



Universidad Nacional
Facultad de Ciencias Sociales
Escuela de Secretariado Profesional



**ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS QUE REQUIEREN LAS PERSONAS EN
PUESTOS DE RECEPCIÓN PARA LA ATENCIÓN DE CLIENTES CON
DISCAPACIDAD AUDITIVA. ESTUDIO EN EMPRESAS DE LAS PROVINCIAS
DE HEREDIA Y ALAJUELA, PERÍODO 2020**

Tesis para optar por el grado de Licenciatura en Administración de Oficinas

Proponentes

Argenis Almengor Morales

Zaira Álvarez Chavarría

Heredia, 2020

Campus Omar Dengo

Tabla de contenidos

LISTA DE TABLAS	IV
ÍNDICE DE FIGURAS	V
HOJA DE APROBACIÓN	VI
AGRADECIMIENTOS.....	VII
RESUMEN	VIII
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	2
1.1. CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.2. ANTECEDENTES	4
1.3. JUSTIFICACIÓN	9
1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
1.5. OBJETIVO GENERAL	10
1.6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	12
2. 1. FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA COMUNICACIÓN CON PERSONAS CON DISCAPACIDAD AUDITIVA (DA)	12
2.1.1. COMUNICACIÓN	12
2.1.2. TIPOS DE COMUNICACIÓN.....	14
<i>La comunicación verbal</i>	14
<i>La comunicación no verbal</i>	14
2.1.3. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN	15
2.1.4. FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA COMUNICACIÓN	16
2.1.5. BARRERAS Y DIFICULTADES COMUNICATIVAS.....	18
2.2. ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS PARA LA ATENCIÓN DE CLIENTES	19
2.2.1. PUESTOS DE RECEPCIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE	19
2.2.2. ESTRATEGIAS PARA LA ATENCIÓN DE CLIENTES	21
2.3. ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS PARA LA ATENCIÓN DE CLIENTES CON DISCAPACIDAD AUDITIVA	23
2.3.1. DISCAPACIDAD	24
2.3.2. DISCAPACIDAD EN COSTA RICA.....	26
2.3.3. DISCAPACIDAD AUDITIVA	29
2.3.4. CAUSAS DE LA DISCAPACIDAD AUDITIVA.....	30
2.3.5. TIPOS DE DISCAPACIDAD AUDITIVA	31

2.3.6. BARRERAS QUE ENFRENTAN LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD AUDITIVA	32
2.3.7. ESTRATEGIAS PARA LA ATENCIÓN DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD AUDITIVA.....	33
<i>Lenguaje de señas.</i>	34
<i>Escribir el mensaje.</i>	35
<i>Contacto visual.</i>	35
<i>Ademanes.</i>	35
<i>Pantallas con subtítulos</i>	36
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO	38
3.1. PARADIGMA DE LA INVESTIGACIÓN	38
3.2. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	39
3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN	39
3.4. SUJETOS Y FUENTES DE INFORMACIÓN.....	40
3.5. SISTEMAS DE VARIABLES.....	41
3.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	43
3.6.1. ENCUESTA	43
3.6.2. ENTREVISTA.....	44
3.6.3. GRUPO FOCAL.....	45
3.7. ANÁLISIS DE RESULTADOS	46
CAPÍTULO IV. PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN	50
4.1. ENCUESTA	50
4.1.1. INFORMACIÓN ESPECÍFICA	51
4.1.2. INFORMACIÓN GENERAL	57
4.2 ENTREVISTAS	66
4.2.1. ENTREVISTAS A PROFESIONALES EN COMUNICACIÓN (PC)	66
4.2.2. ENTREVISTAS A PROFESIONALES EN DISCAPACIDAD AUDITIVA (PDA)	71
4.3. GRUPO FOCAL.....	78
CAPÍTULO V. ANÁLISIS DE RESULTADOS	82
5.1. FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA COMUNICACIÓN CON CLIENTES CON DISCAPACIDAD AUDITIVA	82
5.2. ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS PARA LA ATENCIÓN DE CLIENTES CON DISCAPACIDAD AUDITIVA	88
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	95
REFERENCIAS.....	101
ANEXOS.....	108

Lista de tablas

Tabla 1 <i>Matriz de recolección de información</i>	41
Tabla 2 <i>VARIABLES de estudio</i>	42
Tabla 3 <i>Abreviaturas de confidencialidad</i>	46
Tabla 4 <i>Estructura del análisis de los resultados</i>	47
Tabla 5 <i>Ocupación de las personas encuestadas</i>	53
Tabla 6 <i>Dedicación de las empresa e instituciones</i>	56
Tabla 7 <i>Frecuencia de los medios más utilizados para la atención al cliente</i>	57
Tabla 8 <i>Factores que intervienen en la comunicación</i>	60
Tabla 9 <i>Estrategias aplicables por el personal de atención al cliente para la atención de personas con DA</i>	64
Tabla 10 <i>Tipos de pérdida de auditiva</i>	72

Índice de figuras

Figura 1 <i>Elementos de la comunicación</i>	15
Figura 2 <i>Factores que intervienen en la comunicación</i>	16
Figura 3 <i>Fases para la atención del cliente</i>	22
Figura 4 <i>Causas de la discapacidad auditiva</i>	30
Figura 5 <i>Deficiencia auditiva</i>	32
Figura 6 <i>Rango de edad</i>	51
Figura 7 <i>Sexo de las personas encuestadas</i>	51
Figura 8 <i>Formación académica</i>	52
Figura 9 <i>Años laborando de las personas encuestadas</i>	54
Figura 10 <i>Ubicación de las empresas donde laboran las personas encuestadas</i>	55
Figura 11 <i>Tipo de administración</i>	55
Figura 12 <i>Condición de las herramientas, ambiente e infraestructura en el lugar de trabajo</i>	58
Figura 13 <i>Importancia de la comunicación asertiva</i>	59
Figura 14 <i>Comportamiento de un cliente que requiere de atención preferencial</i>	61
Figura 15 <i>Conocimiento de la persona de atención al cliente sobre la atención de personas con discapacidad auditiva</i>	62
Figura 16 <i>Experiencia de las personas en puestos de recepción para la atención de clientes con DA</i>	63
Figura 17 <i>Aspecto a tomar en cuenta para la atención al cliente</i>	67
Figura 18 <i>Habilidades que debe tener una persona que trabaja en puesto de recepción</i>	69
Figura 19 <i>Cómo identificar personas con discapacidad auditiva</i>	75
Figura 20 <i>Actitudes que deben tener las personas que atiende a clientes con DA</i>	76
Figura 21 <i>Cómo concientizar a las personas que atiende clientes, de las diferencias individuales de las personas</i>	77
Figura 22 <i>Factores que intervienen en la interacción comunicativa</i>	85
Figura 23 <i>Factores que intervienen en la comunicación entre las personas de puestos de recepción y cliente con DA</i>	87
Figura 24 <i>Protocolo para la atención de clientes con DA</i>	92

Hoja de aprobación

Tesis presentada el dos de marzo de dos mil veinte, como requisito para optar por el grado de Licenciatura en Administración de Oficinas de la Escuela de Secretariado Profesional, de la Universidad Nacional. El trabajo presentado se da por aprobado por los miembros del Tribunal Examinador.

MIEMBROS DEL TRIBUNAL EXAMINADOR

M.Sc. Floribeth Solis Fernández

Representante del Decano

Facultad de Ciencias Sociales

M.Sc. Margarita Vargas Calvo

Representante de Dirección

Escuela de Secretariado Profesional

Dra. Isabel Araya Muñoz

Tutora

M.Ed. María Eugenia Ugalde Villalobos

Lectora

M.Ed. Angélica Fontana Hernández

Lectora

Bach. Argenis Almengor Morales

Postulante

Bach. Zaira Álvarez Chavarría

Postulante

Agradecimientos

Agradecer en primer lugar a Dios por bendecirme con la familia que tengo, porque gracias a ella pude culminar esta etapa, me motivó y ayudó con mis hijos cuando más lo necesité, sin su apoyo no lo hubiera logrado. A mi compañero por el trabajo en equipo, que logramos realizar y a los profesionales que nos guiaron durante el proceso, en especial, a la profesora Isabel Muñoz Araya que nos hizo crecer como profesionales.

Zaira Álvarez Chavarría

Un agradecimiento a todas las personas que colaboraron e hicieron posible que se llevara a cabo esta investigación, a mi familia, a la compañera de trabajo, a la tutora, a los lectores, a la población que sacaron de su tiempo. Ha sido de gran beneficio realizar el trabajo para ampliar la capacidad profesional y que el material sea de beneficio.

Argenis Almengor Morales

Resumen

Este trabajo de investigación es un estudio sobre las estrategias comunicativas que requieren las personas en puestos de recepción en empresas para la atención de clientes con discapacidad auditiva y que les permita brindar una atención de calidad considerando la diversidad de clientes que se atienden diariamente.

Esta investigación tiene un enfoque mixto, mediante el análisis de la información cualitativa y cuantitativa, por medio indagación bibliográfica, técnicas de recolección de datos como la encuesta, entrevista y grupo focal, donde se recopiló información que respondiera a los objetivos de la investigación. La población con la que se trabajó fueron personas en puestos recepción y atención al cliente; asimismo se entrevistó a profesionales con conocimientos sobre discapacidad y en comunicación y se realizó un grupo focal con personas con discapacidad auditiva.

Mediante el análisis de los resultados, se determina que las personas en puestos de recepción y atención al cliente tienen poco conocimiento para atender a clientes con discapacidad auditiva; sin embargo, se logran identificar estrategias comunicativas que facilitan su atención. Esta población requiere de apoyos específicos, por lo tanto, las personas en puestos de recepción y atención al cliente deben adquirir habilidades blandas y las competencias necesarias para brindar un servicio de calidad.

A partir de este estudio, surgen nuevas líneas de investigación como la atención de diferentes clientes en general, la legislación sobre los derechos a la comunicación y servicios, estudios sobre las adaptaciones en el lugar de trabajo, habilidades blandas de comunicación en el servicio al cliente, que deben ser profundizadas para mejorar la calidad de la comunicación y el servicio en estos puestos.

CAPITULO I
INTRODUCCIÓN

Capítulo I. Introducción

El presente documento corresponde al informe del trabajo final de graduación, el cual fue llevado a cabo mediante la modalidad de tesis realizada desde la temática de las estrategias comunicativas que requieren las personas en puestos de recepción en empresas e instituciones para la atención de clientes con discapacidad auditiva. La investigación se realizó considerando que las personas con discapacidad tienen los mismos derechos que las demás personas en recibir una buena atención, incluyendo la discapacidad auditiva, la cual requiere de estrategias comunicativas específicas.

En Costa Rica, se ha avanzado en políticas a favor de las personas con discapacidad; sin embargo, hay un vacío en su cumplimiento. Es importante profundizar en las estrategias comunicativas que emplean las personas en puestos de recepción y atención al cliente de las empresas e instituciones. Para lograr la obtención de dichos datos e información, se emplearon técnicas de recolección de información previamente seleccionadas, como la encuesta, la entrevista y el grupo focal, con sus respectivos instrumentos.

Las personas con discapacidad auditiva tienen derecho de acceder a la información y la comunicación al igual que cualquier otro ciudadano de Costa Rica, por lo que, para esta investigación se aplicaron los instrumentos en empresas públicas, privadas y mixtas, ubicadas en las provincias de Heredia y Alajuela.

El propósito del documento es mostrar el procedimiento y los resultados obtenidos por medio de la investigación. Se presenta y comparte los resultados sobre las variables investigadas; las estrategias comunicativas que requieren las personas en puestos de recepción y los factores que intervienen en la comunicación y específicamente con personas que tienen discapacidad auditiva.

La información y los resultados que se muestran promoverá conciencia y respeto hacia la población con discapacidad, además, evidencia que las personas que trabajan en puestos de recepción deben capacitarse y las empresas o instituciones adecuarse a esta sociedad cambiante y exigente, en la cual la inclusión es un reto por alcanzar.

Esta investigación beneficiará a la Escuela de Secretariado Profesional en la carrera de Administración de Oficinas porque les permitirá conocer ampliamente sobre los requerimientos de la sociedad actual, de esta manera, prepararse en la atención que requieren poblaciones específicas, como son los clientes con discapacidad auditiva y hacer valer sus derechos de acuerdo con la Ley 7600 Igualdad de Oportunidades para las personas con discapacidad y la Ley 8661 Convención de los Derechos de las Personas con discapacidad en Costa Rica y otras convenciones internacionales.

El alcance de la investigación involucraba a más población y aplicaciones de otras técnicas de recolección de información, pero por limitaciones materiales no fue posible, por lo tanto, se optó por la opinión de expertos en discapacidad auditiva y comunicación, además se contempló la posibilidad de realizar una observación de campo para conocer el comportamiento y el sentir de las personas con discapacidad auditiva, pero la situación de la emergencia nacional impidió llevar a cabo esta técnica, por lo que se realiza un grupo focal con la población con discapacidad auditiva por medios de plataformas de videoconferencias y ayuda de expertos.

