



LA COMUNICACIÓN EN EL TRABAJO SECRETARIAL EN LAS EMPRESAS PRIVADAS EN EL CANTÓN PORTOVIEJO

Autoras: Marilyn Elaine Mendoza Mendoza,

Egresada de la carrera de Secretariado Ejecutivo de la Facultad de Ciencias Humanísticas de la Universidad Técnica de Manabí;

Lcda. Rocío Segovia Meza,

Mg. Docente principal de la carrera de Secretariado Ejecutivo de la Facultad de Ciencias Humanísticas y Sociales de la Universidad Técnica de Manabí, correo: ssegovia@utm.edu.ec; fono: 0980289713

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Marilyn Elaine Mendoza Mendoza y Rocío Segovia Meza (2019): "La comunicación en el trabajo secretarial en las empresas privadas en El Cantón Portoviejo", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (enero 2019). En línea

<https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/01/comunicacion-trabajo-secretarial.html>

RESUMEN

La comunicación ha sido uno de los medios de sociabilidad más antiguos de los seres vivos, y para los humanos en especial, que están en relación de la oferta y la demanda, de los bienes y servicios y del tipo de organización pública y privada. El éxito, permanencia, eficacia, eficiencia depende de su gran porcentaje de los empleados quienes están al frente de todo el proceso empresarial. Las secretarías son un ente importante dentro de este ámbito, su relación directa con los clientes internos y externos es fundamental por ello debe estar capacitada, formada, actualizada en todos los procesos que su acción profesional lo requiere. El objetivo de la investigación fue Describir como se lleva la comunicación en el trabajo secretarial en las empresas privadas del cantón Portoviejo. Para ello se utilizó una metodología descriptiva, analítica y reflexiva con los métodos: Bibliográficos, deductivo, estadístico, analítico, con las técnicas de la Recopilación documental, encuesta, entrevista y observación. La muestra fue de 32 secretarías, 8 jefes inmediatos de las secretarías, 18 usuarios internos y 35 usuarios externos, de 8 empresas privadas del lugar. Los resultados indican que la comunicación de las secretarías en las empresas privadas es un factor preponderante del trabajo realizado, depende en muchos casos del éxito o fracaso en la oferta de un bien o servicio, se da de forma verbal, escrita y corporal, siendo sus mayores afluentes los clientes internos y externos. Con un léxico y vocabulario conciliador, mediador y motivante para la consecución de los resultados esperados.

Palabras claves:

Comunicación empresarial, secretaria ejecutiva, empresa privada, bienes y servicios.

RESUMEN

La comunicación ha sido uno de los medios de sociabilidad más antiguos de los seres vivos, y para los humanos en especial, que están en relación de la oferta y la demanda, de los bienes y servicios y del tipo de organización pública y privada. El éxito, permanencia, eficacia, eficiencia depende de su gran porcentaje de los empleados quienes están al frente de todo el proceso empresarial. Las

secretarias son un ente importante dentro de este ámbito, su relación directa con los clientes internos y externos es fundamental por ello debe estar capacitada, formada, actualizada en todos los procesos que su acción profesional lo requiere. El objetivo de la investigación fue Describir cómo se lleva la comunicación en el trabajo secretarial en las empresas privadas del cantón Portoviejo. Para ello se utilizó una metodología descriptiva, analítica y reflexiva con los métodos: Bibliográficos, deductivo, estadístico, analítico, con las técnicas de la Recopilación documental, encuesta, entrevista y observación. la muestra fue de 32 secretarias, 8 jefes inmediatos de las secretarias, 18 usuarios internos y 35 usuarios externos, de 8 empresas privadas del lugar. Los resultados indican que la comunicación de las secretarias en las empresas privadas es un factor preponderante del trabajo realizado, depende en muchos casos del éxito o fracaso en la oferta de un bien o servicio, se da de forma verbal, escrita y corporal, siendo sus mayores afluentes los clientes internos y externos. Con un léxico y vocabulario conciliador, mediador y motivante para la consecución de los resultados esperados.

