mencionaron un tono fuerte, que se podría relacionar con un tono fuerte o seguro.</p>	<p>Según los resultados obtenidos los agentes de servicio al pasajero utilizaron un tono de voz agradable a los pasajeros, independientemente a si este variaba según el tipo de tono. Pero los pasajeros calificaron con 1.4% de casos en los que el agente de servicio le habló con un tono de voz desinteresado, lo cual es poco en relación a la calificación positiva pero que sería conveniente no pasarlo desapercibido.</p>
3. El volumen	<p>El volumen de voz de los agentes de servicio al hablarle al pasajero fue en la mayoría de casos, moderado, seguido por muy pocos casos donde se daba un tono de voz alto, el cual logró interferir en la comunicación que se dio entre un agente de servicio y su pasajero. En pocas ocasiones, algunos agentes hablaron con un volumen de voz bajo tanto en mostrador como al momento de dar los anuncios de abordaje.</p>	<p>De acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas a los pasajeros, el 3.6% confirmó que los agentes de servicio le hablaron con un volumen de voz alto, el 92.7% con un volumen de voz medio y el 3.6% con un volumen bajo.</p>	<p>Según los resultados obtenidos el 95.2% indicó que regularmente utilizan un volumen de voz medio, seguido por un 4.8% con un volumen de voz bajo.</p>	<p>La gran mayoría de resultados indican que los agentes de servicio utilizaron un volumen de voz medio el cual se puede colocar como aceptable al pasajero.</p>

TEMAS	RESULTADOS OBTENIDOS			
	OBSERVACIÓN	ENCUESTAS A PASAJEROS	ENCUESTAS A AGENTES DE SERVICIO AL PASAJERO	ANÁLISIS DE RESULTADOS
4. La velocidad al hablar	<p>En la gran mayoría de casos los agentes de servicio hablaron con una velocidad moderada. Pero en algunas ocasiones, cuando los agentes le daban la información de vuelo, hora de abordaje, asiento, etc., lo hacían de una manera muy rápida, que no logró llegar de forma clara al pasajero. Asimismo, al momento que el agente daba los anuncios de abordaje en algunas ocasiones lo realizó con velocidad rápida.</p>	<p>La mayoría de pasajeros encuestados confirmaron con un 87.3% que los agentes de servicio le hablaron con una velocidad normal, mientras que el 12.7% indicó que le hablaron con una velocidad rápida.</p>	<p>De acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas a los agentes de servicio al pasajero el 81% indica que hablan con una velocidad normal y el 19% habla con una velocidad rápida.</p>	<p>El mayor porcentaje de ocasiones los agentes de servicio al pasajero hablaron con una velocidad normal, aceptable para la comprensión del mensaje. Pero es importante no olvidar que en las ocasiones que se habla con una velocidad rápida puede obstaculizar la comprensión del mensaje, ya que puede ocasionarle al pasajero que se moleste, se equivoque, y/o pregunte nuevamente la información.</p>
5. La pronunciación	<p>La pronunciación de los agentes de servicio al pasajero era muy buena, aunque en una ocasión la pronunciación, el ritmo y la fluidez fueron afectados por la velocidad en que hablaba. Un agente seseaba un poco pero no interfería en la comprensión del mensaje.</p>	<p>El 98.2% de los pasajeros encuestados indicó que los agentes de servicio pronunciaron bien las palabras al hablar, el resto de pasajeros que es el 1.8% indicó que no.</p>	<p>Los resultados de las encuestas realizadas a los agentes de servicio al pasajero indican que un 100% si pronuncian bien las palabras al hablarle al pasajero.</p>	<p>Los agentes de servicio al pasajero si pronunciaban bien las palabras, a pesar que en ocasiones el ritmo, fluidez y velocidad pudieran entorpecer la pronunciación de las palabras, pero que no fueron significantes para afectar la comunicación.</p>
6. Los silencios	<p>En la gran mayoría de casos el agente de servicio realizó muchos silencios pero eran al momento de ingresar los datos al sistema y/o revisar los documentos de viaje del pasajero.</p>	<p>Según los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los pasajeros el 94.5% confirmó que el agente de servicio si realizó ciertas pausas que son necesarias al hablar, mientras que el 5.5% no.</p>	<p>Según los resultados obtenidos de las encuestas, los agentes de servicio al pasajero indicaron en un 90.5% que si realizan algunas pausas que son necesarias al hablarle al pasajero, pero el 9.5% indicó que no.</p>	<p>La mayoría de agentes de servicio al pasajero se mantuvieron en silencio ya que era necesario para ingresar los datos de viaje del pasajero en la computadora. Es importante que este tiempo no se prolongue para no afectar la atención al pasajero.</p>

TEMAS	RESULTADOS OBTENIDOS			
	OBSERVACIÓN	ENCUESTAS A PASAJEROS	ENCUESTAS A AGENTES DE SERVICIO AL PASAJERO	ANÁLISIS DE RESULTADOS
7. Ritmo o fluidez	<p>El ritmo y fluidez eran muy buenos, pero en una ocasión fue afectado al momento de dar un anuncio de demora del vuelo en la sala de abordaje.</p>	<p>El total de los pasajeros encuestados confirmaron con el 100%, que los agentes de servicio al pasajero hablaron con ritmo y fluidez.</p>	<p>El 100% de los agentes de servicio al pasajero encuestados indicaron que si consideran hablarle al pasajero con ritmo y fluidez.</p>	<p>Se confirmó que los agentes de servicio al pasajero si hablan con ritmo y fluidez al momento de comunicarse con los pasajeros lo cual es importante para la comprensión del mensaje por el pasajero.</p>
8. Expresiones faciales	<p>En la mayoría de casos no se dieron muchas expresiones faciales, debido a que la mayoría de agentes de servicio mantuvieron una expresión muy neutra, pero en otras ocasiones los agentes le sonreían al pasajero. En otras ocasiones se dieron más expresiones faciales en los agentes que fueron de seriedad, cansancio, preocupación o desánimo, con el ceño fruncido y/o con expresiones de incomodidad por el calor, lo cual lo demostraba soplándose a la cara con una hoja, un sobre, etc.</p>	<p>De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas a los pasajeros, el 16.7% respondió que el agente de servicio mostraba una expresión facial de alegría, el 6.7% de expresaba preocupación, y el 76.7% tenía una expresión facial de otro tipo, que según los pasajeros eran de ansiedad, neutro, seguridad, atenta y sonriente, tranquila y amable, seria, agradable, tranquila, aburrida, indiferente, adormitada, cálida, tranquila, interesada, con prisa y cansancio.</p>	<p>Según las respuestas de los agentes de servicio al pasajero encuestados, el 69.6% cree que regularmente muestra al pasajero una expresión facial de alegría, el 4.3% indican de preocupación, el 21.7% cree que otros tipos de expresiones faciales los cuales describieron individualmente como expresiones faciales de paz, seguridad, amabilidad, serenidad, y también indiferencia. El 4.3% no respondió la pregunta.</p>	<p>Hay una gran variedad de expresiones faciales que se detectaron en los agentes de servicio al pasajero que hace difícil identificar cuál es la expresión más utilizada por los agentes de servicio, ya que difieren entre la observación y las encuestas. En la observación se indicó que la expresión facial que predominó fue la neutra, en las encuestas a los pasajeros indicaron una variedad de ellos, y en las encuestas a los agentes de servicio la que más utilizaron fue una expresión de alegría. Las expresiones faciales son difíciles de controlar sobre todo si se tiene sentimientos o emociones fuertes hacia algo o alguien, lo cual cambia en el comportamiento del ser humano constantemente. Lo ideal sería profundizar en un estudio sobre este tema para poder identificar, categorizar y analizar los resultados acerca de este tema.</p>