La estructura de este informe consta de seis capítulos: el capítulo I consiste en el marco introductorio al tema de investigación, los antecedentes, la justificación, el planteamiento del problema y los objetivos de estudio; en el Capítulo II, se detalla el marco teórico con definición de las variables de estudio; en el Capítulo III, se presenta el marco metodológico que se llevó a cabo en la investigación: el paradigma de investigación, enfoque de la investigación, tipo de investigación, sujetos y fuentes de información, sistemas de variables, técnicas e instrumentos de recolección de información y el análisis de los resultados; en el Capítulo IV, se presenta la información recolectada debidamente sistematizada según cada técnica de investigación aplicada, en el Capítulo V, se realiza el análisis de los resultados y en el Capítulo VI, las conclusiones y recomendaciones, además de los anexos y referencias bibliográficas y, finalmente se agregan los anexos.

Este informe se elaboró considerando los lineamientos para la elaboración de informes finales de graduación en Licenciatura de la Escuela de Secretariado

Profesional, y las citas y referencias en normas APA 7ma edición (American Psychological Association, 2020).

1.1. Contexto de la investigación

La investigación corresponde a un requisito de la carrera de Administración de Oficinas de la Escuela de Secretariado Profesional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional, en el cumplimiento del lineamiento interno de la Escuela (Ulate y Fournier, 2014) que obliga a los estudiantes a hacer un trabajo final de graduación para optar por el grado de licenciatura.

El Reglamento sobre Trabajos Finales de Graduación de la Escuela de Secretariado Profesional (2011, p. 9), permite al estudiante realizar diferentes modalidades de trabajos: tesis, proyecto y seminario. Para esta investigación, se trabaja con la modalidad tesis, y surge el interés de realizar una investigación de campo sobre el tema de las estrategias comunicativas involucrando a empresas públicas, privadas y mixtas, considerando que es de utilidad para la carrera y por qué la Administración de Oficinas tiene como objeto de estudio el análisis de la gestión ejecutiva de los procesos administrativos de las diferentes oficinas e involucra a la atención de clientes.

La investigación se realiza en 25 empresas, entre ellas, públicas, privadas y mixtas, ubicadas en Heredia y Alajuela, las cuales se dedican a la educación, municipalidades, cooperativa, bien social, servicios públicos, servicios contables y financieros, comercio y mercadeo, salud y tecnología, tomando en cuenta la cercanía que tienen los investigadores con las ubicaciones. Se seleccionan estas empresas por los puestos de recepción o de atención al cliente, para realizar el trabajo de campo, a través de contactos directos con esas personas por medio de correo electrónico.

1.2. Antecedentes

Se presenta el contexto del tema, por medio de la indagación y revisión bibliográfica con descriptivos como factores que intervienen en la comunicación,

estrategias comunicativas, discapacidad auditiva, mediante consulta en bases de datos especializadas de la Universidad Nacional, tales como EBSCO, Elibro, revistas en línea, repositorio y biblioteca. El aporte de estos trabajos permitió sustentar y dar una expectativa del vacío por mejorar.

De acuerdo con la búsqueda sobre trabajos relacionados con la discapacidad auditiva, se encuentra la tesis Factores que favorecen o limitan el acceso de personas con discapacidad visual o auditiva al sistema educativo regular en educación técnica (Campos y Cartín, 2007). Se analizan los factores que favorecen o limitan el ingreso de estudiantes con discapacidad visual o auditiva a la educación técnica, con base en lo señalado en el Título II, capítulo I de la Ley 7600 Ley de Igualdad de Oportunidades para las Personas con discapacidad y su reglamento. Se trabajó con jóvenes con discapacidad auditiva, visual, docentes del área secretarial de diferentes colegios técnicos, padres de familia y profesionales autoridades en las instituciones participantes.

El trabajo denominado La importancia de la inclusión de los estudiantes sordos de las aulas integradas de Audición y Lenguaje, al ambiente cultural de la escuela regular en la Escuela Juan Rafael Meoño en Alajuela (Saborío, 2009), enfocando su investigación en cómo identificar y lograr un ambiente cultural escolar que propicie la inclusión de estudiantes sordos a la vida escolar, comunidad y a la sociedad.

Otra tesis titulada sistema de información web para facilitar un proceso de información e interacción de la Lengua de Señas Costarricense LESCO en la Universidad Nacional (Chaves y Camacho, 2012) ,se trabajó en la creación de una base de datos que almacene toda la información necesaria para el funcionamiento del módulo Diccionario de señas costarricense Lesco, como videos, descripciones de las palabras, letras del diccionario, usuarios administradores del sistema, visitantes que desean registrarse y sus respectivos datos, utilizando servidores Web, plataformas de software, base de datos. Para el proyecto,G se optó por prototipos para la implantación del sistema Sislesco.

La falta de información sobre la discapacidad auditiva ha generado el mito de que todos los sordos son mudos, lo cual es discriminatorio. Según la encuesta

nacional sobre discapacidad “el 18,2% de las personas de 18 años y más que residen en el país están en situación de discapacidad, esto representa aproximadamente 670 640 personas” (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2019, p. 55).

Un estudio realizado por Retana (2011), menciona que “antes de 1939, la historia de la LESCO era poco conocida, pero se sugiere que esta pudo haber nacido de una combinación de señas autóctonas con señas de la lengua española” (p. 142).

La condición de discapacidad ha sido estudiada y tratada desde varios años por personas e instituciones desde el enfoque asistencial y médico. Sin embargo, en los últimos años se impulsa el enfoque de derechos humanos e inclusión social. Se busca que la sociedad sea consciente y brinden atención específica para eliminar las barreras en la comunicación, en el tránsito, en los servicios, entre otros ámbitos que enfrentan las personas con discapacidad.

El LESCO es un lenguaje que ha permitido a Costa Rica avanzar en las comunicaciones y el acceso a personas con discapacidad auditiva en el quehacer diario, facilitar el acceso a servicios, la interacción social y la mejor calidad de vida.

El LESCO está dividida en dos periodos. Woodward (1992) plantea dos variantes en este lenguaje de señas: La OLESCO (Lesco original) y la NLESCO (nueva Lesco). La diferencia notada es que la primera era utilizada por señores mayores a los 30, mientras que la segunda utilizada por generaciones más jóvenes (p. 128).

El estudio realizado por Meléndez (2018), describe las normas y menciona que las instituciones encargadas de diseñar y ejecutar las políticas públicas permiten que se garanticen esos derechos y promuevan la igualdad de oportunidades y la integración social de las personas con discapacidad.

La Fundación Sordos con vos impulsa “proyectos de concientización para la población oyente con el fin de sensibilizarla sobre la discapacidad auditiva y la manera en que el ciudadano común puede apoyar a las personas sordas y facilitarles su desempeño social en todos los ámbitos” (párr. 3).

En el 2019 un proyecto de la Universidad de Costa Rica (UCR) dirigido por Gustavo Hernández, trabajó la parte inclusiva de los niños sordos para demostrar la capacidad de expresarse por medio del baile (Peña, 2019).

Costa Rica ha promulgado leyes en materia de discapacidad, muchas de ellas se dieron después de 1996, una de ellas es la Ley de Igualdad de Oportunidades para las Personas con Discapacidad (Ley 7600, 1996). En su Artículo I, indica: “Se declara de interés público el desarrollo integral de la población con discapacidad, en iguales condiciones de calidad, oportunidad, derechos y deberes que el resto de los habitantes” (p. 1).

La normativa anterior busca que el desarrollo debe ser en conjunto. Para lograr dicho desarrollo, debe existir estrategias para brindar un servicio adecuado a la población con discapacidad, como se menciona el capítulo VI de esta Ley.

Al respecto, la Convención de los Derechos de las Personas con Discapacidad y su Protocolo (Ley 8661, 2008) en su Artículo I, menciona “el propósito de la presente convención es promover, proteger y asegurar el goce pleno y en condición de igualdad de todos los derechos humanos y libertades fundamentales por todas las personas con discapacidad, y promover el respeto de su digna inherente” (p. 4).

El artículo 8, de esa convención, en su inciso A, recomienda “sensibilizar a la sociedad, incluso a nivel familiar, para que tome mayor conciencia respecto a las personas con discapacidad y fomentar el respeto de los derechos y la dignidad de estas personas” (2008, p. 8)

Reconocimiento y promulgación de la lengua de señas costarricense (Ley 9822, 2020), en el ámbito de la educación, el Artículo 9, garantiza que “El Consejo Superior de Educación Pública y el Ministerio de Educación Pública (MEP) incorporarán en sus programas educativos los planes y las acciones para apoyar el estudio, la investigación y la divulgación de la Lengua de Señas Costarricense (LESCO). Para tal fin, podrán firmar convenios de cooperación con instituciones públicas y privadas de educación a todo nivel.

Además, fomentarán el oralismo o enseñanza del habla a las personas sordas, desde la estimulación temprana para facilitar su comunicación por medio de la lengua oral oficial y la lengua de señas costarricense. (p. 20)

Los estudios anteriores evidencian el trabajo por la inclusión de las personas con discapacidad en ámbitos de la sociedad como la salud, la educación, el trabajo, y las leyes que buscan adecuarse a sus necesidades; sin embargo, los puestos primarios deben ampliar los conocimientos en la atención de los diferentes clientes.

La Organización Panamericana de la Salud resalta que es importante la “capacitación del personal, a los procesos de sensibilización, talleres, programas de educación, sistemas de citas por teléfono y establecimientos con señales auditivas” (2004, p.34).

El Poder Ejecutivo en el 2001, emite la Directriz No. 27 donde reconoce el lenguaje de señas costarricense (LESCO) como forma oficial de comunicación de las personas sordas en el país y busca que todas las instituciones públicas deben “promover la capacitación a funcionarias y funcionarios como estrategia para hacer accesibles todos los servicios institucionales a las personas con discapacidad”.

En cumplimiento con esta Directriz, Picado (2016) menciona que el Instituto Tecnológico de Costa Rica “ha iniciado la capacitación de un grupo de funcionarios/as en el conocimiento del Lenguaje de Señas Costarricense (LESCO), con el propósito de que puedan comunicarse y atender todas las necesidades educativas de estudiantes sordos” (párr. 7).

De acuerdo con la revisión bibliográfica que se realizó, se logra identificar trabajos que se han llevado a cabo en relación con la discapacidad y las normativas que permite la accesibilidad de las personas con discapacidad, aunque falta más estudios sobre las estrategias comunicativas para la atención de esta población, lo cual es el objetivo de esta investigación.

1.3. Justificación

En este apartado se justifica la importancia que tiene la realización de esta investigación, su importancia, relevancia social, implicaciones prácticas, el valor teórico, utilidad metodológica y viabilidad.

Esta investigación ayudará a informar sobre los factores que intervienen en la atención de cliente con discapacidad auditiva. Con el objetivo de beneficiar a las personas con discapacidad auditiva para que se respeten sus derechos a la información y comunicación como lo establece la Ley N° 7600 Ley de Igual de Oportunidades para las Personas con Discapacidad, al personal de los puestos de recepción y atención al cliente, así mismo a la población estudiantil, como es el caso de la carrera de Administración de Oficinas, en donde los futuros profesionales tienen una relación cercana con los clientes.

A pesar de los avances de los últimos años, aún la sociedad costarricense sigue en deuda con la población con discapacidad, por lo tanto, conocer las estrategias comunicativa ayudan a resolver parte del problema y minimizar las barreras que ellos enfrentan. El LESCO es un avance importante; sin embargo, no es la única forma de accesibilidad por la variedad de condiciones personales que presentan las personas con discapacidad auditiva.

La investigación planteada ayudará a determinar las estrategias comunicativas para la atención de clientes con discapacidad auditiva en los puestos de recepción. Por otro lado, mediante la investigación se desarrollará una guía para la atención de clientes con discapacidad auditiva.

En una investigación es importante considerar la viabilidad. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.41) se define como la “factibilidad de la realización de un estudio en cuanto a los recursos disponibles”. Al respecto, Rojas (2008) sugiere que se debe “considerar la disponibilidad de recursos financieros, humanos y materiales, los cuales determinarán, en última instancia, los alcances de la investigación” (p.79).

La investigación se desarrolló con los recursos necesarios: recurso humano, económico y el tiempo. La población participante fueron funcionarios de diferentes empresas e instituciones de puestos de recepción y atención al cliente,

profesionales en discapacidad auditiva, profesionales en comunicación y personas con discapacidad auditiva.

Existen áreas por mejorar sobre la atención de clientes con discapacidad auditiva, por lo tanto, se desarrolla el trabajo de investigación mediante el problema planteado en el siguiente apartado.

1.4. Planteamiento del problema

¿Cuáles son las estrategias comunicativas que requieren las personas en puestos de recepción para la atención de clientes con discapacidad auditiva?

1.5. Objetivo general

Determinar las estrategias comunicativas que requieren las personas en puestos de recepción para la atención de clientes con discapacidad auditiva. Estudio en empresas e instituciones de las provincias de Heredia y Alajuela, período 2020.

1.6. Objetivos específicos

1. Identificar los factores que intervienen en la comunicación de las personas en puestos de recepción y las personas con discapacidad auditiva.
2. Identificar las estrategias comunicativas que requieren las personas en puestos de recepción para la atención de clientes con discapacidad auditiva.
3. Definir las estrategias comunicativas que requieren las personas en puestos de recepción para la atención de clientes con discapacidad auditiva, aplicable a las empresas en estudio.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

Capítulo II. Marco teórico

Este capítulo tiene como objetivo analizar los principios teóricos y prácticos que permiten el acercamiento a la conceptualización de las variables. Se plantea mediante tres dimensiones categoriales: factores que intervienen en la comunicación con personas con discapacidad auditiva, estrategias comunicativas para la atención de clientes y estrategias comunicativas para la atención de clientes con discapacidad auditiva.