Palabras claves:

Comunicación empresarial, secretaria ejecutiva, empresa privada, bienes y servicios

INTRODUCCIÓN

La comunicación ha sido un factor clave para que las personas puedan interrelacionarse entre sí, de la manera que puedan expresarse, organizarse, formarse y estructurarse en la medida, pertinencia, practica y utilidad de quienes la aplican, siendo de esta manera un recursos esencial e imprescindible, (Bolívar, 2009); Adam Smith, el llamado padre del capitalismo, (citado por SUTOR) estableció en el siglo xviii que la oferta y la demanda eran las bases sobre las que se sustentaba el edificio de la economía. A la relación entre la oferta y la demanda la denominó mercado.

En la sociedad actual, la actividad económica se ha organizado por medio de asociaciones entre los miembros de determinados colectivos. (Cebrian, 2014)

Unos compran, otros venden y otros prestan servicios. El sistema de intercambio de ventas y servicios recibe el nombre de mercado. Sin estas relaciones de oferta (de servicios y productos) y de demanda (por parte de los consumidores, sean individuales o sean empresas o instituciones), nuestra sociedad no podría sobrevivir. (pág. 22)

Por ello para las empresas la comunicación ha sido un aspecto fundamental para el desarrollo de las sociedades, puesto que éstas a través de sus políticas de comunicación han permitido el cumplimiento de los objetivos organizacionales, y en las empresas privadas son una de las acciones de mayor interés por lo que significa y genera tener buenos canales de información hacia sus usuarios. (Argeo, 2010)

Cuando se refiere a empresas privadas estas adquieren mayor énfasis en los retos y modernos canales de comunicación, puesto que son importantes para satisfacer las necesidades del mercado, aumentar su rentabilidad económica, proporcionar condiciones laborales, haciendo el flujo de capital social sea variado, posibilitando el desarrollo de las condiciones de vida y dando oportunidades de crecimiento y bienestar total. (Corral, 2016). No obstante, tiene algunas condiciones que les imposibilitan la compleja participación social, sobre todo cuando son intervenidas por las políticas reguladoras que son en algunos casos fuertes y excesivas, aunque represente un porcentaje significativo de ingreso fiscal se tiene que pasar por muchas situaciones legales, mermando posibilidades de expansión y crecimiento. (Definista, 2017).

La secretaria es una parte integral del equipo de comunicación de las empresas puesto que uno de sus roles esta en ser puente y canal entre el directivo y los trabajadores, los trabajadores y los usuarios, todos entre sí. (Ladrón, 2018): “El conocimiento que tengan los trabajadores sobre el proceso de planificación es sumamente imprescindible para una adecuada ejecución del perfeccionamiento empresarial”. (Edebe, 2016)

“Toda organización que desee insertarse en este nuevo orden mundial, basado en la información, ha de planificar una estrategia que le permita ser capaz de reinventarse y mejorar de forma continua”. (Sánchez, 2014)

por ello actualmente el trabajo de las secretarias ejecutivas se han modernizado, la profesionalización les ha permitido la adquisición de medios y herramientas informáticas que le han permitido a ser activo, dinámico, ágil, funcional, eficiente y eficaz en su accionar, lo que las ha convertido en profesionales polivalentes, (AUTOR), sus capacidades han evolucionado en razón y función de las demandas de las empresas, la dinámicas de las necesidades y las oportunidades de servicios y bienes de quienes estan ejecutando el servicio.

DESARROLLO

SECRETARIA EJECUTIVA Y LA COMUNICACIÓN

En el ámbito de la secretaria ejecutiva la comunicación es importante puesto que esta entre sus funciones básicas y son características propias de la profesión. (Gómez, 2007) Puesto que entre su cotidianidad está el recibir y transmitir mensajes, órdenes o requerimientos de los directivos; negociamos, solicitamos y acordamos en nombre de la empresa. (Santos, 2012) Para ello es necesario la formación intangible en:

Inteligencia Emocional y las habilidades de comunicación confluyen como herramientas de crecimiento y aprendizaje para la empresa.