TEMAS	RESULTADOS OBTENIDOS			
	OBSERVACIÓN	ENCUESTAS A PASAJEROS	ENCUESTAS A AGENTES DE SERVICIO AL PASAJERO	ANÁLISIS DE RESULTADOS
9. Contacto visual	<p>En varias ocasiones el agente de servicio no realizó contacto visual con el pasajero, sobre todo en el mostrador, donde inicia saludando, pidiendo los documentos de viaje, ingresando los datos en la computadora, realizando y/o respondiendo preguntas adicionales, dando información de vuelo y despidiéndose. En las salas de abordaje a los agentes de servicio les era difícil mantener contacto visual con el pasajero debido a que el tiempo de interacción con cada cliente era más reducido debido a la atención que debía prestarle a cada uno de los procesos de abordaje.</p>	<p>El 85.5% de pasajeros confirmó que los agentes de servicio al pasajero sí hicieron contacto visual con ellos, y el 14.5% indicó que no.</p>	<p>El 95.2% de los agentes de servicio al pasajero respondió que sí realiza contacto visual con el pasajero, mientras que el 4.8% indica que no lo hace, lo cual se debe a que pasan la mayor parte del tiempo observando lo que trabajan en la computadora al ingresar los datos y luego a los datos que tienen los documentos de viaje, dejando a un lado el mirar al pasajero a los ojos al momento de darle la bienvenida, preguntándole algún dato del viaje, dándole la información de su vuelo, o bien al despedirse.</p>	<p>Según los resultados, en la mayoría de ocasiones los agentes de servicio al pasajero si tuvieron contacto visual con el pasajero pero este no se mantenía porque el agente de servicio al pasajero tenía que observar la computadora para ingresar los datos de viaje, verificar equipaje, entregar formularios, revisar documentos de viaje, etc., todo en un tiempo corto. Lo que no se evitó en ocasiones fue que no se realizó contacto visual con el pasajero en los momentos más importantes, que fueron al inicio de la conversación (el saludo), al momento de confirmar datos, al momento de interrumpir y cuando finalizó la conversación, por ello el resultado de los porcentajes negativos en las encuestas.</p>
10. Gestos	<p>Los agentes de servicio realizaron muy pocos gestos mientras estaban en el anfitrión, pero en el proceso de chequeo en mostrador y en las salas de abordar, en algunas ocasiones se observaron algunos gestos de incomodidad que aparentemente eran por el calor, ya que realizaba movimientos con las manos para soplarse la cara o con cualquier hoja de papel que tuviera a la mano y que movía para generar aire. También se observaron movimientos de los pies y movimientos de balanceo en el mismo lugar.</p>	<p>De acuerdo a las respuestas obtenidas de las encuestas realizadas a los pasajeros sobre los tipos de gestos que utilizó el agente de servicio al hablarle, el 8.5% indicó que realizaba gestos con movimientos de brazos para indicar una ubicación, el 42.6% indicó que fue con movimiento de manos y dedos, el 17% realizó movimiento de cabeza, el 6.4% utilizó otro tipo de movimientos para gesticular de los cuales indicaron como el movimiento de ojos y boca, asimismo el movimiento de manos con el lapicero.</p>	<p>De acuerdo a las respuestas de los agentes de servicio al pasajero el 20.7% confirmó que los gestos que utilizan al hablarle al pasajero son de movimiento de brazos, el 41.4% gesticula con movimientos de manos y dedos, el 31% con movimientos de cabeza, el 3.4% realiza movimientos de hombros y el 3.4% realiza otro tipo de gesticulaciones.</p>	<p>De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta la mayoría de ocasiones los agentes realizan muchos movimientos de brazos para indicar una ubicación, pero fue mayor la gesticulación con las manos y dedos ya que los usa para indicar y revisar algún dato en los pasaportes, señala en los pases de abordar, teclea en la computadora, realiza movimientos de manos con el lapicero, etc. Estas gesticulaciones son más notorias en un mostrador porque de la cintura a la cabeza está expuesto el agente de servicio. Asimismo hay que tomar en cuenta que los brazos, las manos y los dedos por lo regular se mueven juntos.</p>

TEMAS	RESULTADOS OBTENIDOS			
	OBSERVACIÓN	ENCUESTAS A PASAJEROS	ENCUESTAS A AGENTES DE SERVICIO AL PASAJERO	ANÁLISIS DE RESULTADOS
11. Proxémica	<p>La proxémica observada entre el agente de servicio al pasajero y el pasajero se delimitó al pódium y la balanza para maletas en el lobby de anfitrión, y al mostrador en el proceso de chequeo en donde la mayoría de ocasiones los agentes se inclinaron y se recostaron sobre el mostrador al momento de darles la información de vuelo a los pasajeros. En las salas de abordaje la proxémica se delimitó al mostrador de la sala, pero al momento de abordaje se presentó un mayor acercamiento para verificar la identidad del pasajero y los documentos de viaje.</p>	<p>La mayoría de pasajeros encuestados confirmaron en su mayoría que la distancia que prefieren tener con el agente de servicio al pasajero es de muy cercana con un total del 92.7%, y el 7.3% prefiere una distancia cercana.</p>	<p>La mayoría de agentes de servicio al pasajero que respondieron con un 95.2%, prefieren tener una distancia cercana con el pasajero, y el 4.8% prefiere mantenerse distante.</p>	<p>Los pasajeros prefirieron un poco más de acercamiento al que tenían delimitado por el mostrador del área de chequeo y salas de abordar, porque a veces el agente tenía que inclinarse para darle la información del vuelo, mientras que los agentes de servicio encuestados prefieren la distancia delimitada por el mostrador o un poco más.</p>
12. Contacto físico	<p>En cuanto al contacto físico, éste se dio muy pocas veces, siendo algunas de estas ocasiones, cuando el pasajero le daba la mano al agente de servicio, o bien cuando se le ayudó a algún pasajero en silla de ruedas, con bastón, etc.</p>	<p>Según los resultados de las encuestas realizadas a los pasajeros, en la mayoría de ocasiones, con un 96.4% no se dio contacto físico entre el pasajero el agente de servicio, mientras que en el resto, que es el 3.6% si tuvo contacto físico, dándose la mano.</p>	<p>El 76.2% de los agentes de servicio al pasajero indicó que no existe algún contacto físico con el pasajero, mientras que el 19% confirmó que si se dan algunos tipos de contacto físico con el pasajero. El 4.8% no respondió.</p>	<p>El contacto físico más común que se da entre un cliente y una persona de servicio al cliente es el estrechar la mano ya sea para saludar, agradecer, despedirse, etc., y en las pocas ocasiones que se dio el contacto físico entre el pasajero y el agente de servicio al pasajero fue porque el pasajero tuvo la iniciativa de agradecer y/o despedirse, lo cual es positivo pues indica una satisfacción del cliente. Asimismo, se dio un contacto físico con las personas que necesitaban un servicio de sillas de ruedas al momento de ayudarles a sentarse o levantarse.</p>

TEMAS	RESULTADOS OBTENIDOS			
	OBSERVACIÓN	ENCUESTAS A PASAJEROS	ENCUESTAS A AGENTES DE SERVICIO AL PASAJERO	ANÁLISIS DE RESULTADOS
13. Vocalización	La vocalización que se observó fue cuando reían los agentes de servicio por algún comentario que les agradó del pasajero, asimismo en pocas ocasiones se observó que algunos agentes realizaron sonidos que no son palabras como para afirmar o negar una información, o bien, cuando se dudaba de alguna información.	El 9.1% de los pasajeros encuestados confirmó que el agente de servicio al pasajero hace sonidos que no son palabras, para decir "sí" o "no", pero el 90.9% indicaron que no realizaron este tipo de sonidos.	Según el 47.6% de respuestas de los agentes de servicio al pasajero, sí realizan sonidos que no son palabras, para decir "sí" o "no", mientras que el 52.4% respondió que no realizan ese tipo de sonidos.	Si los pasajeros en su mayoría indicaron que los agentes de servicio al pasajero no vocalizaron y los agentes de servicio indican lo contrario en un porcentaje significativo, podría ser que las ocasiones en que agente de servicio al pasajero vocalizó, el pasajero no le prestó atención.
14. Detección de olor	En la gran mayoría de casos no se percibieron olores que perjudicaran la comunicación, y en los pocos casos se percibieron olores en las maletas por alimentos que los pasajeros que llevaban en el interior de las mismas.	El 85.5% de los pasajeros encuestados confirmaron que el olor sí influye en la comunicación interpersonal, mientras que el 12.7% no. El 1.8% de los pasajeros encuestados no respondieron la pregunta.	Los agentes de servicio al pasajero respondieron con un 95.2% que el olor sí influye en la comunicación interpersonal, mientras que el 4.8% indicó que no influye.	Los olores sí influyen en la comunicación entre el pasajero y el agente de servicio al pasajero según lo indicado por la gran mayoría de los encuestados. Los únicos olores que se pudieron notar fueron los que se sentían en las maletas de los pasajeros, pero no fueron lo suficientemente molestos como para que hayan afectado la comunicación.
15. Manejo de tiempo con pasajero	El tiempo que se manejó entre el agente de servicio y el pasajero fue poco, tanto en el lobby, en el mostrador y en las salas de abordaje, solamente se extendían cuando habían inconvenientes con los boletos.	El mayor porcentaje de pasajeros encuestados, 81.8%, indicó que el manejo de un tiempo corto con el agente mejora el servicio hacia ellos mismos y a los demás pasajeros. El resto de pasajeros encuestados, 18.2% indicó que no mejora el servicio si es primera vez que viaja o si tienen alguna duda o comentario adicional.	El 81% de los encuestados manifestó que el manejo de un tiempo corto con el pasajero sí mejora el servicio para la mayoría de los pasajeros, pero el 14.2% indica que no. El 4.8% no respondió a la pregunta.	El manejo de un tiempo corto entre el pasajero y el agente de servicio sí mejora la satisfacción en el servicio para la mayoría de los pasajeros, pero en algunas ocasiones no, sobre todo cuando un pasajero viaja por primera vez, o tiene dudas y/o comentarios adicionales. El tiempo puede variar según la necesidad del cliente y los inconvenientes que se puedan dar con los boletos o la situación de los vuelos.