2. 1. Factores que intervienen en la comunicación con personas con discapacidad auditiva (DA)

En esta dimensión se desarrollan principios teóricos sobre la comunicación, tipos de comunicación, elementos de la comunicación y factores que intervienen en la comunicación.

2.1.1. Comunicación

En los puestos de recepción y atención al cliente, la comunicación es un elemento presente mediante diversas formas: oral, escrita, gestual y visual. Es importante analizar todos los aspectos que tienen relación, que son partes o que influyen.

La comunicación, según Loría (2011), es un “proceso sistemático caracterizado por interrelacionar, aparte de los agentes actuantes, un mensaje, un canal, un referente, una situación; todos ubicados dentro de un mismo contexto” (p. 3).

En ese sentido, los conceptos, símbolos y mensajes que se transmiten entre los agentes actuantes deben ser claros para que el ciclo de la comunicación se complete. En este proceso, Ramos (2015) aconseja tener en cuenta dos conceptos fundamentales “la transferencia de la información y que sea comprensible” (p. 5).

La Organización Panamericana de la Salud define comunicación como el vínculo que forma con el individuo. Principalmente consiste en emitir un mensaje por medio de palabras, gestos, señales ya sean visuales o táctiles, objetos, expresiones faciales, entonación y postura corporal. Todas las personas se comunican utilizando signos, ademanes, la tensión de un músculo, el movimiento de una mano, un cambio en la dirección de mirada, e incluso una sonrisa. (2004, p. 68)

La comunicación en el servicio al cliente, según Paz (2005) “se trata básicamente, de la palabra, que pueden ser oral o escrita y que tendrá unos significados conocidos y compartidos por ambos interlocutores para que dicha comunicación alcance su objetivo” (p. 8).

La Ley 9822 de Promulgación y reconocimiento del lenguaje de señas, en su Artículo 3, Inciso f, Comunicación: proceso de intercambio de información u opiniones entre personas. Incluye el uso de diferentes medios de apoyo a la comunicación, como por ejemplo: los sistemas auditivos, el lenguaje sencillo, los medios de voz digitalizada, los programas de reconocimiento óptico de caracteres, magnificadores de pantalla, navegadores parlantes de internet, programas de lectura de pantalla, traductores de lesco a español y otros modos, medios y formatos aumentativos o alternativos de comunicación, incluidas las tecnologías de la información y las comunicaciones de fácil acceso. (2020, p. 6)

Tomando en cuenta los conceptos anteriores, para esta investigación se define la comunicación como la interacción que se da entre las personas que trabajan en puestos de recepción y atención al cliente, con personas con

discapacidad auditiva, mediante diferentes tipos de comunicación, que se detallan a continuación.

2.1.2. Tipos de comunicación

La comunicación se caracteriza por tener dos clasificaciones, en ambas mantiene su función, dar el mensaje y que el receptor o ambos agentes interpreten ese mensaje. Los tipos de comunicación son comunicación verbal y comunicación no verbal.

La comunicación verbal. Según Fonseca (2005) “puede ser oral o escrita y se logra mediante dos tipos de comunicación que utiliza el lenguaje verbal: hablar y escribir” (p. 10). Es decir, “se relaciona con la palabra hablada, los signos orales y fonológicos, que indican la tonalidad del uso de la voz como expresamos nuestras inquietudes o necesidades, la manera en que abordamos a los demás” (Masaya, 2017, p. 35).

La comunicación no verbal. “Es un proceso de comunicación mediante el cual se transmite un mensaje por medio de gestos, signos o indicios; es decir, sin palabras” (Fundación Jesuïtes Educación, 2018, párr. 2). La comunicación no verbal contempla dos habilidades específicas, según Fonseca (2005), la primera “es el contacto visual con receptor; la segunda es la postura y los movimientos, hace referencia a los gestos y las expresiones faciales” (p. 10).

Estos son los elementos visuales de mayor impacto y es en ellos, donde el comunicador debe desarrollar más habilidades para apoyar su mensaje efectivamente. Para esta investigación, los dos tipos de comunicación son importantes, ya que en la comunicación verbal se utiliza la escritura del mensaje para comunicarse con personas con discapacidad auditiva, al igual que la comunicación no verbal mediante el contacto visual, gestos y expresiones faciales.

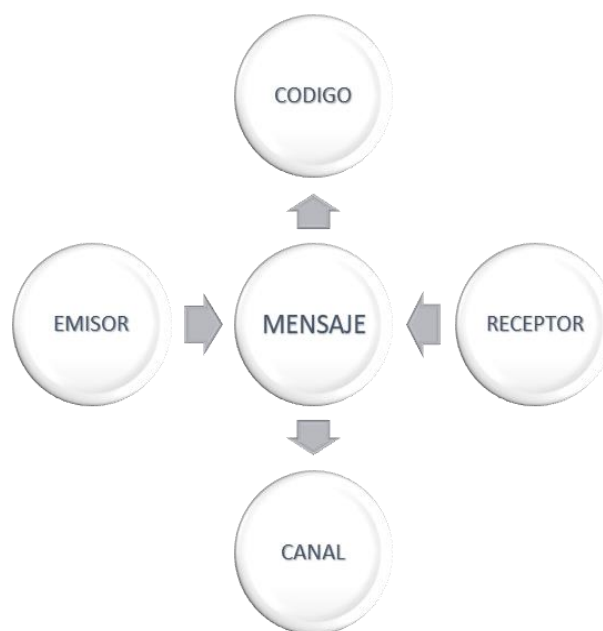
Cuando se decide usar algunos de los dos tipos de comunicación, estos deben integrar diferentes elementos como se detallan en el siguiente apartado.

2.1.3. Elementos de la comunicación

Según se presenta en la Figura 1, la interacción comunicativa se compone de elementos como el emisor, receptor, mensaje, canal y el código, lo cual permite completar el ciclo de la comunicación.

Figura 1

Elementos de la comunicación



Fuente: Elaboración propia según Loría (2011)

El emisor es el que construye y transmite el mensaje; sin embargo, como agente también puede recibirlos. El receptor es quien recibe e interpreta el mensaje; como agente también puede transmitir. El canal es el medio por el que circula el mensaje. El código es el sistema de signos con el que se construye el mensaje y que debe ser común entre los sujetos comunicantes. (Loría, 2011, p.11)

De acuerdo con los elementos definidos, para esta investigación el agente emisor son las personas con discapacidad auditiva cuando hace una solicitud de un

servicio; el receptor son las personas que trabajan en puestos de recepción y atención al cliente; sin embargo, el rol de los agentes puede cambiar en el momento de la comunicación.

El canal son los gestos, ademanes y en muchas ocasiones las herramientas tecnológicas para visualizar el mensaje. El código es lenguaje de señas; sin embargo, depende de las habilidades de la persona con discapacidad auditiva, muchos pueden construir mensajes escritos.

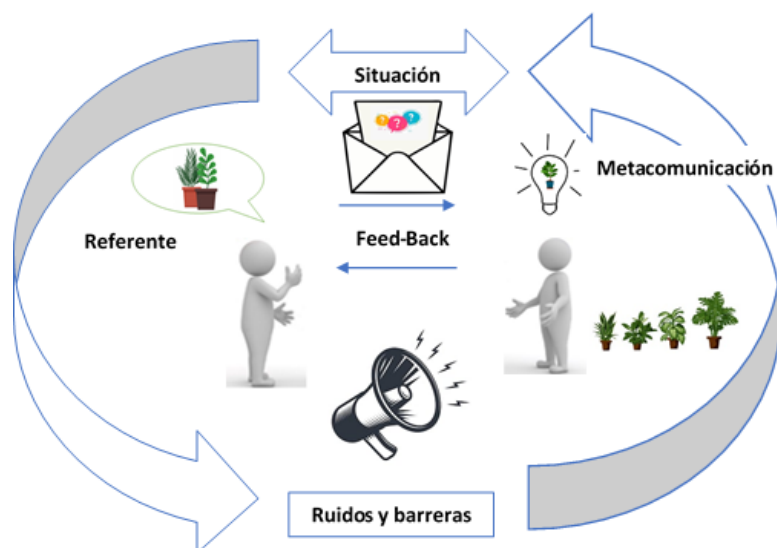
Cuando el código no es común entre los agentes se presentan factores externos que intervienen en la comunicación, como el referente, situación, feed-back, metacomunicación, barreras y ruidos que se desarrollan en el siguiente apartado.

2.1.4. Factores que intervienen en la comunicación

La comunicación puede representar factores externos que intervienen y dificultan la comunicación entre los agentes, como se muestra en la Figura 2.

Figura 2

Factores que intervienen en la comunicación



Fuente: Elaboración propia con ideas de Loría (2011), Ramos (2015), Asfora (2015)

Cada factor externo que interviene en la comunicación se detalla de manera teórica, según los autores.

En una interacción comunicativa existe una referencia del mensaje. Es decir “el referente es la realidad externa a la que se refiere el mensaje; mediante la situación, definida como el conjunto de circunstancias que rodean el acto de comunicación” (Loría, 2011, p. 11), para que se logre la retroalimentación o feed-back entre ambos agentes. El Feed-back, según Ramos (2015) es “cuando ambos interactúan y por lo tanto se produce una respuesta” (p. 6).

El factor metacomunicación ayuda a que se dé una interpretación del mensaje que se transmite. Según Cortés (2003), “es cualquier cosa que una persona toma en consideración como ayuda para interpretar qué es lo que la otra persona está diciendo, la importancia de la situación, cómo comprender lo que está sucediendo, etc.” (p. 71). La metacomunicación “sería la explicación que nos damos y que solicitamos al otro, acerca de nuestras conductas y las de nuestro interlocutor y sus efectos en la relación mientras estamos interactuando” (Asfora, 2015, párr. 2).

En la interacción comunicativa intervienen otros, como los ruidos y barreras. Se define como “elementos que dificultan este proceso, produciendo una pérdida de eficacia, e incidiendo negativamente en el feed-back” (Ramos, 2015, p. 9).

Dependiendo de los factores que intervienen en la comunicación, se pueden obtener respuestas asertivas, no asertivas y respuestas agresivas.

Para efectos de esta investigación, si los factores intervienen en la comunicación, la interacción con el cliente con discapacidad auditiva es por medio de expresiones corporales o comunicación visual.

El referente es todo aquello que ayude a crear la interacción y comprender el mensaje. La situación en este caso puede ser la infraestructura, las condiciones del lugar, la actitud de la persona que atiende, lo que puede afectar negativa o positivamente.

El feeb-back es cuando el código es común entre los agentes, es decir, cuando la persona que atiende comprende el lenguaje del cliente con discapacidad auditiva. La metacomunicación son las herramientas que usan los agentes para la

comprensión del mensaje, por ejemplo, brochure, rotulaciones, imágenes informativas, guías con imágenes, entre otros.

Para las personas con pérdida auditiva parcial, el ruido puede dificultar la comunicación, mientras que para una de condición total no lo es. En la pérdida auditiva total lo que dificultaría la comunicación son las barreras visuales.

2.1.5. Barreras y dificultades comunicativas

Además de los factores mencionados anteriormente, existen barreras y dificultades comunicativas que también pueden intervenir en la comunicación, bloqueado o impidiendo el significado del mensaje que se desea dar, y han sido clasificadas en barreras internas, externas y fisiológicas como lo menciona Palomo (2014):

Las barreras internas se dan por dificultades culturales o de género entre el emisor y el receptor, ya que se vive en una sociedad diversa, no escuchar o no prestar atención a lo que dice el cliente o usuario, los estereotipos, prejuicios o ideas que se hacen sobre el emisor, suposiciones e historial de la relación bloquean el significado de la información.

Las barreras externas son situaciones que dificultan el proceso comunicativo entre el emisor y el receptor como ruidos externos, señales no verbales como los gestos, el contacto visual y apariencia, información irrelevante, tiempo de comunicación, lenguaje técnico. Además de estas barreras para la diversidad de clientes, en especial los de discapacidad, los medios que se usan deben ser apropiados a la condición de la persona porque podría ser una barrera.

Las barreras fisiológicas se dan por la discapacidad o condición que presenta una persona. Esto puede incluir problemas de audición, de visión y de trastornos del habla.

Conocer los factores y barreras que intervienen en la comunicación permite crear estrategias comunicativas, para que las personas en los puestos de recepción conozcan las estrategias sobre la atención de clientes.

2.2. Estrategias comunicativas para la atención de clientes

En esta dimensión temática, se hace un análisis teórico sobre las estrategias comunicativas que presentan los puestos de recepción y atención al cliente. Las estrategias mencionadas en este apartado son importantes porque facilitan la comunicación con los clientes.

Una estrategia, según Diago (2012) “es un plan de acción orientado a lograr el propósito establecido, y en la formulación de estrategias es obligatorio analizar qué tan fuerte se es en la consolidación interna de todos los recursos físicos, técnicos, tecnológicos y humanos para llegar a ser competitivo, además contar con un pensamiento estratégico para construir y orientar un plan de acción que tenga una alineación concreta hacia el cliente (p. 25).