La inteligencia emoción y el mensaje implica un lenguaje apropiado donde las emociones y las situaciones deben usarse asertivamente sobre todo para la solución de conflictos.

La inteligencia emocional converge con las necesidades, demandas y deseos.

Fundamentos de la comunicación secretarial (Guijarro, 2015)

- ❖ Flujo de comunicación
 - Ascendentes
 - Descendentes
 - Lateral

Beneficios de la comunicación en el ámbito secretarial (Benet, Zafra & Quintero, 2015)

- ❖ Desaparecer los rumores y la radio de pasillo
- ❖ Se comprenden mejor los problemas
- ❖ Se moviliza la capacidad colectiva de solución de problemas
- ❖ Favorece la identificación del personal
- ❖ Incrementa la participación
- ❖ Se establecen políticas basadas en la consulta y en el consenso
- ❖ Aumenta la productividad

Barreras de la comunicación en el ámbito secretarial

- ❖ Barreras en el emisor
- ❖ Barreras en la transmisión
- ❖ Barreras en el receptor
- ❖ Barreras físicas
- ❖ Barreras semánticas

- ❖ Barreras psicológicas

Tipos de la comunicación de la secretaria

- ❖ Escrita
- ❖ Verbal
- ❖ Corporal

Mecanismos de Comunicación de las secretarias (Arceo, 2010)

- ❖ Palabras
- ❖ Imágenes
- ❖ Acciones
- ❖ Gestos
- ❖ Contextos

Comunicación efectiva

- ❖ Simplificación y precisión en mensajes escritos
- ❖ Capacidad de escucha empática
- ❖ Coherencia entre el mensaje y la acción

Comunicación Organizacional

- ❖ La comunicación existe siempre en las organizaciones (formal e informal)
- ❖ Los empleados necesitan comunicarse con sus superiores
- ❖ La comunicación es un proceso continuo y acumulativo
- ❖ La comunicación efectiva requiere canales múltiples
- ❖ Los canales más eficaces son los bidireccionales (con interacción)

5 Pasos para una comunicación eficaz (Bolívar, 2009)

- ❖ Mapa de ruta:
 - Enunciar el punto central en la primera oración
 - Establecer a donde queremos llegar
 - Enumerar los puntos a tratar
- ❖ Una idea por vez:
 - Expresarnos al nivel y conocimiento del oyente
 - Sintetizar y reformar
 - Obtener retroalimentación
- ❖ Ser específico:
 - Cantidad, que, como, cuando, cuanto
 - Utilizar analogías y ejemplos
 - Establecer la importancia de los puntos que tratamos
- ❖ Palabra, voz y cuerpo:
 - Sincronizar lo que estoy diciendo, con el tono de voz que uso, y el lenguaje del cuerpo que utilizo
- ❖ Ajustarnos a la realidad del oyente:
 - Ponernos en el lenguaje del otro
- ❖ Pasos para una comunicación eficaz
 - controlar
 - no manejarse con suposiciones
 - atender a las emociones del otro
 - crear un clima de confianza
 - no irse por las ramas
 - ser flexible
 - reforzar y controlar el mensaje
- ❖ Destinatarios de la información

- empleados
- familiares
- sindicatos
- mercados, medios, organismos públicos, etc.

EMPRESA PRIVADA

Actualmente las empresas privadas constituyen un aporte significativo para el progreso de las sociedades, el termino que se ajusta es el proporcionado por (Tesauro, 2013), el cual sostiene que es “un tipo de empresa donde los dueños son los que controlan todo desde dentro a diferencia de una empresa pública” esto implica la toma de decisiones en cuanto a creación, producción y desarrollo de bienes y servicios para ofertar a las personas en general que viene hacer la demanda. Dispone de condiciones que se ajustan a la satisfacción del cliente y se desarrollan en base a la funcionalidad y aplicabilidad que el entorno les da como parte de su desarrollo. Para (Thompson, 2016) es la Unidad Económica constituida legalmente para la realización de beneficios a través de la Actividad Productiva o la prestación de servicios, en la que el Capital es aportado y poseído por individuos particulares.