TEMAS	RESULTADOS OBTENIDOS			
	OBSERVACIÓN	ENCUESTAS A PASAJEROS	ENCUESTAS A AGENTES DE SERVICIO AL PASAJERO	ANÁLISIS DE RESULTADOS
16. Artefáctica	<p>En la artefáctica de los agentes de servicio, la mayoría de agentes de servicio se presentaron con la artefáctica requerida por la empresa, que son el uniforme completo, limpio y presentable, el peinado y el maquillaje adecuado; pero en pocas ocasiones no se cumplieron esos requisitos ya que no contaban con la artefáctica completa o usándola adecuadamente.</p>	<p>De acuerdo a la opinión de los pasajeros encuestados, el 5.2% indicó que la vestimenta, joyería, maquillaje y peinado de los agentes de servicio les comunica elegancia, el 11.3% confirmó que les comunica sencillez, el 27.8% indicó que les comunica orden, el 33% limpieza y el 22.7% otros, de los cuales mencionaron buena presentación, simple, buena imagen como persona y empresa, incompleto, seguridad, formalidad, llama la atención, normal, fachas.</p>	<p>El mayor porcentaje de agentes de servicio al pasajero encuestados, 43.3% respondió que su vestimenta, joyería, maquillaje y peinado comunica limpieza, seguido por el 23.3% que comunica elegancia, el 20% orden y el 13.3% sencillez.</p>	<p>En la mayoría de casos la artefáctica si se utilizó de manera adecuada y les comunicaba orden y limpieza, elegancia y sencillez a los pasajeros, pero en pocas ocasiones no se cumplieron con todos los lineamientos que la empresa requiere sobre el uso del uniforme, ya sea porque no contaban con la artefáctica completa o no la usaban adecuadamente.</p>
17. Postura	<p>La postura que mantenía el agente de servicio era adecuada en la mayoría de ocasiones, ya que mantenía una postura atenta, que se caracteriza por ser una postura de acercamiento y que tiende a inclinarse hacia delante del cuerpo, sólo se observó un caso en el que el agente de servicio tenía una postura encorvada.</p>	<p>Según la opinión de los pasajeros encuestados, el 74.5% de ocasiones los agentes de servicio al pasajero tuvieron una postura atenta, el 10.9% tuvo una postura negativa, de rechazo; el 3.6% tuvo una postura arrogante o despreciativa y el 1.8% tuvo una postura cabizbaja, de abatimiento. El 9.1% no respondió a las preguntas.</p>	<p>La postura que regularmente mantiene el agente de servicio al pasajero es una postura atenta con el 95.2% de los agentes de servicio al pasajero, mientras que el 4.8% opinan que es una postura cabizbaja o abatimiento.</p>	<p>Se coincidió que los agentes de servicio al pasajero mantuvieron una postura atenta hacia los pasajeros lo cual es positivo para la satisfacción al cliente. Es importante no ignorar los casos donde los agentes de servicio tuvieron una postura arrogante, de rechazo o cabizbaja; reforzando periódicamente el buen servicio al cliente.</p>

TEMAS	RESULTADOS OBTENIDOS			
	OBSERVACIÓN	ENCUESTAS A PASAJEROS	ENCUESTAS A AGENTES DE SERVICIO AL PASAJERO	ANÁLISIS DE RESULTADOS
18. Inicia el saludo	Al momento de observar la función fática que se presentó en la comunicación interpersonal entre el agente de servicio y el pasajero, se pudo verificar que el agente de servicio inició el saludo en la mayoría de ocasiones, pero se observaron varios casos en los que el pasajero inició el saludo al acercarse, o bien no se dio ningún saludo al inicio de la conversación.	<p>Lobby de anfitrión: De acuerdo a las respuestas de los pasajeros el 44.2% indicó que la comunicación que se dio con el agente de servicio inició con un saludo, el 1.3% indicó que inició con un gesto, el 23.4% invitándolo a pasar, el 13% con una sonrisa y 5.2% de otras maneras: pidiendo los documentos de viaje, solicitando que coloque sus maletas en la balanza, etc. El 13% de los pasajeros no respondieron porque no se encontraba ningún agente de servicio cuando llegaron al lobby de anfitrión. El 63.6% de los pasajeros encuestados confirmó que el agente inició la comunicación en el pódium de anfitrión, el 14.5% indicó el fueron ellos mismos, y el 21.8% no respondió la pregunta debido a que no se encontró nadie en anfitrión y otros que no quisieron opinar.</p>	<p>El 46.3% de los agentes de servicio al pasajero manifestó que en el lobby o pódium de anfitrión, regularmente inician la comunicación con el pasajero con un saludo, el 4.9% con un gesto, el 19.5% invitándolo a pasar, el 26.8% con una sonrisa, y el 2.4% no respondió. Asimismo, en otra pregunta el 4.8% de los agentes de servicio opina que el pasajero es quien regularmente inicia la comunicación en el lobby o pódium de anfitrión, mientras que el 90.5% opina que ellos inician la comunicación. El 4.8% no respondió.</p>	<p>En el lobby de anfitrión la comunicación inició con un saludo en la mayoría de ocasiones, seguido de una sonrisa y/o invitándolo a pasar. En algunas ocasiones el pasajero indicó que inició cuando el agente de servicio le pidió los documentos de viaje, o preguntándole sobre su viajes y pesándole sus maletas. Asimismo, no está de más reforzar que en todo momento hay que saludar al pasajero con algún gesto cálido y con una sonrisa. Tampoco hay que descuidar el lobby de anfitrión para poder darle la bienvenida, dirección e información que los pasajeros necesitan al iniciar su trámite de viaje.</p>
		<p>Mostrador: La comunicación inició con el agente de servicio al pasajero. Según las respuestas de los pasajeros encuestados, que fue con un saludo con un 44.8% de ocasiones, invitándolo a pasar con un 37.9% de ocasiones, con una sonrisa según el 11.5%, de otras maneras con un 2.3%, como por ejemplo, que el agente de servicio le pidió que coloque su maleta en la balanza y/o preguntándole hacia donde viaja. El 3.4% no respondió. 69.1% de los pasajeros encuestados respondieron que los agentes de servicio fueron los que iniciaron la comunicación en el mostrador, el 21.8% de los pasajeros iniciaron la comunicación. El 9.1% de los pasajeros no respondió.</p>	<p>El mayor porcentaje de agentes de servicio al pasajero, 48.6%, indican que en el mostrador, regularmente inician la comunicación con el pasajero con un saludo, el 5.7% inicia con un gesto, el 11.4% invitándolo a pasar, el 31.4% con una sonrisa, y el 2.9% de otras forma, donde mencionaron que regularmente inician con contacto visual. Los resultados muestran que el 100% de los agentes de servicio encuestados inician la comunicación con el pasajero en el mostrador.</p>	<p>En el mostrador, el agente de servicio al pasajero regularmente inicia la comunicación, según los resultados de las observaciones, las encuestas realizadas a los pasajeros y a los agentes de servicio al pasajero; asimismo se comprobó que en la mayoría de ocasiones inician con un saludo, ya sea seguido o junto con una sonrisa, contacto visual, invitando a pasar al pasajero, etc.</p>

TEMAS	RESULTADOS OBTENIDOS			
	OBSERVACIÓN	ENCUESTAS A PASAJEROS	ENCUESTAS A AGENTES DE SERVICIO AL PASAJERO	ANÁLISIS DE RESULTADOS
19. Confirma la comprensión del mensaje	La función de constatación casi no se presentó en la comunicación interpersonal entre el pasajero y el agente de servicio, ya que el agente no se aseguraba si el pasajero había comprendido muy bien el mensaje.	<p>Consultas y comentarios a los agentes de servicio: Según las respuestas de los pasajeros encuestados, el 87.3% confirmó que al momento que ellos realizan consultas o comentarios a los agentes de servicio sobre la ubicación de vuelo, horarios, etc., le respondieron con frases cortas como las mencionadas en la pregunta. Mientras que el 7.3% respondió que no ya que les respondieron con frases largas, con muchos más detalles de la información. El 5.5% no respondió la pregunta.</p>	<p>De acuerdo a los resultados, el 66.7% de los encuestados indicó que al momento que el pasajero realiza consultas o comentarios sobre ubicación, vuelo, etc., los agentes de servicio regularmente le responden al pasajero con frases cortas como: ¡Para servirle!, ¡Con mucho gusto!, ¡Allá!, ¡Por las puertas de vidrio! El 33.3% indicó que no responden con este tipo de frases cortas ya que utilizan frases más largas para responder, explicar o comentar.</p>	<p>Según los datos obtenidos en las encuestas y la observación, en las ocasiones que los pasajeros realizaron consultas a los agentes, ellos en su mayoría respondían con frases cortas. En pocas ocasiones el agente respondió con frases largas. El motivo por el cual los agentes de servicio en su mayoría tengan respuestas cortas podría ser a causa de que el pasajero tenía prisa, o porque habían muchos pasajeros pendientes de documentar, o bien, porque el agente ya está acostumbrado a dar ese tipo de respuestas.</p>
		<p>Confirmación de comprensión del mensaje de parte del agente de servicio: El 54.5% de los pasajeros encuestados afirma que el agente de servicio al pasajero confirmó si comprendió bien el mensaje, mientras que el 45.5% de los pasajeros indicó que el agente de servicio no confirmó si comprendió bien el mensaje. Es muy posible que ese 45.5% de pasajeros se haya quedado con muchas incertidumbres sobre la información de su vuelo y por lo tanto su experiencia de viaje no fue lo más placentera posible, creando dudas e insatisfacciones en el cliente sobre el servicio prestado por la aerolínea.</p>	<p>El 76.2% de los encuestados coincide que en ocasiones confirma si el pasajero ha comprendido la información que le dio. El 23.8% de los encuestados confirmaron que siempre lo hacen.</p>	<p>A pesar que en las encuestas realizadas, en su mayoría indicaron que el agente de servicio sí confirmó la comprensión del mensaje con el pasajero, existe un porcentaje importante de pasajeros que respondieron que el agente de servicio no confirmó si habían comprendido la información, además de los datos obtenidos de la observación que lo reafirman. Por lo tanto, es indiscutible poner atención para que de este grupo de pasajeros no se quede con incertidumbres lo cual puede perjudicar su experiencia de viaje.</p>
		<p>Dificultades para comprender el mensaje de los agentes de servicio: Según los resultados de las encuestas a los pasajeros, el 90.9% indicó que no tuvo dificultad para comprender la información que le daba el agente de servicio, mientras que el 5.5% si tuvo dificultad para comprenderla. El 3.6% no respondió la pregunta.</p>		<p>Existe un gran número de pasajeros que indicaron no haber tenido dificultades para comprender la información que le dio el agente de servicio, pero no está de más que el agente de servicio se asegure que el pasajero comprenda bien la información, y así evitar inconvenientes en la experiencia de viaje del pasajero.</p>