Para los puestos de atención al cliente, elaborar estrategias comunicativas requiere de un plan de acción en donde se contemple lo recursos internos que faciliten la comunicación con el cliente.

2.2.1. Puestos de recepción y atención al cliente

Los miembros de las empresas públicas, privadas y mixtas, que ofrecen un servicio o producto están implicados en la atención al cliente, de estos puestos depende la imagen que proyecte la empresa/institución. Cuando la atención no es adecuada, la empresa/institución pierde clientes, así que, las personas en puestos de recepción deben tener presente que su objetivo es satisfacer las necesidades, acorde con los cambios sociales.

En las empresas e instituciones se tienen diferentes nombres para las mismas funciones u objetivo del puesto: la atención al cliente. Entre estos puestos encontramos: servicio al cliente, recepcionista, secretaría y administración de oficinas.

El servicio al cliente según Paz (2005) es “todas las actividades que ligan a la empresa con sus clientes” (p. 17), por lo tanto, la persona encargada del puesto debe conocer las actividades de la empresa, para orientar al cliente en las consultas.

El recepcionista es la persona encargada de atender a los clientes mediante una central telefónica o personalmente, resolver consultas y ofrecer un servicio de calidad, ya que es el primer contacto con las organizaciones.

El profesional en secretariado, según Del Valle (2016) “es la persona que posee el dominio completo de las técnicas de la oficina, asumir responsabilidades, con iniciativa en las labores diarias, aplicando el sentido común para emitir un juicio acertado en los asuntos cotidianos y tomando decisiones” (párr. 6). Se puede identificar que el profesional en secretariado es esencial para la empresa por su diversidad de conocimiento en las funciones de oficina.

Según el manual de puestos de la Universidad Nacional (2017), una secretaria ejecutiva tiene entre sus funciones del puesto la actividad de “evacuar consultas a usuarios internos y externos de la Universidad en los diferentes trámites administrativos” (p. 191).

La Administración de Oficinas, según Guzmán (2010) “es la disciplina que conjuga las habilidades y destrezas básicas/elementales de la profesión secretarial con los conocimientos de gestión administrativa, necesarios para la mejor realización/ejecución de los procesos de oficina” (párr. 1). El profesional en esta disciplina debe aplicar las habilidades y destrezas básicas en función de la empresa/institución.

Las personas en puestos de recepción y atención al cliente deben tener conocimientos en los procesos de atención, los tipos de clientes y estar preparados con estrategias que les permita brindar una atención adecuada a los clientes o usuarios.

En las empresas hay clientes internos y externos. Según Henríquez (2020), “el cliente interno es el recurso humano de ella, mientras que los clientes externos son las personas que no pertenecen a una empresa u organización” (párr. 3 y 6). La diferencia entre estos dos tipos de clientes es que el cliente interno al ser el

personal de la empresa es esencial para la ejecución del producto o servicio, mientras que los clientes externos buscan la satisfacción de una necesidad.

Los clientes externos se pueden identificar por su personalidad, unos comprensible y otros que ponen a prueba el profesionalismo de las personas que atiende. Según García y Campa (s.f), se pueden clasificar en:

Cliente amable: simpático y amigable, suele estar abierto a dar opinión, contestar encuestas y probar nuevos productos o servicios.

Cliente dominante: Son aquellos clientes que creen conocer todas las respuestas, un poco sabelotodo, les encantan las discusiones, son polémicos y pueden llegar a tener un tono agresivo.

Cliente distraído: parece estar ausente, vaga perdido por el establecimiento y desvía su atención ante cualquiera cosa que pase a su alrededor. La comunicación puede resultar difícil porque parece no estar escuchando.

Cliente desubicado: puede estar comprando algo poco habitual para él o en un lugar nuevo. Se muestra desorientado e inseguro.

Cliente reservado: bien por timidez o por desconfianza, apenas responde a nuestras preguntas y parece no entender lo que se le dice. Se comunica poco, es callado y resulta difícil saber lo que quiere.

Para satisfacer las consultas o necesidades de los clientes sin importar su personalidad es importante tener estrategias para su atención.

2.2.2. Estrategias para la atención de clientes

Existen diferentes planes de acciones que busca satisfacer las necesidades de los clientes, por medio de protocolos, manuales, entre otros.

Algunas estrategias para el buen servicio al cliente según (Paz, 2005, pp. 26-28):

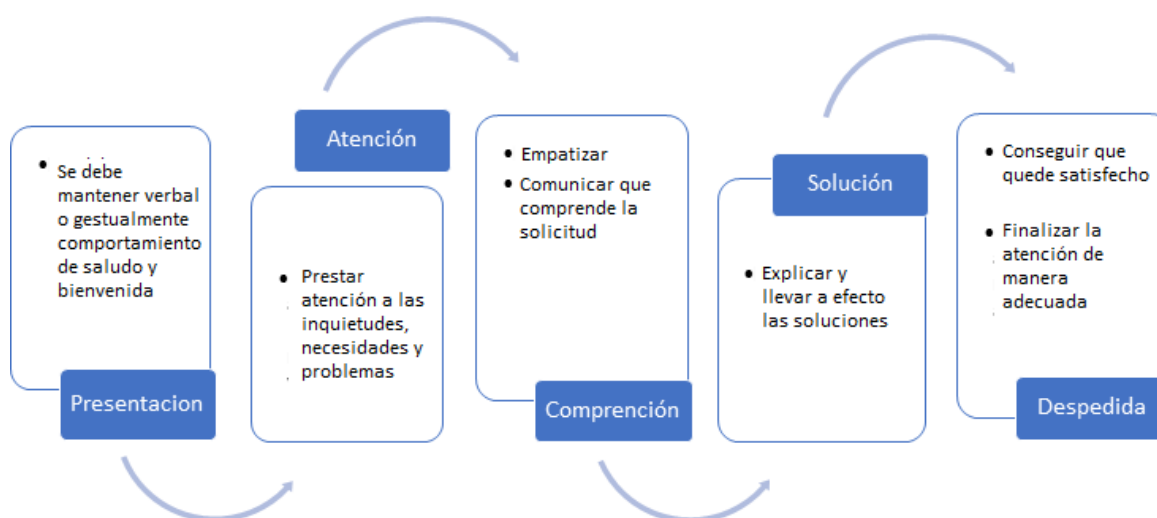
- Valorar al interlocutor (guardar silencio, asentir y mirarle a los ojos).
- Prestar atención a lo que nos dice.
- Interpretar el lenguaje corporal (puede que no esté entendiendo o no está recibiendo lo que desea).
- El tiempo de atención.

- Evitar los elementos negativos en el trato con clientes como las actitudes emocionales, no atosigar a los clientes, no mantener otras conversaciones simultáneas, no abusar de nuestra posición.

En el servicio al cliente se da la comunicación, por lo tanto, es importante tener un amplio conocimiento en su desarrollo, Ramos (2015) menciona que debe existir una secuencia, la cual se da mediante cinco fases como se muestra en la Figura 3.

Figura 3

Fases para la atención del cliente



Fuente: Elaboración propia con datos Ramos (2015)

Nota. La figura representa las fases que se deben seguir en la atención al cliente.

Todo trabajo según, Bermúdez *et al.* (2011), tiene como base fundamental “el respeto y las relaciones humanas. El profesional debe estar preparado y capacitado de acuerdo con las exigencias de un mundo globalizado y competitivo y por ende poner énfasis en los servicios que ofrecen a los clientes” (p. 170).

Las características básicas que debe poseer el equipo del servicio al cliente, según lo menciona (Diago, 2012, p. 101)

- Ser emocionalmente inteligente.

- Mantener una actitud de cambio coherente con la evolución del mercado.
- Ser proactivo.
- Ser empático, pero a la vez asertivo.
- Saber enfrentar el ambiente de trabajo bajo presión.
- Fomentar las relaciones interpersonales.
- Ser de actitud positiva.
- Evidenciar fuertes valores personales coherentes con los de la institución.

Bermúdez et al. (2011) indican que “en la calidad del servicio que se brinde, está la clave para retener clientes que la empresa ya tiene, ello atraerá nuevos clientes y promueve una reputación que induce a los actuales y potenciales clientes a mantener relaciones afectivas con la institución”. (p. 167)

Las personas que atienden en el puesto de recepción y atención al cliente deben seguir los elementos de acogida, porque los clientes con discapacidad auditiva requieren de una atención adecuada a su condición personal: mirarle atentamente, evitar gritos, mantener la tranquilidad, entre otros.

2.3. Estrategias comunicativas para la atención de clientes con discapacidad auditiva

En esta dimensión categórica se desarrollan teorías sobre la discapacidad en general: discapacidad en Costa Rica, discapacidad auditiva, causas de la discapacidad auditiva, tipos de discapacidad auditiva, barreras que enfrentan las personas con discapacidad auditiva y se establece las estrategias comunicativas con personas con discapacidad auditiva.

Las estrategias comunicativas son claves para tener ventajas sobre la competencia. Los cambios que generan los avances tecnológicos permiten la creación e implementación de estrategias en diversas áreas. Desde un principio, la humanidad se caracterizó por las estrategias que han empleado para sobrevivir en diferentes épocas con situaciones diferentes. Por lo tanto, las estrategias comunicativas para la atención de clientes con discapacidad auditiva conllevan una

serie de factores característicos de esta población específica, que se detallan en los siguientes títulos.

2.3.1. Discapacidad

Las personas que tienen una condición personal que le limite ciertas actividades de su entorno, requiere de adecuaciones a su favor. A esta condición se le denomina discapacidad y alude a las deficiencias que presenta una persona. En épocas antiguas, el término discapacidad hacía referencia a personas que no tenían capacidad para ejercer por sí mismos sus derechos.

En épocas históricas la discapacidad fue objeto de regulación por los romanos cuando establecieron los efectos civiles de las personas con discapacidad mentales o cognitivas creando la curatela, una institución para administrar los bienes de un sujeto denominado sui iuris púber o incapaz por no tener la capacidad de ejercer por si solo sus derechos... (Hernández, 2015, p. 47)

Es importante resaltar que el concepto de discapacidad ha evolucionado, antiguamente se relacionaba con asuntos religiosos, pero el más común en un modelo tradicional es el bio-médico hasta el de los enfoques de derechos humanos actualmente.

En el modelo médico, las causas que justifican la discapacidad ya no son religiosas, sino científicas, se alude a la discapacidad como enfermedad y se considera que la persona con discapacidad puede aportar a la sociedad siempre y cuando sean rehabilitadas y logren parecerse a las demás, para tener valor como personas. (Arnau y Taboso, 2008, p. 67).

Cuando se habla de discapacidad se hace referencia a tres características: las deficiencias de las personas, las limitaciones que genera las deficiencias y las barreras que enfrenta en la sociedad.

La Organización Mundial de la Salud (2011) define discapacidad como término genérico que engloba deficiencias, limitaciones de actividad y restricciones para la participación. Las deficiencias son problemas que afectan a una estructura o función corporal; las limitaciones de la actividad son dificultades para ejecutar acciones o tareas, y las restricciones de la participación son problemas para participar en situaciones vitales. (p. 7).

En el modelo médico y la clasificación internacional se distingue entre deficiencia, discapacidad y minusvalía (Padilla, 2010, p. 399):

La deficiencia se refiere a toda pérdida o anormalidad de una estructura o función psicológica, fisiológica o anatómica. Son trastornos en cualquier órgano, se incluyen defectos en extremidades, órganos u otras estructuras corporales, así como en alguna función mental, o la pérdida de alguno de estos órganos o funciones.

Discapacidad se define como la restricción o falta (debido a una deficiencia) de la capacidad para realizar una actividad en la forma o dentro del margen que se consideran normales para un ser humano.

Minusvalía hace referencia a una situación desventajosa para un individuo determinado, consecuencia de una discapacidad, que lo limita o le impide desempeñar una función considerada normal en su caso (dependiendo de la edad, del género, factores sociales y lo culturales).

Hoy día se trabaja en un modelo en los resultados de las relaciones sociales y se resalta la importancia de los aspectos externos y de la dimensión social en la definición y el tratamiento de la discapacidad.

Las personas con discapacidad y las instituciones que trabajan por ellos, apoyados por leyes de Estados, han logrado cambiar ciertos panoramas a favor de sus derechos como seres humanos a nivel mundial por medio de convenios internacionales. El desempeño y el desarrollo de las personas que presentan esta condición depende del entorno en la que se desenvuelve, es decir, si hay factores y barreras, afecta el desarrollo social de las personas con discapacidad. La sociedad

en general crea barrera si no se adecua (servicios, transporte, infraestructura, entre otros) a las necesidades de estas personas.

2.3.2. Discapacidad en Costa Rica

En Costa Rica se han mejorado políticas que buscan eliminar o minimizar las barreras que enfrenta las personas con discapacidad, los cuales representan un gran porcentaje de la población. Según la Encuesta Nacional sobre Discapacidad, el 18,2% de personas de 18 años y más que residen en el país (Costa Rica) están en situación de discapacidad, lo cual representa aproximadamente 670 640 personas (INEC, 2019, p. 55).