En el caso de (Señaris, 2016) considera que las empresas privadas constituyen la base de la economía capitalista, su función principal es dar beneficios a sus creadores. La ley les faculta para adoptar diversas formas jurídicas (comunidad de bienes, sociedad colectiva, sociedad de responsabilidad limitada, etc.) y pueden agruparse entre sí formando holdings, carteles y trust. Así mismo estas organizaciones son dedicadas a la producción, distribución y/o venta de bienes y servicios, esta operada por una persona o un grupo de personas privadas o instituciones (Qué es una empresa privada, 1017).

Hay varios tipos de empresas privadas como lo detalla (Muñiz, 2016):

- ❖ De un solo accionista
- ❖ Las asociaciones formadas por dos o más personas
- ❖ Corporación con vida jurídica creada por varias personas naturales para realizar una determinada actividad.

Las ventajas:

El Resultado financiero: por la rentabilidad que genera la oferta de servicio y bienes.

Planificando a largo plazo: Una de las grandes ventajas de una empresa privada es que no tiene por qué medir a corto plazo, la eliminación de la obligación de tener resultados cada trimestre les beneficia mucho, esta puede mirar a largo plazo y fijarse objetivos más grandes.

Gobierno corporativo: Hay una ley que se llama “Mercado de Valores”, que básicamente se usa para una empresa privada que sí cotiza en bolsa y es cooperativa con el gobierno del país en el que opera.

Las desventajas

Transferencia de acciones: Según la ley, se restringe a los accionistas mayoritarios de una empresa privada la transmisión de sus acciones a su libre albedrío a otras personas que carezcan de dichas acciones sin que se consienta por todos y cada uno de los accionistas de esa compañía.

La emisión de sus acciones: Las empresas privadas tienen prohibido emitir acciones para el público general.

El acceso a un crédito: Como ya sabrás a estas alturas, el riesgo financiero para una empresa financiera que aporta capital a una empresa privada, es alto. Esto es porque

estas empresas financieras dependen totalmente del beneficio de las acciones y de sus accionistas.

COMUNICACION SECRETARIA EMPRESA

En el contexto empresarial, saber expresarse es una herramienta indispensable para poder expresar los temas, propuestas, información, aceptación, servicios y bienes, si esto no se hace correctamente decrece la productividad de la empresa, se pierden los objetivos que se han trazado, no se direcciona las acciones laborales, y por ende se cometen muchos errores y los resultados no son los esperados (Arceo, 2010)

Para varios autores como (Bolio & Bolio, 2013), (Castillejos, Zavaleta % Canseco, 2015), investigadores del ámbito empresarial, el éxito de una empresa depende mucho de la primera atención que éste reciba de parte de la secretaria, puesto es el canal de comunicación entre su necesidad y los servicios y bienes de la misma, para ello se han establecido algunos lineamientos de la comunicación que se consideran importantes:

- ❖ Es una fuente inagotable de relación de entendimiento entre los hombres
- ❖ La comunicación objetiva permite que la empresa cumpla bien con su rol, establezca relaciones empresariales y disminuya los conflictos entre ellos.
- ❖ El desarrollar y mantener una buena comunicación es la primera función de un objetivo tanto con el público externo como con el interno.
- ❖ Con buenas relaciones se podrá controlar y supervisar el personal a cargo y se consigue el apoyo de todo el grupo de trabajo.

Para comunicarse con y entre las personas es necesario reconocer estas funciones:

- ❖ Para actividades no orgánicas (comunicación informal).
- ❖ Para establecer programas.
- ❖ Es un conjunto de acciones.
- ❖ Suministrar información para activar programas.
- ❖ Motivar a los individuos para que apliquen el programa.
- ❖ Para realimentar el esquema (control)

En este ámbito la comunicación es formal e informal. (Bolívar, 2009), Es formal cuando se relaciona con la organización para ello se tiene en cuenta:

1. Comunicación verbal (tramo corto) - Filtros formales Los filtros formales son por ejemplo una secretaria, en el caso que un subordinado quiera hablar con su jefe.
2. Comunicación escrita: Memorándums y cartas. Son de circulación interna. Generalmente en una organización grande se utilizan para enviar mensajes entre dos diferentes áreas. Las cartas en cambio, se utilizan para la relación entre la organización y el medio ambiente. Es decir, su uso se extiende de la frontera de la misma.
3. Actas e informes. Formalidades. Los informes contienen información estandarizada y pre establecida. Las actas se escriben en reuniones, entre directivos, en un consejo, etc. Se transcribe el resultado de la reunión. Generalmente se firman por los participantes al finalizar la misma.
4. Manuales. Estos establecen los procedimientos a llevar en la organización ante una determinada situación. Son muy útiles cuando ingresa personal nuevo a la organización.
5. Curso de documentos. Se lo conoce también como expediente. Es un documento que se le va adicionando información acerca de un tema determinado, del cual se necesita el consentimiento u opinión de todas las áreas. Cada una de estas emite su informe para que luego se pueda tomar una decisión final.

Límites de la comunicación formal Límites ascendentes (Cebrian, 2014)

1. Inocuidad para el emisor
2. El superior igual lo sabrá.
3. El subordinado quedara desairado ante su jefe.

Limites descendentes

1. Que no disminuya su autoridad.
2. Ignorancia sobre las necesidades del subordinado.

Comunicación informal. (López, 2017)

1. Fuera de la organización. Pero se da con personas pertenecientes a la misma, que tienen una relación fuera.
2. El rumor. Es aquel que se pasa de boca en boca entre el personal. Cuando este llega a oídos del jefe, queda en el comprobarlo, o pasarlo por alto.
3. Camarillas.

En el ámbito de la comunicación de la empresa secretarial estos son los tipos: (Ladrón, 2018)

- ❖ Vertical: Cuando se da del jefe a sus subordinados (en este caso recibe el nombre de vertical descendente) o cuando un subordinado se comunica con su jefe (vertical ascendente)
- ❖ Horizontal: entre el mismo personal.

Interrelación estructura - comunicación

1. Canales formales de comunicación. Si hay muchos niveles, produce que la comunicación no sea tan fluida.
2. Estructura de la autoridad. Pueden existir barreras. La relación entre dos personas de un mismo nivel es diferente a que si fuesen de dos niveles diferentes.
3. Especialización del trabajo. Causa un lenguaje diferente entre distintas áreas.
4. Propiedad de la información. Las áreas que manejan información de tipo confidencial se sentirán más "importantes" que las demás.

Barreras de la comunicación (Guijarro, 2014)

1. Deformación: Es un problema semántico, o sea, relacionado con el lenguaje. Relacionado con los marcos de referencia: forma de pensar, la crianza, etc.
2. Filtración: manipuleo de la información, según las intenciones del emisor. Generalmente ocurre en la comunicación verbal ascendente.
3. Sobrecarga: Al superior le llega demasiada información. Existe un principio de la excepción: solo se debe comunicar lo principal del funcionamiento de la organización o del área correspondiente. Se debe comunicar lo que funciona mal.
4. Sincronización: coordinación entre el tiempo y la información que se emite o realiza.
5. Falta de aceptación: Esta falta de aceptación por parte del que lo recibe puede ser por la falta de claridad del mismo o por desconfianza del emisor.
6. Cortocircuito: ocurre cuando se saltea algún nivel estructural de la organización.

Dimensiones de la comunicación Relacionado con los intervinientes en el proceso comunicacional. (Gordillo, 2015)

1. Intrapersonal (X): Entre la persona misma. Por ejemplo, leer un libro, el diario. A la organización le importa ya que se relaciona con los conocimientos que cada persona tiene, y eso influye en el trabajo.
2. Interpersonal (X ß X): Entre dos personas. Por ejemplo, el jefe y sus subordinados.
3. Grupal - Personal (X ß XXXX) Por ejemplo, cuando un grupo de subordinados se presentan ante su jefe.
4. Intergrupala (XXXX ß XXXX) Entre dos grupos. Puede darse el caso que un grupo de directivos se juntes con los directivos del sindicato, o algunos de sus empleados.