TEMAS	RESULTADOS OBTENIDOS			
	OBSERVACIÓN	ENCUESTAS A PASAJEROS	ENCUESTAS A AGENTES DE SERVICIO AL PASAJERO	ANÁLISIS DE RESULTADOS
20. Se despide del pasajero con una frase amable	Al momento de finalizar la comunicación entre el agente de servicio y el pasajero se observó que en la gran mayoría de casos los agentes de servicio se despedían de los pasajeros con frases como "¡Que le vaya bien!", "¡Feliz viaje!", etc., pero de una manera un poco mecanizada.	Las respuestas de los pasajeros indicaron con un 74.5% que el agente de servicio utilizó esas frases al momento de finalizar la conversación, pero 25.5% indicó que no utilizaron este tipo de frases.	En su totalidad, 100% de los encuestados, confirmaron que al momento de finalizar la conversación con el pasajero, utiliza frases como ¡Feliz viaje! Que fue la más utilizada. También se despedían con la frase: ¡Que le vaya muy bien!, y en algunas ocasiones: ¡Para servirle! Luego que el pasajero le agradecía por la información.	En una gran parte de casos, los agentes de servicio se despedieron del pasajero y utilizando frases cortas como "¡Feliz viaje!", "¡Que le vaya bien!", etc.; pero es importante reforzar que es indispensable cerrar la comunicación con una amable despedida.
21. Si es necesario interrumpe al pasajero amablemente	En la función de interrupción, la mayoría de casos los agentes de servicio que necesitaban interrumpir amablemente lo hacían para dar o solicitar alguna información, de igual forma los pasajeros en ocasiones se acercaban al agente de servicio preguntando alguna información sin importar si este se encontraba ocupado.			En este punto únicamente se basó en la observación, en la cual indica que la función de interrupción se presentó de una manera amable de parte del agente de servicio para solicitar información del pasajero. Asimismo, se presentaron ocasiones en las cuales el pasajero interrumpió al agente de servicio para consultar o comentar, pero en ambas vías no se observaron acciones que perjudicaran la fluidez y la comprensión del mensaje dentro de la comunicación interpersonal.

TEMAS	RESULTADOS OBTENIDOS			
	OBSERVACIÓN	ENCUESTAS A PASAJEROS	ENCUESTAS A AGENTES DE SERVICIO AL PASAJERO	ANÁLISIS DE RESULTADOS
22. Uso de palabras difíciles de comprender por el pasajero	<p>En muy pocas ocasiones los agentes de servicio utilizaron palabras que fueron de difícil comprensión al pasajero. Las pocas ocasiones que no comprendieron el mensaje fueron porque los agentes utilizaron palabras técnicas al momento de explicar una información.</p>	<p>El 100% de pasajeros encuestados respondió que para ellos el agente de servicio al pasajero no utiliza un vocabulario de difícil comprensión en el proceso de chequeo. De acuerdo a las respuestas de los pasajeros que afirmaron una leve dificultad de haber comprendido el mensaje, el 33.3% de los pasajeros encuestados indicó que la dificultad se dio porque el agente de servicio utilizaba palabras muy técnicas, el 50% confirmó que sucedió porque algunas palabras tienen distinto significado para ellos, y el 16.7% indicó que fue por otros motivos, en donde se mencionó, que el agente de servicio hablaba muy rápido.</p>	<p>El 57.1% de los agentes de servicio al pasajeros opina que en el proceso de chequeo no utiliza un vocabulario con palabras técnicas con el pasajero como ATR, Airbus, CTO, gate, etc., o bien palabras coloquiales como ¡que hueva! ¡Qué buena onda! ¡Casacas! ¡Qué chilero! El 38.1% si cree que en ocasiones utiliza este tipo de palabras técnicas al momento conversar con el pasajero lo que en algunas ocasiones perjudican la comprensión del mensaje. El 4.8% no respondió. El 37.5% de los agentes de servicio al pasajero confirmaron que el uso de palabras muy técnicas podría ser uno de los factores que crean barreras u obstáculos para que se dé una buena comunicación interpersonal entre el pasajero y el agente de servicio. El 31.3% opina que podría ser por el uso de palabras que tienen distintos significados según la cultura. El 12.5% confirma que es porque hay mucho ruido alrededor. El 3.1% opina que podría ser por la distancia entre el pasajero y el agente de servicio. El 6.3% indica que es por algún impedimento fisiológico (oído, vista, etc.). El 9.4% cree que es por otros factores, de los cuales mencionaron la falta de atención del pasajero, ya sea por nervios o estrés, asimismo, la compleja explicación de algún procedimiento técnico que se tenga que informar al pasajero, pero que a veces es difícil que lo comprenda.</p>	<p>Los agentes de servicio al pasajero en general no utilizaron palabras que fueran difícil de comprender por el pasajero a pesar que en pocas ocasiones se utilizaron palabras técnicas o porque algunas palabras tienen distinto significado para ellos, y en muy pocas ocasiones fue por falta de atención de parte del pasajero, por impedimentos físicos, fisiológicos, etc.</p>

TEMAS	RESULTADOS OBTENIDOS			
	OBSERVACIÓN	ENCUESTAS A PASAJEROS	ENCUESTAS A AGENTES DE SERVICIO AL PASAJERO	ANÁLISIS DE RESULTADOS
23. Existencia de artefactos, situaciones climáticas, etc. que afectan o distorsionan el mensaje	<p>Solamente se presentaron barreras físicas en la comunicación entre el agente de servicio y el pasajero, cuando se dieron apagones de luz en las instalaciones del aeropuerto, ya que el aeropuerto no contaba con una planta que durara más de cinco minutos, por lo tanto el proceso de chequeo en mostradores y en las salas de abordaje se demoraban un poco más, por la falta de computadoras funcionando.</p>			<p>Según la observación la barrera física que se presentó fueron apagones de luz dentro de las instalaciones del aeropuerto lo cual demoraba el proceso de chequeo en mostradores y salas de abordar. Afecta la comunicación interpersonal por el manejo del tiempo lo cual conlleva a agotar la paciencia de los pasajeros y al aumento de estrés en los agentes de servicio</p>
24. Existencia de problemas fisiológicos que afectan la comunicación	<p>Se presentaron sólo dos casos en donde los agentes de servicio se encontraron enfermos, asistiendo a los pasajeros en el mostrador y en las salas de abordaje, lo cual no afectó significativamente el servicio al pasajero.</p>			<p>Durante el período de observación se presentaron solamente dos casos en donde los agentes de servicio se encontraron enfermos, lo cual no afectó significativamente la comunicación interpersonal con el pasajero.</p>

TEMAS	RESULTADOS OBTENIDOS			
	OBSERVACIÓN	ENCUESTAS A PASAJEROS	ENCUESTAS A AGENTES DE SERVICIO AL PASAJERO	ANÁLISIS DE RESULTADOS
25. Calificación de la comunicación interpersonal entre el pasajero y el agente de servicio al pasajero		<p>Los pasajeros encuestados calificaron como excelente la comunicación interpersonal entre los dos, con un 29.1%. El 56.4% de los pasajeros lo calificaron como buena. El 14.5% de pasajeros calificó como "necesita mejorar" la comunicación interpersonal, por lo tanto es muy importante ponerle atención trabajando en cada uno de los puntos calificados en las encuestas para poder lograr esa conexión con el cliente al momento de comunicarse, ya que esto conlleva a dar un servicio más cálido y personalizado que tanto satisfacen a los clientes de todas partes del mundo.</p>	<p>Los agentes de servicio al pasajero manifestaron en un 52.4% que la comunicación interpersonal entre el pasajero y el agente es excelente. Mientras que 47.6% la califica como buena.</p>	<p>Un mayor porcentaje de los pasajeros calificaron como buena la comunicación interpersonal entre el agente de servicio y ellos; mientras que un poco más de la mitad de agentes de servicio ponderaron excelente la comunicación entre ambos. Estos resultados indican que existe un gran porcentaje de pasajeros y agentes de servicio que piensan que la comunicación es solamente buena, y uno muy reducido que necesita mejorar, por lo tanto, es inevitable ignorar que los agentes de servicio al pasajero pasa por alto los pequeños detalles que afectan la buena comunicación interpersonal con el pasajero.</p>

Conclusiones

Según los resultados de la investigación, la comunicación interpersonal entre el agente de servicio al pasajero y el pasajero, sí cumple con la función fática de la comunicación, lo cual se comprobó por medio de la recolección de datos, cumpliendo con las características que determinan la existencia y predominancia de ésta función durante el proceso de comunicación entre ellos.

Actualmente la comunicación interpersonal que se presenta entre los agentes de servicio al pasajero y el pasajero es muy interactiva en los distintos puntos de encuentro (lobby de anfitrión, mostrador y salas de abordaje), según los factores calificados en la comunicación verbal y no verbal, pero existen algunas deficiencias en algunos de ellos.