Costa Rica ha avanzado en asuntos orientadas hacia la población con discapacidad: fundación del Centro Nacional Fernando Centeno Güell en el año 1940, la apertura de otros servicios de educación especial y de rehabilitación a finales de los años 70, la creación del Consejo Nacional de Rehabilitación y Educación Especial (CNREE) en 1973 y la promulgación de las políticas públicas y legislación. (Organización Panamericana de la Salud, 2004, p. 6)

Otros de los avances a favor de las personas con discapacidad en Costa Rica fueron la elaboración en el año 2001 de las Políticas Nacionales en discapacidad por parte del Consejo Nacional de Rehabilitación y Educación Especial (CNREE), posteriormente, en el año 2011 se promulgan las nueva Políticas y sus dimensiones (PONADIS 2011-2021).

La atención a las personas con discapacidad ha evolucionado con el transcurso de los años. Anteriormente era tratada desde un enfoque asistencial y luego clínico rehabilitador; actualmente se aborda desde un enfoque más integral y social, de promoción de derechos y participación, para ser conscientes de las diferencias y de la convergencia de identidades de los grupos sociales y de la

necesidad imperiosa de resolución de las principales limitaciones de la población discapacitada en materia.

En Costa Rica con la promulgación de la Ley de Igualdad de Oportunidades para las Personas con Discapacidad, número 7600 del 29 de mayo de 1996 y su reglamento, vigente desde el 20 de abril de 1998 mediante Decreto Ejecutivo N° 26831-MP, el país dio un paso con miras a tener más inclusión para las personas con discapacidad y el respeto hacia sus derechos como seres humanos.

Las personas con discapacidad continúan enfrentado limitaciones en prestaciones de servicio público, de educación y de acceso a la información por las omisiones y violaciones a los plazos establecidos para la adaptación de los servicios públicos orientados hacia la satisfacción de las demandas de la población con discapacidad.

Sobre la discapacidad existe estereotipos directos hacia las personas con esta condición y también hacia sus familias, como “son pobres, anormales, tontitos, especiales, entre otros”. Sin embargo, el arduo trabajo ha impactado positivamente a un gran sector del país, aunque hay vacíos por mejorar. En el sistema educativo costarricense se trabaja en la creación de estrategias para la inclusión de más estudiantes a las aulas, en donde se cuenta con intérprete del lenguaje de señas y acompañamientos de familiares. Aunque se investiga cuántos estudiantes requieren de la interpretación en lenguaje de señas, ya que en su comunicación influye la estimulación que se le haya dado en el núcleo familiar.

“En el ámbito educativo, se atribuye una gran influencia del grupo familiar sobre el éxito educativo del estudiantado y se destaca la primera infancia como el período de vida en donde se dan las mayores posibilidades de aprendizaje y desarrollo” (Ministerio de Educación Pública, 2004, p.5).

Las personas con esta condición personal aparte de todas las limitaciones sociales que se encuentran sobre las condiciones y adecuaciones presentan dificultad en su deseo de hacer ingresos económicos por su cuenta. Por lo tanto, en el 2012 el Plan Nacional de Inclusión Laboral hace hincapié en el derecho de las personas con discapacidad a trabajar en igualdad de condiciones con los demás.

El proyecto sigue activo. Los resultados fueron (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2014):

- Costa Rica cuenta por primera vez con un plan nacional para mejorar la inserción de la población con discapacidad al mercado laboral.
- Cerca de 3000 estudiantes con discapacidad de secundaria, se encuentran mejorando su perfil de empleabilidad y tienen más oportunidad de acceder al mercado laboral.
- Cerca de 60 emprendimientos productivos a cargo de personas con discapacidad son desarrollados.
- Entre 100 y 150 adultos con discapacidad no alfabetizados se están reinsertando en opciones educativas para convertirse en personas alfabetizadas.
- Entre 450 y 800 personas con discapacidad, están terminando programas de estudios del INA, del MEP o de organizaciones de y para personas con discapacidad.
- 45 empresas firmaron su adhesión a la Red de Empresas Inclusivas del Gran Área Metropolitana y 8 empresas participaron en las redes regionales en las áreas Brunca y Chorotega.

Aunque el proyecto sigue activo, este tuvo cierre en el 2014. Los resultados obtenidos para tal año demuestran un gran número positivo para las personas con discapacidad y su derecho de tener trabajo como cualquier otra persona. Tomando en cuenta las definiciones sobre discapacidad, los tipos son ASCODI, 2014:

- Física: limitaciones para caminar, subir o bajar gradas y para utilizar los brazos y manos.
- Sensorial: limitaciones para ver. Ceguera (carencia o pérdida total de la visión funcional), baja visión (Reducción de agudeza visual); limitaciones para oír, sordera (carencia o pérdida total de la audición), hipoacusia (reducción de la audición).
- Intelectual: limitaciones que afectan adquisición de conocimiento y desarrollo de habilidades y destrezas.

- Psicosocial (Mental): alteraciones psico-patológicas, que afectan los procesos de razonar, comportarse.

Es importante conocer específicamente la discapacidad auditiva, por lo que en el apartado siguiente se aborda conceptos profundos sobre esta.

2.3.3. Discapacidad Auditiva

La discapacidad auditiva en Costa Rica también representa un gran porcentaje del total de la población con discapacidad mayores de 18 según la reciente Encuesta Nacional sobre Discapacidad.

La discapacidad auditiva o sordera es la pérdida total de la audición en uno o ambos oídos. La pérdida de audición se refiere a la pérdida de la capacidad de oír, bien sea total o parcial. La mayoría de las personas con pérdida moderada a grave de la audición vive en países de ingresos bajo y medios.

(Organización Mundial de la Salud, 2015, párr. 1)

Las personas con discapacidad auditiva “presentan limitaciones y restricción de la actividad cotidiana, como consecuencia de la dificultad para percibir a través de la audición los sonidos del ambiente, del lenguaje oral y las barreras presentes en el contexto” (Ministerio de Educación de Chile, 2007, p. 7).

2.3.4. Causas de la discapacidad auditiva

La pérdida auditiva es una pérdida sensorial que disminuye la capacidad de percepción de sonidos. La pérdida puede darse desde el nacimiento, o bien, una pérdida a lo largo de la vida de las personas. La Figura 4 muestra las causas más comunes de la pérdida auditiva.

Figura 4

Causas de la discapacidad auditiva

Hereditarios		Prenatales		Perinatales		Postnatales	
	Se trata del factor que presenta menor incidencia de todos		Rubéola, uso de alcohol, drogas o medicamentos ototóxicos por parte de la madre embarazada.		Durante o cercanos al parto: bajo peso de nacimiento, golpes, caídas y traumas durante el parto.		Meningitis, otitis media mucosa recurrente con daño de tímpano, traumas acústicos.

Fuente: Elaboración propia según datos del Ministerio de Educación de Chile (2007)

La pérdida auditiva por causa hereditarios tiene menor incidencia, la estimulación que se le debe dar a la persona que tiene esta condición debe ser desde edades tempranas porque su lenguaje es de cero. La pérdida auditiva prenatal es causada normalmente por factores que se presentan durante el embarazo, o cualquier complicación que presente la madre durante su embarazo que internamente afecta al niño. La pérdida auditiva perinatales es causada por los factores que pueden presentarse durante o posterior al parto, en donde el niño puede lesionarse por algún golpe. La pérdida auditiva postnatales básicamente son pérdidas que se dan a lo largo de la vida, pueden ser causadas por enfermedades

o daños meramente con el ambiente. Existen diferentes tipos de discapacidad auditiva y su clasificación depende del grado de percepción de sonidos, como se desarrolla en el siguiente apartado.

2.3.5. Tipos de discapacidad auditiva

La clasificación de los tipos discapacidad auditiva depende del momento o la edad en la que aparece, puede ser prelocutiva, perilocutiva, y postlocutiva:

Sordera prelocutiva es la pérdida auditiva, está presente antes de que se haya desarrollado el lenguaje (0 a 2 años), sordera perilocutiva, es la pérdida que aparece entre el segundo y cuarto año y la sordera postlocutiva, aparece cuando ya existe lenguaje, es decir, cuando las adquisiciones lingüísticas fundamentales están consolidadas. (Asociación de Familias y Personas Sordas, 2020, párr. 1)

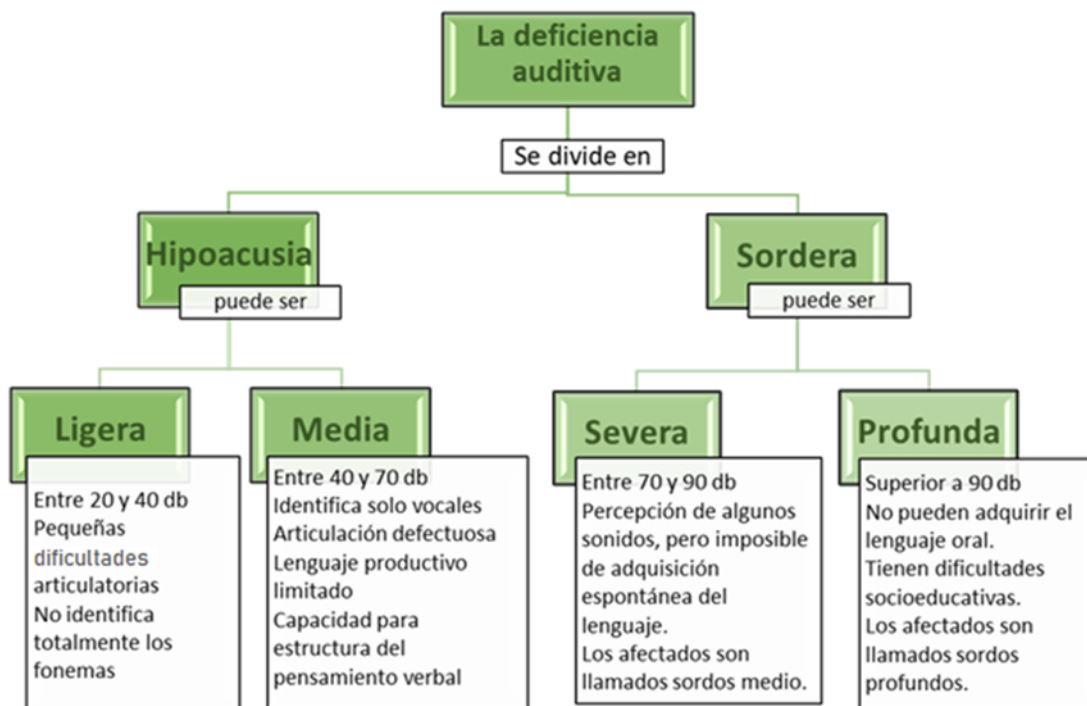
Otro de los factores que se deben tomar en cuenta es la localización dentro del oído donde se encuentra ubicado la lesión:

La pérdida de conducción o de transmisión, presentan alteraciones en la transmisión del sonido a través del oído externo y medio; la pérdida de percepción o neurosensorial, son lesiones en el oído interno o en la vía nerviosa auditiva; y la pérdida mixta, es cuando existe al mismo tiempo una sordera conductiva y de percepción. (Asociación de Familias y Personas Sordas, 2020, párr. 2)

La clasificación de los tipos de discapacidad auditiva se divide en dos: hipoacusia y sordera, como se muestra en la Figura 5, de acuerdo a Calero, (2012, p. 2).

Figura 5

Deficiencia auditiva



Fuente: Elaboración propia con datos de Calero (2012)

Las personas con discapacidad auditiva enfrentan barreras que dificultan la interacción con las demás personas, como se indica en el siguiente apartado.

2.3.6. Barreras que enfrentan las personas con discapacidad auditiva

Las barreras que enfrentan las personas con discapacidad auditiva para comunicarse son de distintos tipos, entre las más frecuentes se pueden encontrar las siguientes, según el Ministerio de Educación de Chile (2007, p. 7):

- La cercanía o distancia de las fuentes auditivas. Si los sonidos son débiles o distantes, se presentará dificultad para su discriminación.
- La interferencia de sonidos de distinto tipo. Cuando los lugares presentan mucho ruido ambiental se tendrán dificultades para captar los mensajes.
- Las dificultades asociadas al lenguaje oral o escrito. Si una persona posee una pérdida auditiva severa o profunda y sólo se usa como forma de

comunicación el lenguaje oral y/o no se la mira al hablar se estará dificultando su comprensión generalizada de lo que ocurre en el contexto.

Las barreras de comunicación, según la Confederación Estatal de Personas Sordas de España:

Son aquellos obstáculos, trabas o impedimentos que dificultan o limitan la libertad de acceso y comunicación de las personas que tienen limitada, temporal o permanentemente, su capacidad de relacionarse con el entorno mediante la audición y la lengua oral. Ejemplos: falta de subtítulos en la televisión, ausencia de intérpretes de lengua de signos en las distintas esferas de la vida pública y privada, etc.”. (párr. 13)

Para eliminar estas barreras, es necesario aplicar estrategias que faciliten la comunicación como se muestra en el siguiente apartado.

2.3.7. Estrategias para la atención de personas con discapacidad auditiva

La estrategia ha sido empleada en el campo militar, didáctico, político, negocios y comunicación, debido a que encamina hacia los objetivos y metas que se establece previamente.