METODOLOGÍA

Para la realización de la investigación se aplicó una investigación de tipo cuantitativa con una metodología descriptiva, analítica y reflexiva con los métodos: Bibliográficos, deductivo, estadístico, analítico, con las técnicas de la Recopilación documental, encuesta, entrevista y observación. La población establecida fue de 68 secretarias que laboran en las 35 empresas privadas del cantón Portoviejo, la muestra fue de 32 secretarias, 8 jefes inmediatos de las secretarias, 18 usuarios internos y 35 usuarios externos, de 8 empresas privadas del lugar.

Las empresas seleccionadas fueron: Conservas Don Joaquín, Paseo Shopping Portoviejo, Multiplazas, Sindicato de Choferes de Portoviejo, Cooperativa 15 de abril, Clínica San Francisco, Universidad San Gregorio de Portoviejo, Servientrega, Cooperativa de buses Portoviejo, Compañía de Seguridad Telconet.

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Las encuestas se aplicaron a cuatro grupos estructurados, tomando encuestas características como: Función dentro de la empresa, cargo que ocupa, servicios que ofertan:

Los resultados en cuanto a las encuestas realizadas a las secretarias de las empresas el 75% sienten que cumple con los requerimientos comunicacionales para atender a los usuarios tanto internos como externos, esto les ha permitido fluidez y eficiencia de su trabajo. evidenciado en los procesos que realiza, consideran no ha sido fácil, han necesitado de formación, capacitación y actualización de conocimientos para llegar a ese nivel, algunos proporcionados por la empresa y otros por autogestión; el 100% considera al trabajo secretarial entre sus factores clave la comunicación ya que de eso depende la calidad de los servicios brindados, siendo claves los tres tipos: verbal, escrita y corporal; para ellas (85%) lo más difícil es el trabajo con los usuarios internos, pues consideran el hecho de conocerse para ser compleja la comunicación, teniendo en cuenta que ellas son el nexo entre el jefe y los compañeros de trabajo en diferentes situaciones como el dar órdenes, repartir trabajo, entregar sanciones, méritos, recompensas entre otros. El 98% consideran que las barreras de la comunicación son: el exceso de trabajo y la falta de aceptación por parte de los usuarios cuando estos no aceptan lo que comunican, seguido claro está de la filtración de trabajo y los rumores de pasillo que son difíciles de evitar. El 99% sienten satisfacción por el trabajo con los clientes externos, valoran el hecho de servirles y de poder satisfacer sus requerimientos, son conscientes que ellos buscan servicios y ellas están dispuestas a brindarles, sobre todo porque de eso depende la continuidad del trabajo y la permanencia de su actividad laboral, es un ganar – ganar, aun cuando es complejo llegar a todos, pero se esperan para poder cumplir con sus objetivos.

Los jefes de las secretarias, sienten y están conscientes de la gran labor y responsabilidad que tienen las profesionales al momento de ejercer sus funciones, saben lo importante de la comunicación, en sus tres dimensiones considerando el 100% un consenso sobre los tipos de comunicación: verbal, escrita y corporal; esto implica la capacitación y actualización permanente de las mismas para poder garantizar una atención eficaz, responsable, consensuada y cuidando el

mensaje emitido. No obstante, el 82% están consientes que la presión laboral es uno de los distractores incidentes en el desarrollo comunicacional de su trabajo, esto es en muchos casos por la sobre carga de responsabilidades. El 75% coinciden en que las evaluaciones de desempeño de las mismas se hacen en función de tres componentes: uno de resultados de trabajo directo, es decir de lo que realizan con los usuarios internos y externos, otro es la capacidad resolutive de conflictos y situaciones laborales y como tercero la agilidad en los servicios brindados, esto sobre todo por ser empresa privada y por depender en su totalidad de los clientes externos así como de los internos. El 100% consideran a la comunicación formal e informal como otra de las habilidades de las secretarias, desarrolladas durante su ejercicio profesional, esto más cuando se realizan en relación a las condiciones y situaciones presentes durante las jornadas de trabajo.