La velocidad que utilizaron los agentes de servicio por lo regular fue normal, aceptable para la comprensión del mensaje. Pero, debido que en pocas ocasiones hablaron con una velocidad rápida, no es motivo para pasar desapercibido que esto puede obstaculizar la comprensión del mensaje.

Se presentaron silencios que fueron necesarios para ingresar los datos de viaje del pasajero en la computadora, pero si estos se prolongan afectan la atención y la paciencia del pasajero.

Hay una gran variedad de expresiones faciales que se detectaron en los agentes de servicio al pasajero lo cual hace difícil identificar cuál es la expresión más utilizada por los agentes de servicio, ya que difieren entre la observación y las encuestas. Las expresiones faciales son difíciles de controlar sobre todo si se tienen sentimientos o emociones fuertes hacia algo o alguien, lo cual cambia en el comportamiento del ser humano constantemente. Por lo tanto, este tema necesita un estudio más profundo para poder identificar, categorizar y analizar los resultados.

Según los resultados, en la mayoría de ocasiones los agentes de servicio al pasajero sí tuvieron contacto visual con el pasajero, pero este no se mantenía

porque el agente de servicio tenía que observar la computadora para ingresar los datos de viaje, verificar equipaje, entregar formularios, revisar documentos de viaje, etc., todo en poco tiempo. En pocas ocasiones lo que no se evitó fue, que en los momentos más importantes, que eran al inicio de la conversación (el saludo), al momento de confirmar datos, al momento de interrumpir y cuando finalizó la conversación (la despedida), no se tuvo ese contacto visual.

Los pasajeros indicaron un poco más de acercamiento al que tenían delimitado por el mostrador del área de chequeo y salas de abordar, porque a veces el agente tenía que inclinarse para darle la información del vuelo, mientras que los agentes de servicio indicaron que prefieren la distancia delimitada por el mostrador o un poco más.

De acuerdo a lo indicado por los pasajeros y los agentes de servicio, el manejo de un tiempo corto entre ellos, sí mejora la satisfacción en el servicio para la mayoría de los pasajeros, pero en algunas ocasiones no, sobre todo cuando un pasajero viaja por primera vez, o tiene dudas y/o comentarios adicionales. El tiempo puede variar según las necesidades del cliente y los inconvenientes que se presenten durante el proceso de la comunicación.

Aunque en la mayoría de casos la artefáctica sí se utilizó de manera adecuada y les comunicaba orden y limpieza, elegancia y sencillez a los pasajeros, en pocas ocasiones se confirmó que no cumplían con todos los lineamientos que la empresa requiere sobre el uso del uniforme, ya sea porque no contaban con la artefáctica completa o porque no la usaban adecuadamente.

Los agentes de servicio mantuvieron una postura atenta hacia los pasajeros, pero se presentaron pocos casos aunque no menos importantes en donde el agente de servicio tuvo una postura arrogante, de rechazo o cabizbaja, lo cual afecta de manera negativa la percepción de servicio de la aerolínea al pasajero.

Ya que se confirmó la existencia de la función fática en el proceso de comunicación entre el pasajero y el agente de servicio, lo cual ha sido en beneficio a la función de inicio, de interrupción y de cierre, debido a que los pasajeros

prefieren la información corta, clara y concisa pero de manera personalizada, todavía existe una deficiencia o ausencia de la función de constatación, ya que al no realizarlo y el pasajero se queda con dudas, y por ende se queda preguntando nuevamente la información, o bien se va con esas dudas que podría afectar en sus siguientes procesos de viaje. En las funciones de inicio, interrupción y cierre no se vieron afectados de manera muy negativa, según los resultados del estudio, pero esta función no fue acompañada de algo tan influyente para las personas, como lo es una sonrisa y el contacto visual.

En general no se presentaron muchas barreras semánticas, físicas o fisiológicas, debido a que los agentes de servicio al pasajero no utilizaron palabras que fueran difícil de comprender por el pasajero, pero a pesar de ello, en pocas ocasiones el pasajero indicó que el agente utilizó palabras técnicas o algunas de ellas tenían distinto significado para ellos.

Asimismo, es importante mencionar que la actitud del agente de servicio al pasajero y/o del pasajero influye mucho en la comunicación con el pasajero, pero es parte de una de las barreras que no fueron tomadas en cuenta para esta investigación por ser de mayor estudio y análisis.

Se le pregunto al pasajero y al agente de servicio, como calificaban la comunicación interpersonal entre ellos con las opciones: necesita mejorar, buena y excelente. Según los resultados, un gran porcentaje de pasajeros coincidieron en que la comunicación es solamente buena, mientras que un poco más de la mitad de los agentes de servicio la calificaron de excelente. Por lo cual, en general se puede decir que la comunicación interpersonal entre el agente de servicio al pasajero y el pasajero es buena.

Recomendaciones

Realizar un tipo de campaña interna de concientización a los agentes de servicio al pasajero, acerca de la importancia de un servicio al cliente personalizado y con excelencia. La campaña podría realizarse en base a los objetivos, valores, misión y visión de la empresa, incluyendo los temas de la comunicación interpersonal, la comunicación verbal y no verbal, su función fática y las barreras comunicacionales, y como es que el mal uso o la ausencia de ellos afectan la satisfacción del cliente.

Partiendo de estos conceptos, se realizarán capacitaciones dinámicas, talleres, seminarios o conferencias sobre comunicación y/o el servicio al cliente, donde se les recordará a los agentes de servicio la importancia que tiene cada uno de ellos, el poner en práctica el buen uso de la comunicación verbal y no verbal, sus barreras y sus funciones.

Uno de los puntos en los que se recomienda concientizar a los agentes de servicio al pasajero, es el poner más atención a comunicarse de la manera más corta, clara, concisa y con calidez al pasajero al momento de iniciar, interrumpir, constatar y finalizar la comunicación, debido a que en varios casos no se cumplía con cada uno de estos puntos, o bien, estos no eran bien ejecutados.

Recordarle periódicamente a los agentes de servicio al pasajero el evitar las barreras semánticas, ya sea no utilizando tecnicismos, modismos, sobrenombres, etc.; asimismo evitar las barreras físicas como tener el equipo y las herramientas de trabajo preparados, cuidar de ellos, etc., aunque en muchas ocasiones pueden estar fuera del alcance del agente de servicio, como el no contar con electricidad, el clima, el ruido externo, etc. En cuanto a las barreras fisiológicas, se recomienda el concientizar al personal de cuidar su salud, ya que esta barrera a veces se encuentra fuera del control de todos en la aerolínea.

Se recomienda motivar al personal a aportar mejoras para el buen uso de la comunicación interpersonal, y como evitar las barreras comunicacionales, para que luego estas sean escuchadas y apoyadas en la medida de lo posible por el

equipo gerencial de la aerolínea. Esto podría realizarse por medio de focus group mensuales, o bien trabajar formando círculos de mejora integrados por los agentes de servicio al pasajero y liderados por algún supervisor, quienes se podrán reunir periódicamente.

La buena comunicación interpersonal se debe tomar en cuenta como base para un buen servicio al pasajero, iniciando con la buena comunicación dentro de la aerolínea por lo cual se recomienda utilizar la herramienta comunicacional del correo electrónico, el cual hay que brindarles a cada uno de los agentes de servicio al pasajero, para poderles enviar boletines informativos y de concientización sobre el tema.

Colocar rótulos y/o carteles para concientizar sobre el tema a los colaboradores, ya sea en los mostradores en un área donde solo lo vean los agentes de servicio al pasajero, asimismo en las áreas de descanso de los colaboradores y en oficinas de leads agentes y supervisores.

A los jefes y directivos, se les recomienda inducciones constantes para superar los problemas de comunicación interpersonal con el pasajero, ya que las tendencias cambian con el tiempo, y es importante actualizarse con el estilo de vida que tienen los viajeros, para así poder superar sus expectativas de satisfacción por el servicio.

Referencias bibliográficas

- Arriaga Franco, Juan Pablo. 2008. Tesis. Diseño de un programa de capacitación en Coaching para mandos medios del departamento de servicio al pasajero en una Aerolínea. Guatemala: Universidad Rafael Landívar. 63 p.
- Andrade Castellanos, María del Carmen. 2011. Tesis. Estrategia de Comunicación para la Prevención de la Violencia en Niños y Niñas de Edad Escolar y Fortalecer la Comunicación Maestro-Alumno de la Escuela Mixta Fray Ignacio Barnoya Colonia Maya Zona 18. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. 60 p.
- Benito, Angel. 1991. Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación. Madrid, España: Ediciones Paulinas. 1374 p.
- Castro Jiménez, Silvia Iliana. 2000. Tesis. Análisis de los Índices de Comunicación Interpersonal en el Proceso de Comunicación Social. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. 80p.
- Claudín, Victor. Anabitarte, Héctor. 1986. Diccionario general de la comunicación. Barcelona, España: Editorial Mitre. 217 p.
- De la Mota Oreja, Ignacio Hilario. 1988. Diccionario de la Comunicación. Madrid, España: Tomo 1. Editorial Paraninfo, S.A. 374 p.
- Dobkin, Bethami A. 2007. Comunicación en un Mundo Cambiante. México: Segunda Edición. McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V. 427p.
- Dru Scott, Ph. D. 1991. La Satisfacción del Cliente La Otra Mitad de su trabajo. México: Grupo Editorial Iberoamérica, S.A. de C.V. 112 p.
- Guix, Xavier. 2006. Ni me explico, ni me entiendes. Los laberintos de la comunicación. Colombia: Grupo editorial Norma. 164 p.