Estrategias es una apuesta en un mundo globalizado en el que las empresas/instituciones buscan sacar ventaja competitiva enfocándose en la satisfacción de las necesidades y la lucha por mantenerse en el mercado, haciéndose valer de todas las herramientas que poseen, estableciendo políticas flexibles y agresivas de gestión que les permitan posicionarse y tener continuidad en el futuro. (Contreras, 2013, p. 153)

Las estrategias comunicativas en las empresas/instituciones son indispensables, sin importar el área en cual se está aplicando. Para esta investigación, se define las estrategias en el área de puestos de recepción y atención al cliente, como el uso de herramientas, técnicas y canales que puede usar la persona que brinda el servicio.

Un cliente con discapacidad es una persona que tiene derecho de acceso a la información sin discriminación, por lo tanto, al ingresar a las empresas e instituciones busca resolver esas necesidades. El personal de la empresa e institución debe al menos tener y conocer estrategias para la buena atención de los clientes con esta condición personal.

La atención al cliente con discapacidad auditiva puede darse de manera presencial y virtual (por ejemplo, videollamadas), los medios para su atención son diversos, porque hay herramientas que eliminan barreras comunicativas. La adecuación de los servicios y atención al cliente permite respetar los derechos de la diversidad de los clientes. Temas como la inclusión requiere que las personas en puestos de recepción conozcan ciertas estrategias comunicativas para poder responder a la demanda.

Tener discapacidad auditiva, no implica una limitación para que las personas sordas se puedan comunicar con la población oyente. El Ministerio de Educación de Chile (2007), afirma que “una persona con dificultades auditivas puede tener restricciones para la utilización del lenguaje oral como medio exclusivo de comunicación, sin embargo, las posibilidades de comunicar mediante otros medios están intactas” (p. 10).

En esta investigación se trabaja otros medios clasificados como estrategias comunicativas para la atención de clientes con discapacidad auditiva. Estas estrategias son las siguientes:

Lenguaje de señas. El lenguaje de señas es una de las estrategias de comunicación con personas sordas más utilizados a nivel mundial, en Costa Rica se usa el Lenguaje de Señas Costarricense (LESCO).

El lenguaje de señas ha tenido su evolución, a nivel mundial ha sido la aceptación generalizada de la comunicación manual en clase, en el cual la maestra deletrea con sus dedos el alfabeto a la vez dice la palabra que corresponde.

Antes de los 70, se utilizaban solo programas orales, por la creencia de que el uso de signos y letras de mano afectaba el desarrollo de destrezas orales. Después de ese año aproximadamente se emplea la comunicación total: con uso de la audición residual, el habla, la lectura de labios e intérpretes. Según Marín

(2004), “los intérpretes son aquellas personas que transmiten el lenguaje oral a la persona con sordera, por lo general a través del lenguaje manual o de señas” (p. 47), además, deben estar “calificado y certificado en interpretación de una lengua o de un sistema comunicativo a otro.” (Ley 9822, 2020, p. 7).

Escribir el mensaje. Es otra estrategia que puede emplearse para tener comunicación con clientes con discapacidad auditiva.

Cuando se trata de mensajes escritos, el mensaje es el objeto central entre el emisor y receptor. No sólo es importante que las dos partes conozcan el idioma, sino también se deben conocer los gestos, símbolos y señas que acompañan al mensaje para que se produzca la comunicación. (Machado y Rodríguez, 2020, p. 41)

La comunicación escrita tiene más requerimientos, buscar palabras claves, hacer uso de sinónimos, palabras sencillas para facilidad de comprensión.

Presenta frente al lenguaje oral diferencias y dificultades. En primer lugar, requiere un mayor esfuerzo intelectual para concretar el mensaje que se quiere transmitir, hablar es fácil, más rápido y además hay mayor control de los resultados de la comunicación. En segundo lugar, la comunicación escrita tiene un carácter más permanente y requiere un mayor cuidado del lenguaje y del estilo. (Londoño, 2004, p. 28)

Contacto visual. En el momento de comunicarse proyecta el interés de comunicación que tiene una persona. Cuando no hay contacto visual, el cliente puede sentirse desatendido y de esta manera no obtener el servicio y la satisfacción esperada. “El contacto visual es una habilidad comunicativa no verbal y forma parte de nuestra conducta visual” (Olvera, Fortoul van der Goes y Sánchez, 2018, p. 55).

Ademanes. Siempre han estado presente, es común tener movimientos corporales inconscientemente; sin embargo, analizando tales movimientos, es

notable comunicamos con ellas. “Son pautas inconscientes de conducta, en forma de movimientos corporales que acompañan al lenguaje” (Villafuerte, 2012, p. 73). Así que hacer uso de los ademanes son unas estrategias para comunicarse con otras personas cuando hay barreras que impiden la buena comunicación.

Pantallas con subtítulos. Es una estrategia de comunicación eficaz. El subtítulo para sordos “se podría definir como una modalidad de trasvase entre modos (de oral a escrito), consiste en presentar en pantalla un texto escrito que ofrece un recuento semántico de lo que se emite en el programa en cuestión...” (Pereira, 2005, p. 162).

Así, también dentro de un mismo idioma se puede comunicar por medio de subtítulos a poblaciones que lo requieran, por medios de configuraciones a su alcance, por ejemplo, las personas con discapacidad auditiva pueden leer lo que se está comunicando, “lo que se dice (código lingüístico), de cómo se dice (información suprasegmental), de quién lo dice (identificación de los personajes) y de lo que se oye (código de efectos sonoros y musical)” (Tamayo, 2016, p. 331).

Después de analizar los autores, se define las estrategias comunicativas como las técnicas (habilidades, medios o herramientas) que surgen cuando se comparte información entre el emisor y el receptor con el objetivo de no alterar el mensaje y que esta sea asertiva.

CAPÍTULO III
MARCO METOLÓGICO

Capítulo III. Marco metodológico

En esta sección se presenta el marco metodológico realizado para llevar a cabo la investigación: el paradigma de la investigación, el enfoque de la investigación, tipo de la investigación, los sujetos y fuentes de información, sistemas de variables, las técnicas e instrumentos de recolección de datos y el proceso para el análisis de los resultados.

3.1. Paradigma de la investigación

En un trabajo de investigación es importante que el investigador conozca una percepción que guíe el estudio que se está trabajando, es decir, guiarse por medio de un paradigma para dar la idea de la realidad sobre lo que se quiere investigar. “En el subyace un sistema de creencias acerca la realidad, de la relación del que investiga con el objeto, de la naturaleza del conocimiento y las formas de proceder para buscarlo y generarlo” (Flores, 2004, p. 3).

El paradigma según Del Castillo y Olivares (2014), “son afirmaciones científicas que sirven para definir los problemas y los métodos legítimos de un campo de investigación para generaciones sucesivas.” (p. 66). Sirve como base para el investigador, al respecto Kuhn (1962) afirma:

El paradigma es un conjunto de posiciones que mantiene interrelación respecto a la interpretación del mundo, y que el paradigma sirve como una guía base para los profesionales dentro de su disciplina, ya que indica las diferentes problemáticas que se deben tratar y busca un marco referencial en el cual se aclare las interrogantes mediante una epistemología adecuada (p.3)

El trabajo de investigación se basa en el paradigma de tipo hermenéutico, ya que permite observar algo y buscarle significado, así también, porque los datos se prestan para ser interpretados. El paradigma hermenéutico abarca, según Barrero,

Bohórquez y Mejía (2011) “un conjunto de corrientes humanístico-interpretativas, cuyo interés fundamental va dirigido al significado de las acciones humanas y de la vida social” (p. 106).

El paradigma hermenéutico ayuda a identificar las estrategias comunicativas que utilizan las personas en los puestos de recepción para la atención de clientes con discapacidad auditiva y conocer la realidad social de esta población. Se analizan datos cualitativos y cuantitativos, por lo tanto, es importante trabajar con un enfoque de investigación mixta.

3.2. Enfoque de la investigación

El trabajo de investigación se realizó con un enfoque mixto, porque se sustenta por medio de una recolección, análisis y vinculación de datos cuantitativos y cualitativos.

“Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta (Hernández y Mendoza, 2008, citados por Hernández *et al*, 2014, p. 534).

En la investigación las variables se midieron aplicando técnicas de investigación cuantitativas, como la encuesta y cualitativas como la entrevista y el grupo focal. La información y los datos recopilados se analizan en conjunto, de acuerdo con el enfoque para responder los objetivos de estudio, orientándose al tipo de investigación descriptivo.

3.3. Tipo de investigación

El tipo de investigación es descriptivo. Con la investigación se busca analizar las características de una población o el problema en particular. El objetivo de una investigación de este tipo es describir el comportamiento o estado de un número de variables.

La investigación descriptiva es, según Hernández *et al* (2014, p. 92) “la que busca especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis (...)”.

A partir de la investigación descriptiva se trabajaron las características del lenguaje en la comunicación, identificación y descripción de las estrategias comunicativas de las personas en los puestos de recepción para la atención de clientes con discapacidad auditiva, se amplía el conocimiento sobre discapacidad auditiva, y busca conocer la opinión de las personas con discapacidad auditiva sobre los servicios de atención al cliente, de acuerdo con la información recolectada de las diferentes fuentes.

3.4. Sujetos y fuentes de información

Los sujetos según Barrantes “son todas aquellas personas físicas o corporativas que brindarán la información” (1992, p. 92).

Para esta investigación son: 1) personas que laboran en puestos de recepción, en el desarrollo del trabajo de investigación, fue necesario la incorporación del puesto de servicio de atención al cliente, ya que algunas empresas no cuentan con un puesto específico de recepción; 2) personas profesionales en discapacidad auditiva, profesionales en comunicación y 3) personas con discapacidad auditiva con la colaboración de varias empresas e instituciones, públicas, privadas y mixtas en las provincias de Heredia y Alajuela, Tabla 1.

Tabla 1*Matriz de recolección de información*

Técnica de investigación	Fuente
Encuesta	64 personas en puestos de recepción y atención al cliente de 25 empresas ubicadas en Heredia y Alajuela (anexo 9)
Entrevistas	Cuatro profesionales en discapacidad auditiva (dos profesoras de educación especial MEP, una audióloga UCR y una terapeuta de lenguaje, habla y voz MEP) Cinco profesionales en comunicación (tres profesionales en literatura y lingüística UNA-UTN y dos profesoras de Educación Comercial UNA)
Grupo focal	Siete personas con discapacidad auditiva

Fuente: Elaboración propia (2020)

La población informante se eligió por conveniencia de los investigadores por asuntos económicos, geográficos, tiempo y disponibilidad. Según Hernández *et al* (2014) “la población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p. 174). Las características y el conocimiento que tiene la población son necesarias para investigar el objeto de estudio mediante las variables.

3.5. Sistemas de variables

La investigación se trabajó con tres dimensiones categoriales de acuerdo con los objetivos de estudio: los factores que intervienen en la comunicación, las estrategias comunicativas para la atención de clientes y las estrategias comunicativas para la atención de clientes con discapacidad auditiva, por medio de revisión bibliográfica y la aplicación de técnicas de recolección de datos e información, Tabla 2.

Tabla 2*Variables de estudio*

Dimensiones	Variables	Subvariables	Definición conceptual	Definición operacional	Instrumento
Factores que intervienen en la comunicación	Factores que intervienen en la comunicación	Metacomunicación, referente, situación, feed-back, ruidos y barreras	Son situaciones externas que afectan el proceso de la comunicación, evitando que se dé una retroalimentación	Se identificarán los factores que intervienen en la comunicación en la atención al cliente, mediante encuesta, entrevista y grupo focal	Encuestas Entrevistas Grupo focal
Estrategias comunicativas para la atención de clientes	Estrategias comunicativas	Comunicación, elementos de la comunicación, tipos de comunicación, estrategia comunicativa	Son técnicas planificadas o que surgen cuando se comparte información entre el emisor y el receptor con el objetivo de no alterar el mensaje y que esta sea asertiva	Se identificarán las estrategias comunicativas mediante una encuesta, entrevistas y grupo focal a la población informante	Encuesta Entrevistas Grupo focal
Estrategias comunicativas para la atención de clientes con DA	Discapacidad auditiva	Causas de la discapacidad Tipos de discapacidad Barreras	Pérdida parcial o total de la audición	Se amplía el concepto de discapacidad auditiva mediante revisión bibliográfica, entrevistas y grupo focal	Entrevistas Grupo focal

Fuente: Elaboración propia (2020)

Mediante estas variables se analizó el objeto de estudio. Según Ramírez (2011), las “variables tiene que ver con las cualidades por medio de las cuales se puede observar, medir, analizar e interpretar los fenómenos que estudiaremos” (p. 70), para poder investigar los factores que intervienen en la comunicación, las estrategias comunicativas y la discapacidad auditiva, mediante las tres técnicas aplicadas.

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de información

En este apartado se presentan las técnicas e instrumentos de recolección de datos e información. Estas fueron seleccionadas para tener un acercamiento con la población participante con el propósito de que los datos y la información recopilada respondiera al objeto de estudio: la encuesta, aplicada por medio de la plataforma de Google Form; la entrevista, realizadas por medio de Google Meet, y el grupo focal, por medio de Zoom.

3.6.1. Encuesta

La encuesta, según Quispe y Sánchez (2011) es una “técnica de investigación que se efectúa mediante la elaboración de cuestionarios y entrevistas de manera verbal o escrita” (párr. 1). Son aplicables a una población específica o una muestra.