Los usuarios internos encuestados el 65% valoran el accionar de las secretarias, consideran la complejidad de su trabajo y aunque en algunos momentos no han consentido el accionar de las mismas, están conscientes de sus responsabilidades y esto no modifican en nada su consideración y estima, el 35% no están satisfechos de su labor y considera que por estar en esos cargos abusan de sus derechos; en cuanto a las formas de comunicación el 100% mantienen los tres tipos de comunicación dependiendo de los requerimientos ellos usan los mismos. El 74% sienten que las barreras de comunicación influyentes son la deformación y la sincronización de tareas, ocasionando malestar, deficiencia y lentitud en los procesos, aunque se establece calendarios y plazos para entrega de bienes y/o servicios, siempre salen cosas de improviso alterando todo lo planificado y generando sobre carga de responsabilidades y negligencia en algunos casos al momento del cumplimiento.

Los usuarios externos entrevistados manifestaron que el 100% de las secretarias usan con ellos los tres tipos de comunicación: verbal, escrita y corporal, siendo para ellos (55%) la más incidente la corporal, pues el trato es uno de los factores evidenciados con mayor rapidez en relación con los otros, el 25% la verbal, el 20% la escrita (esto por poner una escala, aunque todos concuerdan con las categorías de relación); en cuanto a las barrera de la comunicación el 35% consideran a la sobre carga de responsabilidades como uno de los factores más incidentes, el 30% falta de aceptación, 25% cortocircuito, el 10% no opinaron en este punto.

Los cruces de resultados concuerdan que la forma de comunicación de las secretarias es la verbal, escrita y corporal, las empresas privadas cuidan de este aspecto comunicacional por ser uno de los condicionantes garantizados para el éxito de la misma, la cual depende de los usuarios tanto internos como externos para la garantía de los resultados.

Puede ser un tema inoperante, no obstante, en los actuales momentos todas apuntan a este proceso, por las estadísticas donde se refleja la importancia de la comunicación al momento de ofertar un servicio o bien, las personas se relacionan y se motivan desde una óptica de buen trato y todo esto incide en una buena relación interpersonal con la comunicación como bandera operante para el cumplimiento del mismo.

CONCLUSIONES:

La comunicación de las secretarias en las empresas privadas es un factor preponderante del trabajo realizado por ellas, depende en muchos casos del éxito o fracaso en la oferta de un bien o servicio, este por lo general se da en base a tres formas: verbal, escrita y corporal, siendo sus mayores afluentes los clientes internos como externos sin privilegios y todos por igual. Al ser un ente articulador entre ambas partes debe manejar un léxico y vocabulario conciliador, mediador y motivante para la consecución de los resultados esperados.

Las empresas privadas preocupadas por este factor realizan autoevaluaciones permanentes del personal en temas de comunicación y formación profesional así como de desarrollo personal y crecimiento laboral que inciden en los réditos para la empresa, no obstante, las secretarias consientes de esto también realizan actualizaciones y se especializan de manera autónoma para garantizar el éxito de sus funciones.