Grünebaum Blanco, Ilse Jessica. 2010. Diagnóstico de Comunicación Interna de la Agencia de Viajes New Travel Service (NTS). Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. 108 p.

Hernández Sampieri, Roberto, Fernandez-Collado, Carlos y Baptista Lucio, Pilar. 2006. Metodología de la Investigación. México: Cuarta edición. McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V. 850 p.

Hichos García, Jehimy Suley. 2009. Tesis. Las 4C's del Mercadeo como Herramienta Mercadológica en el Lanzamiento de un Producto en el Mercado. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. 82 p.

Interiano, Carlos. 2010. Semiología y Comunicación. Guatemala: Octava Edición. Editorial Estudiantil Fenix. 186 p.

Lewandowski, Theodor. 1986. Diccionario de Lingüística. Madrid, España: Segunda Edición. Traductores: Ma. Luz García-Denche Navarro, Enrique Bernárdez. Ediciones Cátedra, S.A. 447p.

Lemus Urbina, Edwin Leonel. 2004. Tesis. La Inadecuada Forma de Escuchar como Barrera Comunicacional para la Comprensión del Mensaje. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. 65p.

López Cobos, Jorge Estuardo. 2007. Tesis. Principales Formas de Comunicación en el Aeropuerto Internacional La Aurora y la Deficiente Decodificación por los Usuarios. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. 113 p.

Marroquin Hernández, Onelia Amarilis. 2002. Tesis. Qué Función Juegan las Dinámicas de Grupo en la Comunicación Interpersonal. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. 73 p.

Moreta Castillo, Américo. 1999. Responsabilidad del Transportista Aéreo de Pasajeros. República Dominicana: Universidad Iberoamericana UNIBE. 184 p.

Niño Rojas, Víctor Miguel. 1998. Los procesos de la comunicación y del lenguaje. Colección Textos Universitarios. Bogotá, Colombia: 3ra. Edición. 1ra. Reimpresión 2000. 366 p.

Pedroni Chautemps, Ana María. 2004. Semiología: un acercamiento didáctico. Guatemala: Editora Universitaria Universidad de San Carlos de Guatemala. 194 p.

Roldán Hernández, María del Carmen. 2010. Tesis. La Comunicación como Base Fundamental para Comercializar los Productos y Servicios del Centro de Estudios del Mar y Acuicultura (CEMA), de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. 59 p.

Toledo Saravia, Gabriela Carolina. 2009. Tesis. Diferencia entre estrés laboral y relación con el alcance de metas en el grupo de agentes de ventas de una aerolínea internacional que opera en la Ciudad de Guatemala. Guatemala: Universidad Rafael Landívar. 88 p.

Torres Salguero, Carlos Enrique. 1995. Tesis. El Servicio al Cliente en la comercialización de bebidas gaseosas. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. 101 p.

Valdez Contreras, Elder Enrique. 2005. Tesis. Impacto de la Comunicación en el Servicio al Cliente: Evaluación del servicio de los restaurantes de comida rápida McDonald's". Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. 96p.

Valdez Contreras, Juan Ramón. 2010. Tesis. Diagnóstico para Poner en Práctica la Comunicación Interpersonal en la Guardería Infantil Magic Kids. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. 67 p.

Velásquez, Carlos Augusto. 2006. Comunicación, semiología del mensaje oculto. Guatemala: Eco Ediciones. 177 p.

- Electrografías

Jakobson, Roman. 1960. Lingüística y poética. [www.textosenlinea.com.ar/textos/Linguistica y poetica.pdf](http://www.textosenlinea.com.ar/textos/Linguistica_y_poetica.pdf). Tomado el 20/04/2013.

Lingüística y Poética. <http://es.scribd.com/doc/7273555/Jakobson-Roman-Linguistica-y-Poetica>. Tomado el 26/04/2012. Publicado: 18 octubre 2008, por api_11797_teucro1

El tono de voz. <http://www.mailxmail.com/curso-atencion-telefonica-como-administrativa/tipos-tonos>. Tomado el 03/05/2012. Publicado: 03/10/2010, por Tools Management & Consultancy.

Marsellach Umbert, Gloria. Tomado el 03/05/2012 <http://ugt-aena.galeon.com/comunicacion.html>

Shannon, Claude Elwood y Weaver, Warren. Una Teoría Matemática de la Comunicación.

<http://www.enseignement.polytechnique.fr/informatique/profs/Nicolas.Sendrier/X02/Tl/shannon.pdf> Tomado el 10 de septiembre 2013

APÉNDICE



GUÍA DE OBSERVACIÓN

La comunicación interpersonal entre el pasajero y el agente de servicio al pasajero de una Aerolínea Internacional en Aeropuerto La Aurora

Fecha _____

Punto de observación _____

Hora _____

Observador _____

INSTRUCCIONES: Observe si la ejecución de las actividades que se enuncian las realiza el grupo de agentes de servicio al pasajero y los pasajeros que se están observando para luego marcar con una "X" a la columna que le corresponde según el tipo de cumplimiento, así mismo es importante anotar las observaciones pertinentes.

ACCIONES A EVALUAR EN EL AGENTE DE SERVICIO			TIPO DE CATEGORÍA	FRECUENCIA DEL USO DE ACCIONES EN TIEMPO DE OBSERVACIÓN								
				0	1	2	3	4	5			
Comunicación Interpersonal	Comunicación verbal	1	El tono	De Desagradable a Agradable								
		2	El volumen	De bajo a alto								
		3	La velocidad al hablar	De lenta a rápida								
		4	La pronunciación	De mala a buena								
		5	Los silencios	De pocos a muchos								
		6	Ritmo o fluidez	De malo a bueno								
	Comunicación no verbal	Expresiones faciales	7	Expresiones faciales	De pocas a muchas							
			8	Contacto visual								
			9	Gestos								
		Proxémica	10	Proxémica	De lejos a cerca							
			Contacto físico	11	Contacto físico	De poco a mucho						
				12	Vocalización							
				13	Detección de olor							
				14	Manejo de tiempo con pasajero							
			15	Artefáctica								
			16	Postura	De inadecuada a adecuada							
Función Fática	Función de inicio	17	Inicia el saludo	De nunca a siempre								
		18	Confirma la comprensión del mensaje									
	Función de cierre o interrupción	19	Se despide del pasajero con una frase amable									
		20	Si es necesario interrumpe al pasajero amablemente									
Barrera Comunicacional	Barreras Semánticas	21	Uso de palabras difíciles de comprender por el pasajero	De nunca a siempre								
	Barreras Físicas	22	Existencia de artefactos, situaciones climáticas, etc que afectan o distorsionan el mensaje									
	Barreras Fisiológicas	23	Existencia de problemas fisiológicos que afectan la comunicación									

Observaciones:



Encuesta de Opinión a Agentes de Servicio al Pasajero

El siguiente cuestionario tiene como objetivo conocer sus opiniones acerca de los enunciados que se le presentan a continuación. Por favor responda según su punto de vista.

Género: Masculino ___ Femenino ___ Edad _____

1. ¿Sabe qué es la comunicación interpersonal?

Sí ___ No ___

2. ¿Cuál es el tono de voz con el que le habla al pasajero?

- a. Tranquilo ___ b. Cálido ___ c. Entusiasta ___ d. Sugestivo ___
e. Seguro ___ f. Brusco ___ g. Desinteresado ___ h. Inseguro ___
i. Otro ___ ¿Cuál? _____

3. ¿Cuál es el volumen de voz que utiliza regularmente para hablarle al pasajero?

a. Alto ___ b. Medio ___ c. Bajo ___

4. ¿Con qué velocidad le habla al pasajero?

a. Lento ___ b. Normal ___ c. Rápido ___

5. ¿Pronuncia bien las palabras al hablarle al pasajero?

Sí ___ No ___

6. ¿Realiza algunas pausas que son necesarias al hablarle al pasajero?

Sí ___ No ___

7. ¿Le habla con ritmo y fluidez al pasajero?

Sí ___ No ___

8. ¿Qué tipo de emoción cree que regularmente muestra con su expresión facial, al pasajero?

- a. Alegría ___ b. Sorpresa ___ c. Tristeza ___ d. Miedo ___
e. Enojo ___ f. Preocupación ___ g. Otro ___ ¿Cuál? _____

9. ¿Realiza contacto visual con el pasajero?

Sí ___ No ___



10. ¿Qué tipo de gestos utiliza al hablarle al pasajero?
- a. Movimiento de brazos_____ b. Movimiento de manos y dedos_____
- c. Movimiento de cabeza_____ d. Movimiento de hombros_____
- e. Otros____ ¿Cuáles?_____
11. ¿Aproximadamente, qué distancia prefiere tener con el pasajero?
- a. Muy cercana De 0 a 0.60 mts. _____
- b. Cercana De 0.61 a 1.20 mts. _____
- c. Distante De 1.21 a 2.40 mts. _____
- d. Muy distante Más de 2.41 mts. _____
12. ¿Existe algún contacto físico con el pasajero?
- No_____ Sí_____ ¿Cuál?_____
13. ¿En ocasiones realiza sonidos que no son palabras, para decir “sí” ó “no”?
- Sí_____ No_____
14. ¿Para usted el olor influye en la comunicación interpersonal?
- Sí_____ No_____
15. ¿Para usted, el manejo de un tiempo corto con el pasajero mejora el servicio para la mayoría de los pasajeros?
- Sí_____ No_____
16. ¿Qué cree que le comunica su vestimenta, joyería, maquillaje y peinado al pasajero?
- a. Elegancia_____ b. Sencillez_____ c. Orden_____ d. Limpieza_____
- e. Otros_____ ¿Cuáles?_____
17. ¿Qué tipo de postura tiene regularmente al hablarle al pasajero?
- a. Postura atenta_____ b. Postura negativa, de rechazo_____
- c. Postura arrogante o despreciativa_____ d. Postura cabizbaja, abatimiento_____



18. ¿En el proceso de chequeo, en ocasiones utiliza un vocabulario con palabras técnicas como: ATR, Airbus, CTO, gate, etc., o coloquiales como ¡Qué hueva! ¡Qué buena onda! ¡casacas! ¡qué chilero!, que podrían dificultar la comprensión de la información al pasajero?