La encuesta se aplicó por medio de un cuestionario para conocer y obtener datos sobre las estrategias comunicativas de las personas en puestos de recepción para la atención de clientes con discapacidad auditiva, por medio de preguntas que respondieran el objetivo del trabajo. La encuesta se aplicó por la factibilidad y accesibilidad del personal que trabaja en puestos de recepción y atención al cliente.

El cuestionario según Martínez (2011), es el instrumento básico de observación en la encuesta y en la entrevista; en éste se formulan unas series de preguntas que permiten medir una o más variables (p. 46).

Consiste en un conjunto de preguntas, normalmente de varios tipos, preparado sistemática y cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que

interesan en una investigación o evaluación, y que puede ser aplicado en formas variadas, entre las que destacan su administración a grupos o su envío por correo. (García, 2003, p. 2)

El cuestionario se elaboró con 20 preguntas abiertas y cerradas divididas en dos secciones: en la primera sección para obtener información específica sobre la población, como la edad, sexo, formación académica y experiencia: la segunda para obtener información general sobre las variables de estudio: factores que intervienen en la comunicación con personas con discapacidad auditiva y las estrategias comunicativas para la atención de clientes con discapacidad auditiva. Después de la elaboración de las preguntas, el instrumento se revisó y validó con profesionales en discapacidad e investigación en donde se corrigieron aspectos de estructura del cuestionario y preguntas sobre las variables. Se aplicó de acuerdo con la factibilidad de las empresas y la disponibilidad de sus empleados, mediante el uso del correo electrónico ([Anexo 2](#)).

3.6.2. Entrevista

La entrevista es una técnica que permite reunirse con la población informante. Se desarrollan las entrevistas porque permiten identificar los factores y las características que debe tener el lenguaje para comunicarse con personas con discapacidad auditiva e identificar los factores que se deben tomar en cuenta para elaborar una estrategia comunicativa para atender personas con discapacidad auditiva.

Hernández *et al* (2014) define entrevista como “reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). La entrevista cualitativa es más íntima, flexible y abierta. Las entrevistas se dividen en estructuradas, semiestructuradas o no estructuradas, o abiertas” (p. 403).

La flexibilidad y adaptación de la entrevista permitió aclarar dudas que surgieron durante ella. López y Sandoval (s.f.) la define como “una herramienta y una técnica extremadamente flexible, capaz de adaptarse a cualquier condición,

situación, personas, permitiendo la posibilidad de aclarar preguntas, orientar la investigación y resolver las dificultades que puede encontrar la persona entrevistada” (p. 11).

Es importante resaltar que se desarrolló la entrevista semiestructurada, con el fin de generar una conversación sobre cuáles serían las estrategias para la atención de clientes con discapacidad auditiva. Para llevar a cabo las entrevistas se utilizaron dos guías de entrevista diferentes para dos poblaciones: una para profesionales en discapacidad auditiva ([Anexo 4](#)) y otra para profesionales en comunicación ([Anexo 8](#)).

Estas guías de entrevista se basaron en preguntas generadoras que orientaron a responder las variables que se estaban investigando, con posibilidad de realizar preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener más información. El proceso de revisión y validación de las guías de entrevista se realizó con profesionales en comunicación e investigación, en donde se modificó el objetivo del instrumento en relación con el tema y la corrección de preguntas.

3.6.3. Grupo focal

Con el propósito de conocer más sobre las situaciones de las personas con discapacidad auditiva en Costa Rica y todas las dificultades que enfrentan, fue necesario desarrollar un grupo focal con personas que presentan esta condición personal, se contó con la colaboración de una intérprete de Lesco.

La técnica de grupos focales “es un espacio de opinión para captar el sentir, pensar y vivir de los individuos, provocando autoexplicaciones para obtener datos cualitativos (Hamui y Varela, 2012, p. 56).

Kitzinger (1995) define grupo focal como “una forma de entrevista grupal que utiliza la comunicación entre investigador y participantes, con el propósito de obtener información. Se caracteriza por ser un método colectivista” (p. 299).

El grupo focal se desarrolló mediante una guía con preguntas generadoras, según Hamui y Varela (2012) “el diálogo basado en la guía de entrevista, previamente elaborada, da la palabra a los participantes y estimula su participación equitativa” (p. 57).

La población participante fueron siete personas con discapacidad auditiva, la guía fue elaborada con dos preguntas generadoras, con el objetivo de conocer los factores que intervienen en la comunicación con personas con discapacidad auditiva en un servicio de atención al cliente. La revisión y validación del instrumento se realizó con un profesional en discapacidad, quien recomendaron realizar únicamente dos preguntas para facilitar la comprensión por parte de los participantes ([Anexo 6](#)).

3.7. Análisis de resultados

Para esta investigación se utilizan abreviaturas para mantener la confidencialidad de las personas informantes como se muestra en la Tabla 3. Se utiliza la siguiente estructura para las citas textuales (PDA-1,2020,4) que corresponde a la persona informante número de entrevistado/ encuestado, año, número de pregunta.

Tabla 3

Abreviaturas de confidencialidad

Abreviatura	Significado de abreviatura
EPRAC	Encuestado en puesto de recepción y atención al cliente
PDA	Profesional en Discapacidad Auditiva
PC	Profesional en Comunicación
F1	Formulario personas en puestos de recepción y atención al cliente
G1	Guía de entrevista a profesionales en discapacidad auditiva
G2	Guía de entrevista a profesionales en comunicación
G3	Guía de grupo focal

Fuente: Elaboración propia (2020)

La información recolectada fue sistematizada mediante diferentes herramientas y programa estadísticos como Hoja de cálculo Excel, el programa

SPSS y Atlas.ti, para determinar porcentajes, frecuencias, medias y categorizar los datos cuantitativos y cualitativos.

Para la encuesta se sistematizó pregunta por pregunta, estableciendo códigos a los ítems para generar gráficos representativos e informativos en Excel y SPSS. Para las entrevistas y el grupo focal se categorizaron los datos mediante una red semántica de acuerdo con Atlas.ti.

Una vez sistematizada la información se realiza la triangulación de los datos de las diferentes técnicas aplicadas. La triangulación de datos, según Hernández *et al*, 2014, p. 457) “son diferentes fuentes e instrumentos de recolección de datos, así como distintos tipos de datos”. El análisis se realizó mediante la estructura que se muestra en la Tabla 4.

Tabla 4

Estructura del análisis de los resultados

Dimensiones	Variables	Encuesta	Entrevista PDA	Entrevista PC	Grupo Focal
Factores que intervienen en la comunicación para la atención de clientes con DA	Factores que intervienen en la comunicación	Pregunta 14			Pregunta 1
Estrategias comunicativas para la atención de clientes	Estrategias comunicativas Este	Pregunta 1,2,3, 4, 5, 7, 8, 9,10, 12, 13, 19, 20 16, 17, 18	Pregunta 7, 9 y 10	Pregunta 1, 2, 3, 4 y 5	Pregunta 2
Estrategias comunicativas para la atención de clientes con discapacidad auditiva	Discapacidad auditiva	Pregunta 11 y 15	Pregunta 2, 3, 4, 5, 6 y 8	Pregunta 6	

Fuente: Elaboración propia (2020)

Las variables de estudio se analizaron de acuerdo con las preguntas aplicadas en la encuesta, las entrevistas y el grupo focal, para determinar las estrategias comunicativas que se requieren en los puestos de recepción y atención al cliente. Las técnicas y preguntas se presentan el siguiente capítulo.

CAPÍTULO IV
PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Capítulo IV. Presentación de la información

En este capítulo, se presenta la sistematización de información recogida según las técnicas de investigación aplicadas.

La encuesta fue aplicada a personas en puestos de recepción y atención al cliente, la entrevista a profesionales en discapacidad auditiva y profesionales en comunicación y el grupo focal se realizó con personas con discapacidad auditiva, a continuación, se presenta la información de las técnicas utilizadas.

4.1. Encuesta

El propósito de la encuesta fue trabajar la variable estrategias comunicativas que requieren las personas en puestos de recepción para la atención de clientes con discapacidad auditiva. Dicho instrumento fue aplicado a 64 personas de 25 empresas e instituciones, ubicadas en la provincia de Heredia y Alajuela, de los tres sectores: público, privado y mixto.

Al cuestionario de la encuesta, previamente validado, y una vez aplicado se realiza el proceso de confiabilidad, el cual es de 0.652, según el cálculo de Alfa de Crombach. Para “evaluar la confiabilidad o la homogeneidad de las preguntas o ítems es común emplear el coeficiente alfa de Cronbach” (Corra, 2009, p. 241), lo que representa que es confiable. La confiabilidad, según Kerlinger y Lee (2002) “se relaciona con la precisión con la que un instrumento de medición mide aquello que se desea” (p. 582). De acuerdo con ese autor, la confiabilidad no tiene un valor específico, también, depende de la validación, “en algunos casos un valor de confiabilidad de 0.50 o 0.60 es aceptable...” (p. 601).

La información se presenta mediante dos secciones: primero la información específica sobre los encuestados y segundo la información general sobre la variable, pregunta por pregunta.

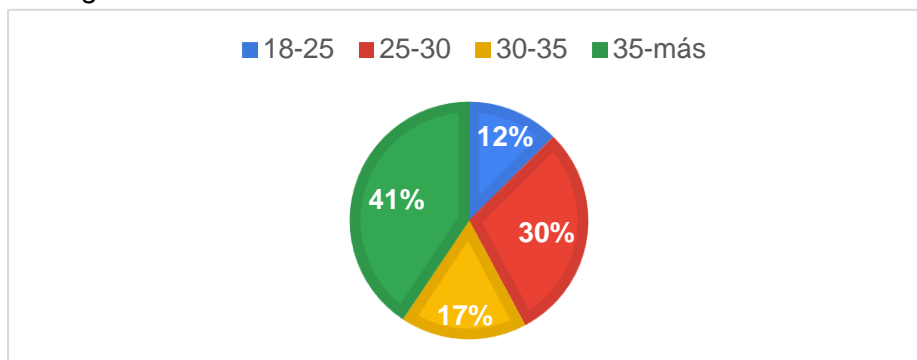
4.1.1. Información específica

Pregunta 1. Edad

La edad de los informantes es variada, un 41% se ubican en un rango de más de 35 años y un 12% menores de 25 años, como se detalla en la Figura 6.

Figura 6

Rango de edad



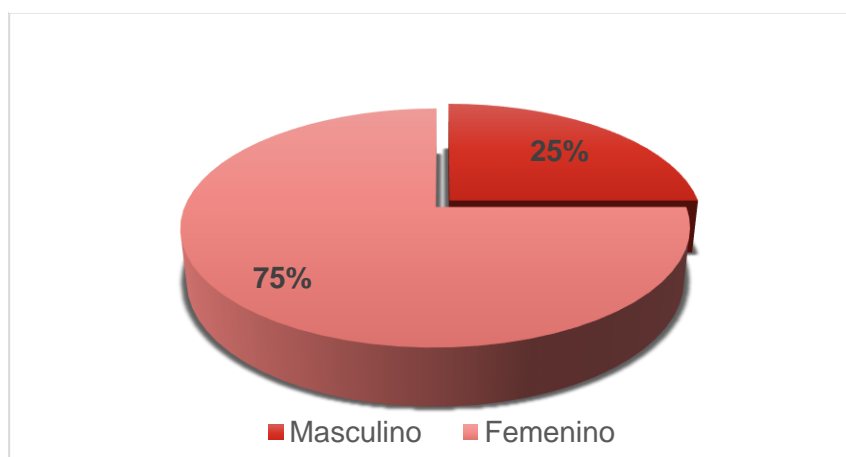
Fuente: F1. Encuesta para puestos de recepción y atención al cliente (2020)

N=64

Pregunta 2. Sexo

Figura 7

Sexo de las personas encuestadas



Fuente: F1. Encuesta para puestos de recepción y atención al cliente (2020)

N=64

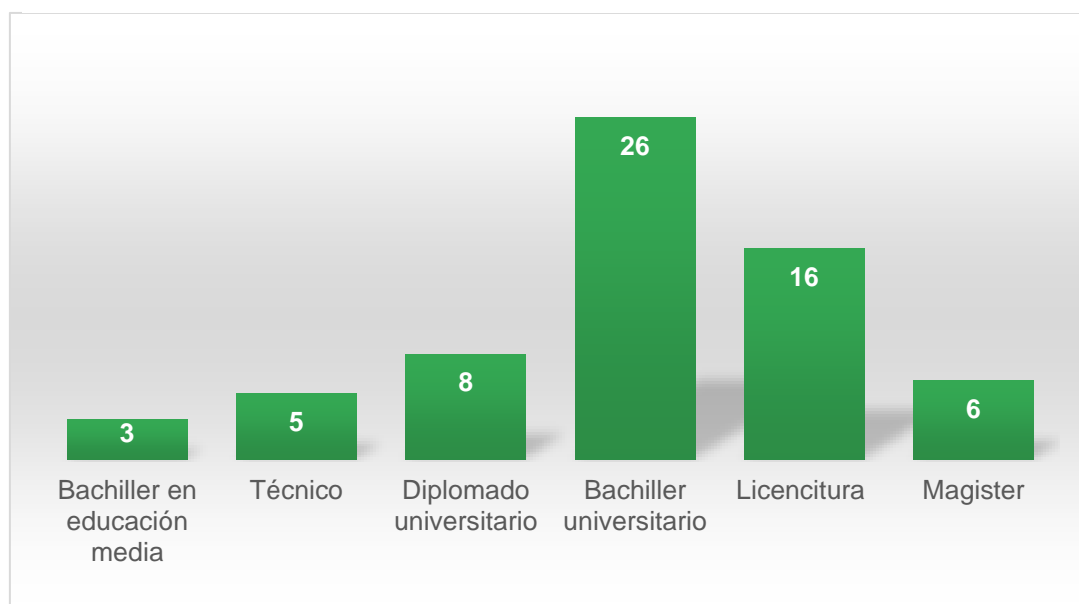
La mayoría de las personas que trabajan en puestos de recepción y atención al cliente son mujeres con un 75%, los hombres representan solamente un 25% del total como se muestra en la Figura 7.