BIBLIOGRAFÍA

- Arceo, G. (2010). El impacto de la gestión del conocimiento y las tecnologías de la información de la información en la innovación: un estudio en las PYME del sector agroalimentario de Cataluña. Tesis Doctoral, Universidad Politécnica de Cataluña, Departamento de Organización de Empresas. Recuperado de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/gam/gam.pdf>
- Benet M., Zafra L, & Quintero S. (2015). La revisión sistemática de la literatura científica y la necesidad de visualizar los resultados de las investigaciones. The systematic review of the scientific literature and the need to visualize the results of the investigations. *Revista Logos Ciencia & Tecnología*, 7(1), 101-103. doi:<http://dx.doi.org/10.22335/rict.v7i1.232>
- Bolio, J., & Bolio, H. (2013). El método cualitativo etnográfico y su aplicación para los estudios jurídicos. *Logos Ciencia & Tecnología*, 4(2), 158-165.
- Bolívar, M. (2009). La Importancia De La Comunicación En La Empresa. *Revista Digital Para Profesionales De La Enseñanza*, 1(1), 18-25.
- Castillejos, M., Zavaleta, S., & Canseco, P. (2015). Global Conference on Business and Finance Proceedings. Retrieved from https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/43630787/Finacial_Aspects_of_Determining_Optimal20160311-20624-11rq240.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1547526614&Signature=6WiMS4YTW1SAIfhh6GslqinYiY%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DFinacial_Aspects_of_Determining_Optimal.pdf#page=562
- Cebrian, V. (02 de febrero de 2014). Ciclus Group. Obtenido de <https://ciclusgroup.wordpress.com/2013/01/18/importancia-de-la-comunicacion-organizacional/>
- Consejo de Evaluación, A. y. (10 de 08 de 2017). Institutos técnicos y tecnológicos. Obtenido de <http://www.ceaaces.gob.ec/sitio/institutos-superiores-tecnicos-y->
- Corral, F. (2016). La empresa privada. Retrieved from <https://www.elcomercio.com/opinion/empresa-privada-fabiancorral-opinion-columnista.html>
- Definista. (2017). Empresa Privada. Retrieved from <https://conceptodefinicion.de/empresa-privada/>
- Diccionario Empresarial. (2015). EMPRESA PRIVADA. Retrieved from https://www.eco-finanzas.com/diccionario/E/EMPRESA_PRIVADA.htm
- Edebe.com. (2016). La comunicación en la Empresa. Retrieved from https://edebe.com/educacion/documentos/830030-0-529-830030_LA_CEAC_CAS.pdf
- Fernández, M. (2018). ¿Qué es una empresa privada? Retrieved from <https://www.cuidatudinero.com/13111429/que-es-una-empresa-privada>
- Gómez, M. (2007). *La comunicación en las organizaciones para la mejora de la productividad: El uso de los medios como fuente informativa en empresas e instituciones andaluzas*(Doctorado). Universidad de Málaga Facultad de Ciencias de la Comunicación Dpto. de Periodismo.
- Gordillo, A (2015). El valor agregado de la comunicación al interior de las organizaciones. *Razón y Palabra* (90),

- Guijarro, R. (2014). Los equipos de alto rendimiento como instrumento de la gestión del conocimiento en las organizaciones del sector público. Tesis Doctoral, Universitat Oberta de Catalunya, Internet Barcelona: Interdisciplinary Institut (IN3).
- Ladrón, M. (2018). Técnicas de Recepción y Comunicación: Editorial Tutor Formación.
- López, I. (2017). <http://books.google.com.co>. Retrieved from <https://excellencecapacitacion.wordpress.com/>
- Muñiz, R. (04 de 01 de 2016). Marketing XXI. Obtenido de <http://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-corporativa%3A-imagen%2C-relaciones-publicas-y-responsabilidad-social-corporativa-89.htm>
- Qué es una Empresa Privada - Todo lo que has de Saber - Dinero y Trabajo. (2017). Retrieved from <https://dineroytrabajo.com/que-es-empresa-privada-todo-lo-que-has-saber/>
- Santos, D. (2012). Fundamentos de la Comunicación. Mexico: Red Tercer Milenio
- Señaris, L. (2016). ¿Comunicar en la empresa del porqué al cómo? Retrieved from <https://www.diba.cat/documents/467843/73234193/Comunicar+en+la+empresa+del+porqu%C3%A9%20al+c%C3%B3mo.pdf/e4e33e1d-7c4d-4a69-98fc-cc352d75e575>
- Tesauro, E. (2013). Empresa Privada - ¿Qué es empresa privada? - significado, definición, traducción y sinónimos para empresa privada. Retrieved from <https://boletinagrario.com/ap-6,empresa+privada,2279.html>
- Thompson, I. (2016). Concepto De Empresa - Promonegocios.net. Retrieved from <https://www.promonegocios.net/empresa/concepto-empresa.html>