No___ Sí___ ¿Cuáles?_____

19. ¿Regularmente cómo inicia la comunicación con el pasajero en el lobby o pódium de anfitrión?

a. Con un saludo ___ ¿Qué frase? _____

b. Con un gesto ___ ¿Cuál? _____

c. Invitándolo a pasar___ ¿Qué frase? _____

d. Con una sonrisa ___ e. Otro___ ¿Cuál?_____

20. ¿Regularmente, quién inicia la comunicación en el lobby o pódium de anfitrión?

El pasajero___ Usted___

21. ¿Regularmente, cómo inicia la comunicación con el pasajero en el mostrador?

a. Con un saludo ___ ¿Qué frase? _____

b. Con un gesto ___ ¿Cuál? _____

c. Invitándolo a pasar___ ¿Qué frase? _____

d. Con una sonrisa ___ e. Otro___ ¿Cuál?_____

22. ¿Regularmente quién inicia la comunicación en el mostrador?

a. El pasajero___ b. Usted___

23. ¿Cuándo el pasajero realiza consultas o comentarios sobre ubicación, vuelo, etc., regularmente usted le responde con frases cortas como: ¡Allá! ¡Ok! ¡Ajá! ¡Por supuesto! ¡Claro! ¡Entiendo! ¡Escucho! ¡Ya! ¡Cómo no!?

Sí___ No___

24. ¿Al darle la información necesaria al pasajero, usted confirma si lo ha comprendido?

Nunca___ En ocasiones___ Siempre___



25. ¿Al momento de finalizar la conversación, usted utilizó frases cierre como ¡Hasta pronto! ¡Feliz viaje! ¡Que le vaya muy bien!?

Sí _____ No _____

26. ¿Qué factores cree que son barreras u obstáculos para que se dé una buena comunicación interpersonal entre el pasajero y usted?

a. Uso de palabras muy técnicas _____

b. Existen palabras que tienen distintos significados según la cultura _____

c. Hay mucho ruido alrededor _____

d. La distancia entre el pasajero y usted _____

e. Algún impedimento fisiológico (oído, vista, etc.) _____

c. Otro _____ ¿Cuál? _____

27. ¿Cómo califica la comunicación interpersonal entre el pasajero y usted?

Excelente _____ Buena _____ Necesita mejorar _____



Encuesta de Opinión a Pasajero

El siguiente cuestionario tiene como objetivo conocer sus opiniones acerca de los enunciados que se le presentan a continuación. Por favor responda según su punto de vista.

1. ¿Sabe qué es la comunicación interpersonal?

Sí___ No___

2. ¿Cuál es el tono de voz con el que le hablaron los agentes de servicio?

a. Tranquilo___ b. Cálido___ c. Entusiasta___ d. Sugestivo___
e. Seguro___ f. Brusco___ g. Desinteresado___ h. Inseguro___
i. Otro___ ¿Cuál?_____

3. ¿Cuál es el volumen de voz con el que le hablaron los agentes de servicio?

a. Alto___ b. Medio___ c. Bajo___

4. ¿Con qué velocidad le hablaron los agentes de servicio?

a. Lento___ b. Normal___ c. Rápido___

5. ¿El agente de servicio pronunciaba bien las palabras al hablarle?

Sí___ No___

6. ¿El agente de servicio realizó ciertas pausas que son necesarias al hablar?

Sí___ No___

7. ¿El agente de servicio le habló con ritmo y fluidez?

Sí___ No___

8. ¿Qué tipo de emoción mostraba el agente con su expresión facial?

a. Alegría___ b. Sorpresa ___ c. Tristeza___ d. Miedo___
e. Enojo___ f. Preocupación___ g. Otro___ ¿Cuál? _____

9. ¿Los agentes hicieron contacto visual con usted?

Sí___ No___

10. ¿Qué tipo de gestos utilizaba el agente de servicio al hablarle?

a. Movimiento de brazos___ b. Movimiento de manos y dedos___
c. Movimiento de cabeza___ d. Movimiento de hombros___
e. Otros___ ¿Cuáles?_____



11. ¿Aproximadamente, qué distancia prefiere tener con el agente de servicio al pasajero?

e. Muy cercana De 0 a 0.60 mts. ____

f. Cercana De 0.61 a 1.20 mts. ____

g. Distante De 1.21 a 2.40 mts. ____

h. Muy distante Más de 2.41 mts. ____

12. ¿Se dio algún contacto físico con el agente de servicio al pasajero, como por ejemplo dar la mano?

No____ Sí____ ¿Cuál?_____

13. ¿El agente de servicio hace sonidos que no son palabras, para decir “sí” ó “no”?

Sí____ No____

14. ¿Para usted el olor influye en la comunicación interpersonal?

Sí____ No____

15. ¿Para usted, el manejo de un tiempo corto con el agente mejora el servicio hacia usted y los demás pasajeros?

Sí____ No____

16. ¿Qué le comunica la vestimenta, joyería, maquillaje y peinado de los agentes de servicio al pasajero?

a. Elegancia____ b. Sencillez____ c. Orden____ d. Limpieza____

e. Otros____ ¿Cuáles?_____

17. ¿Qué tipo de postura tienen los agentes de servicio al pasajero al hablarle?

a. Postura atenta____ b. Postura negativa, de rechazo____

c. Postura arrogante o despreciativa____ d. Postura cabizbaja, abatimiento____

18. ¿En el proceso de chequeo, el agente de servicio utiliza un vocabulario de difícil comprensión?

Sí____ No____



19. ¿Cuál es la causa?

- a. Utiliza muchas palabras técnicas (ATR, Airbus, CTO, gate, etc.) ____
- b. Utiliza palabras coloquiales (¡Qué hueva! ¡Qué buena onda!
¡Casacas! ¡Qué chilero! ____
- c. Otro ____ ¿Cuál? _____

20. ¿Cómo inició la comunicación con el agente de servicio en el pódium de anfitrión?

- e. Con una sonrisa ____
- f. Con un saludo ____ ¿Qué frase? _____
- g. Con un gesto ____ ¿Cuál? _____
- h. Invitándolo a pasar ____ ¿Qué frase? _____
- i. Otro ____ ¿Cuál? _____

21. ¿Quién inició la comunicación en el pódium de anfitrión?

El agente de servicio ____ Usted ____

22. ¿Cómo inició la comunicación con el agente de servicio en el mostrador?

- e. Con una sonrisa ____
- f. Con un saludo ____ ¿Qué frase? _____
- g. Con un gesto ____ ¿Cuál? _____
- h. Invitándolo a pasar ____ ¿Qué frase? _____
- i. Otro ____ ¿Cuál? _____

23. ¿Quién inició la comunicación en el mostrador?

a. El agente de servicio ____ b. Usted ____

24. ¿Al momento de realizarle consultas o comentarios al agente de servicio, sobre ubicación, vuelo, etc., le respondió con frases cortas como: ¡Allá! ¡Ok! ¡Ajá! ¡Por supuesto! ¡Claro! ¡Entiendo! ¡Escucho! ¡Ya! ¡Cómo no!?

Sí ____ No ____



25. ¿El agente de servicio confirmó si comprendió bien el mensaje?

Sí___ No___

26. ¿Al momento de finalizar la conversación el agente de servicio, utilizó frases como ¡Hasta pronto! ¡Feliz viaje! ¡Que le vaya muy bien!?

Sí___ No___

27. ¿Tuvo dificultad para comprender la información que le daba el agente de servicio al pasajero?

No___ Sí___ *

28. ¿Por qué?*

a. Utilizaba palabras muy técnicas _____

b. Algunas palabras tienen distinto significado para usted _____

c. Había mucho ruido alrededor _____

d. Había mucha distancia entre el agente de servicio y usted _____

e. Por algún impedimento fisiológico (oído, vista, etc.) _____

c. Otro__ ¿Cuál? _____

29. ¿Cómo califica la comunicación interpersonal entre agente de servicio y usted?

a. Excelente ___ b. Buena ___ c. Necesita mejorar ___



Entrevistas a Supervisores y a Gerente de Tráfico Aéreo de la aerolínea

➤ Entrevista a Supervisor Eduardo Gonzalez Becker:

- ¿Sabe cuál es la importancia de la comunicación interpersonal entre el pasajero y el agente de servicio al pasajero para la empresa?

“Es muy importante porque es el canal que utilizamos para hacerle entender la siguiente tarea que tiene que hacer para poder tomar su vuelo, sobre todo si es sobre una entrada o salida de un vuelo, de una comunicación clara y específica depende mucho el éxito o fracaso que haya una buena relación comercial entre un cliente y la empresa.”

- ¿Conocen las barreras comunicacionales que pueden existir entre el pasajero y el agente de servicio y que afectan la comunicación?

“La cultura porque muchas veces tenemos diferencias con personas de otras cultura y el idioma es una de ellas, lógicamente son personas de otros países y algunas veces no hablan tan bien el español o el inglés que son los idiomas que manejamos aquí, o bien nosotros no nos expresamos bien.

El estado de ánimo, todo depende también tanto de una persona u otras, si está muy enojada o muy alterada, puede decirle muchas cosas como que puedan ser una barrera porque no va a entender, no va a captar el mensaje completo.

El ambiente puede ser algo determinante si hay un ambiente estresante, mucho ruido, hay una gran fila en este caso estamos hablando del mostrador aturde mucho las personas y no captan muy bien el mensaje versus un ambiente más cómodo, más agradable.”

- ¿Usted cree que estas barreras comunicacionales pueden afectar la experiencia de viaje del pasajero y provocar una insatisfacción en el cliente?



“Si, así es, como lo mencionaba anteriormente.”

- ¿Hasta el momento, qué han hecho para reducir las barreras comunicacionales entre el pasajero y el agente de servicio?

“En ambiente se ha tratado de distribuir al personal y las filas de manera que la cantidad de gente y tiempo sea mejor en hacer la fila para que al momento que llegue al mostrador pues sea relativamente poco el tiempo de espera y no se desesperen.

A nivel de empresa se ha tratado de ver a la persona en sí y su estado de ánimo y apoyar en la medida de lo posible para que el trato con la persona sea el más cordial posible, y al momento de generar una comunicación sea más clara y sencilla para la otra personal, y también en la medida de lo posible controlar al máximo las posibles situaciones que puedan generar una falla en el servicio o errores de comunicación, el simple hecho de hablar de una sobreventa por ejemplo estamos cambiando un plan de viaje, o un retraso o una pérdida de conexión, entonces allí se empiezan a ver situaciones que se empieza a ver irregularidades que es allí donde la comunicación pueda comenzar a perderse si nosotros tratamos de comunicarle algún cambio en su plan de viaje. Sí ha habido bastante trabajo en ese aspecto aunque todavía hay bastantes cosas por hacer.”

- ¿Si existieran propuestas para mejorar la comunicación interpersonal entre pasajero y el agente de servicio, estaría dispuesto (a) a apoyarlas?

“Si definitivamente, entre las principales está trabajar mucho con el personal, darles herramientas de comunicación, empezando de un nivel sencillo, un nivel básico, desde el simple hecho de hacer contacto visual, no utilizar tecnicismos, saber escuchar, saber parafrasear, inteligencia emocional que viene mucho a afectar mucho en eso, ya lo estamos empezando a trabajar nivel empresa.”



➤ Entrevista a Supervisora Gundy Vásquez:

- ¿Sabe cuál es la importancia de la comunicación interpersonal entre el pasajero y el agente de servicio al pasajero para la empresa?

“Nosotros estamos para servir al pasajero y en esta industria en donde se dan irregularidades que afectamos a los clientes sí es muy importante uno, que sepamos escuchar a los clientes para que podamos resolverle a favor de ellos siempre respetando los procedimientos que tengamos como empresa pero sí creo que muchas veces lo que hacemos es decirle a todo que no o inclusive a veces se le regaña a los pasajeros y son cosas que no deberían de pasar porque nuestro trabajo se debe a ellos y los deberíamos de tratar de buena forma, ¡verdad! solucionándole lo mejor que podamos aunque no sea siempre lo que ellos quieran pero sí solucionándole lo mejor que podamos para que al final el cliente no se vaya.”

- ¿Conocen las barreras comunicacionales que pueden existir entre el pasajero y el agente de servicio y que afectan la comunicación?

“El idioma podría ser, como los asiáticos o alguien que no hable bien inglés, que no se pueden comunicar, otra pues.... La disposición tal vez, porque a veces el pasajero nos está gritando, y ya nosotros nos cerramos y luego estamos a la defensiva pero la actitud, que al final el agente de servicio pone su barrera porque ya le dicen algo y pues empieza a atacar, entonces el tener una actitud abierta y de no tomárselo personal porque el pasajero está enojado con la empresa mas no con uno, no tomarlo que me ofende a mí, me insulta a mí, hay que tratar de tranquilizarlo, dejarlo hablar y desahogarse.”

- ¿Usted cree que estas barreras comunicacionales pueden afectar la experiencia de viaje del pasajero y provocar una insatisfacción en el cliente?



“Si porque si no se siente entendido o escuchado por lo menos que nos importa entonces no va a regresar, si se ve afectado aunque toda la experiencia haya sido buena y en una parte haya sido afectada ya la experiencia en general lo va a calificar como malo aunque no haya sido así, tiene las repercusiones, o inclusive lo que se haga después, que si aquí se hizo algo mal ya el cliente posiblemente vaya con una actitud negativa hacia nosotros aunque a bordo lo traten muy bien o lo reciban así también.”

- ¿Hasta el momento, qué han hecho para reducir las barreras comunicacionales entre el pasajero y el agente de servicio?

“Como empresa se han dado cursos de liderazgo al equipo gerencial para que nosotros podamos trabajar con los agentes y no salga de nuestra ya parte estresados o predispuestos a una cuestión específica con los clientes.

Y también los talleres como trato personal que se trabajaban antes y ahora el curso SER que se enfocan bastante en los clientes y en disfrutar uno el trabajo que es como la esencia de cada uno verdad, y pues últimamente también en todos esos aspectos de clima laboral que al final todo eso al final afecta al cliente ya si tenemos un ambiente agradable los agentes de servicio también se van a sentir mejor y como consecuencia también van a estar más contentos trabajando pero si ellos de aquí empiezan mal o tienen un mal clima entonces van a reaccionar así con el cliente que al final no tiene la culpa, por al final es una cadenita. Se han estado enfocando mucho al cliente ahorita que han dado buen resultado y pues los cursos SER para los agentes, así como el Team Building, los cursos y capacitaciones al grupo gerencial.”

- ¿Si existieran propuestas para mejorar la comunicación interpersonal entre pasajero y el agente de servicio, estaría dispuesto (a) a apoyarlas?

“Si, yo pienso que siempre es importante estar abiertos a nuevas ideas porque hay gente que es muy creativa y otra gente que no, pero como somos tantos a más de



alguien se le pueda ocurrir más de algo, que tal vez a uno no, pues yo creo que sería de analizar las propuestas y la medida de lo posible apoyarlas y aplicarlas en lo que se puede porque hay cosas que no se pueden aplicar... todo lo que sea para mejorar el ambiente o la satisfacción del cliente pues siempre es bueno.”

➤ Entrevista a Gerente de Tráfico Aéreo de la aerolínea Walesvka Barrientos

- ¿Sabe cuál es la importancia de la comunicación interpersonal entre el pasajero y el agente de servicio al pasajero para la empresa?

“Para mí la importancia de esta comunicación es que el cliente obviamente se sienta bien atendido, y que llenemos sus expectativas y más que todo dudas, porque un cliente cuando se acerca a nosotros, el mismo viaje lo pone nervioso, y cada vez que somos evaluados por el mystery pax, que es lo usual, él puede aplaudir el que hayan sido resultas sus dudas o el tener ese punto de mejora, porque no le dieron bien una indicación, o no le respondieron, o no hubo ni siquiera un contacto visual, por lo tanto la comunicación con el cliente es vital.”

- ¿Conocen las barreras comunicacionales que pueden existir entre el pasajero y el agente de servicio y que afectan la comunicación?

“Las barreras comunicacionales que existen entre el pasajero y el agente de servicio al pasajero podría ser enfocado a los pasajeros que en algunas ocasiones el pasajero se encuentra estresado, molesto, nervioso o afectado con alguna emoción que puede afectar a ser un buen receptor en la comunicación. Asimismo esta la barrera que tiene el agente de servicio donde puede ser afectado si no había dormido bien, lleva los problemas de su casa al trabajo, o cualquier otra situación personal. Una de ellas también es el idioma tanto del pasajero como del personal y el interés del personal para dar un buen servicio.”



- ¿Usted cree que estas barreras comunicacionales pueden afectar la experiencia de viaje del pasajero y provocar una insatisfacción en el cliente?

“Como lo mencionaba en la primera respuesta las barreras comunicacionales pueden afectar al pasajero en su experiencia y provocar que ese pequeño detalle que no se cumplió bien pueda afectarlo negativamente en el resultado de satisfacción.”

- ¿Hasta el momento, qué han hecho para reducir las barreras comunicacionales entre el pasajero y el agente de servicio?

“A nivel empresa se ha trabajado últimamente el curso SER que le recuerda al personal que tiene contacto con el cliente, que nuestro servicio es muy importante en la experiencia de viaje del cliente, recordándole al personal que como seres humanos tenemos emociones y ese es el mensaje que se quiere dar a los pasajeros que estamos interesados en darles una bonita experiencia viajando con nosotros por medio de un servicio con calidez que caracteriza al latino.”

- ¿Si existieran propuestas para mejorar la comunicación interpersonal entre pasajero y el agente de servicio, estaría dispuesto (a) a apoyarlas?

“Claro que sí y pues actualmente se están trabajando algunos proyectos, que aunque no son específicamente de este tema de por sí viene incluido el tema de comunicación interpersonal que es importante para dar un buen servicio.”