Pregunta 3. Formación académica

La formación académica de los encuestados va del grado de Bachiller en educación media a superiores. De los participantes, la mayoría, 26 personas (tienen grado de Bachillerato universitario, otro grupo menor tiene el grado de Licenciatura y Magister, como se detalla en la Figura 8.

Figura 8

Formación académica



Fuente: F1. Encuesta para puestos de recepción y atención al cliente (2020)

N=64

Pregunta 4. Ocupación dentro de la empresa

La mayoría de las personas encuestadas en las distintas empresas ocupa un puesto de recepción (20 personas), como se muestra en la Tabla 5.

Tabla 5

Ocupación de las personas encuestadas

Ocupación			
Administración RRHH	3	Encargado presupuesto y activos	1
Asistente	20	Enlace empresarial	2
Contador/a	1	Ingeniería	1
Control y seguimiento	1	Jefatura	2
Coordinador/a	4	Oficinista	4
Dirección	1	Plataforma	8
Profesional	4	Recepción	1
Secretaría	8	Técnico	2
Trabajo Social	1		
	43		21

Fuente: F1. Encuesta para puestos de recepción y atención al cliente (2020)

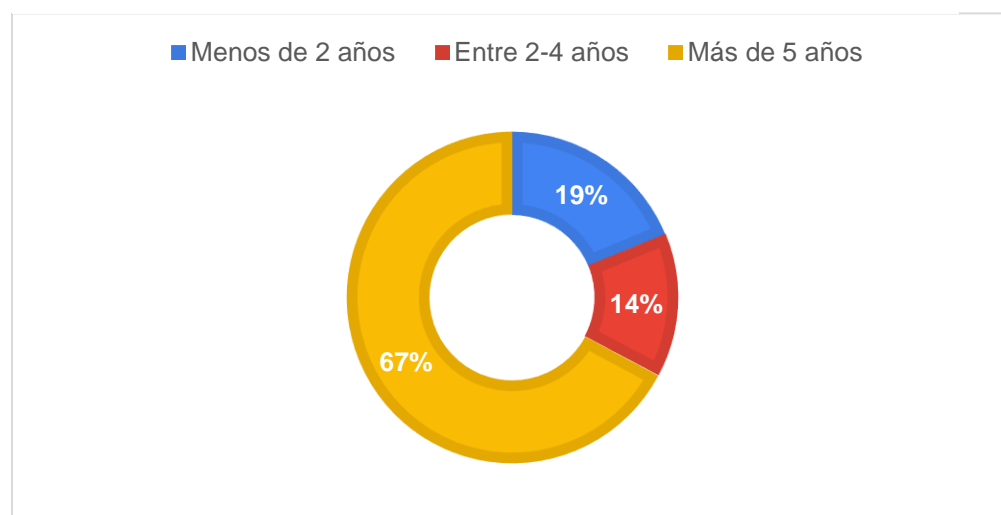
N=64

Pregunta 5. Años laborando

Del total de los encuestados, un 67% tienen más de 5 años laborando, en segundo lugar, con un 19% tienen menos de 2 años, como se muestra en la Figura 9.

Figura 9

Años laborando de las personas encuestadas



Fuente: F1. Encuesta para puestos de recepción y atención al cliente (2020)

N=64

Pregunta 6. Nombre de la empresa/institución

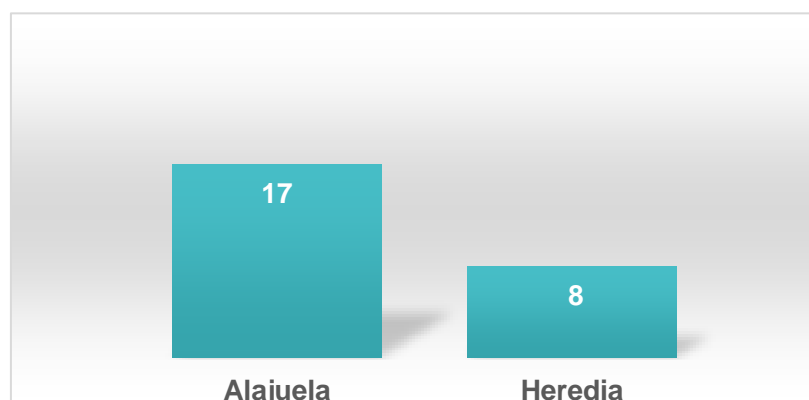
Se reservan los nombres de las empresas e instituciones por el acuerdo de confidencialidad de la investigación.

Pregunta 7. Ubicación de la empresa/institución.

De las 25 empresas e instituciones, 17 se ubican en la provincia de Alajuela y 8 en la provincia de Heredia, como se muestra en la Figura 10.

Figura 10

Ubicación de las empresas donde laboran las personas encuestadas



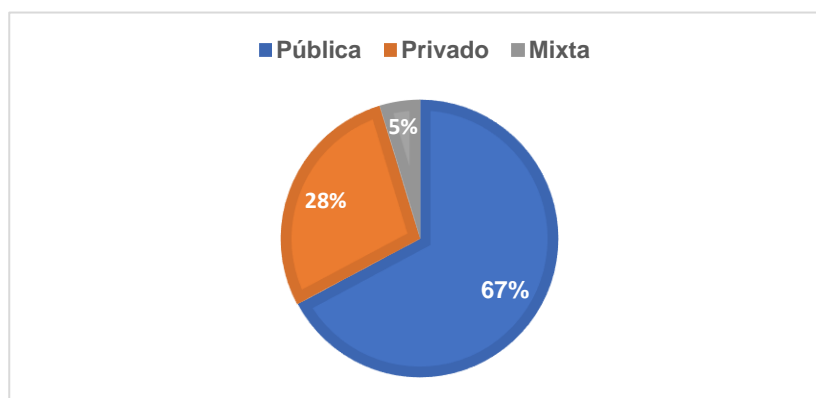
Fuente: F1. Encuesta para puestos de recepción y atención al cliente (2020)

Pregunta 8. Tipo de administración de la empresa/institución.

Un 67% del total corresponde al sector público, un 28% al sector privado y el restante 5% del total son empresas mixtas, como se muestra en la Figura 11.

Figura 11

Tipo de administración



Fuente: F1. Encuesta para puestos de recepción y atención al cliente (2020)

N= 64

Pregunta 9. ¿A qué se dedica la empresa/institución?

La mayoría de las empresas e instituciones donde laboran los encuestados pertenece al sector de educación, servicios y comercio, como se detalla en la Tabla 6.

Tabla 6

Dedicación de las empresa e instituciones

Dedicación	Cantidad
Educación	5
Municipalidades	3
Cooperativa	1
Bien social	2
Servicios públicos	2
Servicios contables y financieros	5
Comercio y mercadeo	5
Salud	1
Tecnología	1
Total	25

Fuente: F1. Encuesta para puestos de recepción y atención al cliente (2020)

4.1.2. Información General

Pregunta 10. ¿Con qué frecuencia utiliza los siguientes medios de comunicación para la atención al cliente? 1 Nada frecuente, 2 poco frecuente, 3 frecuente y 4 muy frecuente

La mayoría de las personas encuestadas indica que el medio más frecuente para la atención de clientes es presencial con una media de 3.4688, seguido de teléfono y correo electrónico. El menos frecuente es redes sociales y videollamadas, como se muestra en la Tabla 7.

Tabla 7

Frecuencia de los medios más utilizados para la atención al cliente

	Frecuencia				
	N	Mín	Máx	Media	Desv. Est.
Presencial	64	1.00	4.00	3.4688	.83512
Telefónico	64	1.00	4.00	3.4687	.73396
Correo electrónico	64	1.00	4.00	3.3750	.82616
Videollamadas	64	1.00	4.00	1.9375	1.00593
Redes sociales	63	1.00	4.00	2.1111	1.09414
Otros	48	1.00	4.00	2.1250	1.16006

Fuente: F1. Encuesta para puestos de recepción y atención al cliente. Pregunta 10. (2020)

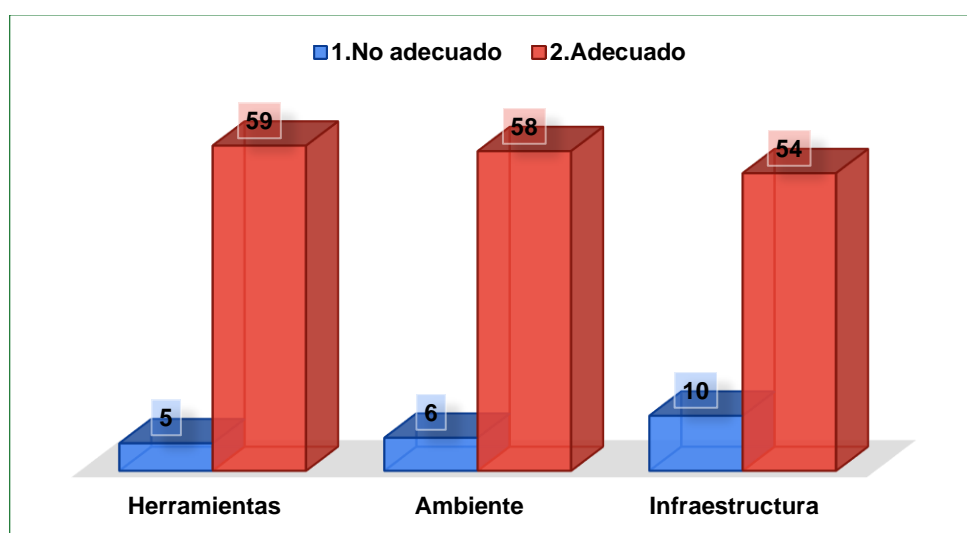
Notas: 1) N válido (por lista) 47 2) Mín=mínimo, Máx= máximo, Desv. Est= desviación estándar

Pregunta 11. Clasifique los siguientes tres aspectos en su lugar de trabajo (Herramientas, Ambiente e Infraestructura). Donde 1 es no adecuado y 2 es adecuado.

La mayoría de los encuestados coinciden en que las herramientas, el ambiente y la infraestructura son adecuadas en el lugar de trabajo, como se demuestra en la Figura 12.

Figura 12

Condición de las herramientas, ambiente e infraestructura en el lugar de trabajo



Fuente: F1. Encuesta para puestos de recepción y atención al cliente. Pregunta 11. (2020)

Pregunta 12. ¿Cuál es el grado de importancia que usted le da a la comunicación asertiva con el cliente?

El 88% de los encuestados consideran muy importante la comunicación asertiva con el cliente, como se muestra en la Figura 13.

Figura 13

Importancia de la comunicación asertiva



Fuente: F1. Encuesta para puestos de recepción y atención al cliente. Pregunta 12. (2020)

Pregunta 13. La satisfacción del cliente depende algunas veces de la comunicación asertiva, durante su experiencia ¿cuál es el grado de asertividad en la comunicación con el cliente?

El grado de asertividad de la comunicación que indican las personas encuestadas con los clientes, es de una media de 3.4375, medido por una escala donde 1 es nada asertivo y 4 muy asertivo.

Pregunta 14. Mencione factores que podrían interrumpir la relación comunicativa con el cliente.

Se categoriza la opinión de las personas encuestadas, sobre los factores que consideran que intervienen en la comunicación, tomando en cuenta los más relevantes como se muestra en la Tabla 8.

Tabla 8*Factores que intervienen en la comunicación*

Factores
<ul style="list-style-type: none"> ● Falta de información para dar respuestas con seguridad, desconocimiento de procesos. ● Actitud del que atiende, actitud del cliente, desinterés, estado de ánimo, percepciones, ruidos. ● No hablar el mismo idioma (lengua materna). ● Falta de comprensión del mensaje, falta de expresión, falta de escucha activa, intolerancia, discrepancias, mala comunicación. ● El entorno hostil, distracción. ● El tiempo de respuesta. ● Atención de llamadas múltiples, interrupción de compañeros, interrupciones internas y externas. ● La mala disposición del cliente, falta de herramientas y equipos ● Falta de atención. ● Barreras físicas. ● Los canales de comunicación mal empleados, respuesta al cliente no satisfactorio. ● Poca comprensión de tecnologías. ● Idioma, mala actitud de alguna de las partes. ● Ser descortés, asumir que conoce cosas que nos parecen simples. ● No saber comunicar. ● Indiferencia. ● Mala disposición. ● Ambiental laboral. ● El analfabetismo, la edad. ● No conocer cómo atender a un cliente con discapacidad. ● Desconocimiento de LESCO. ● Falta de espacio de trabajo adecuado.

- Distracciones como celulares.
- Malas habilidades comunicativas.

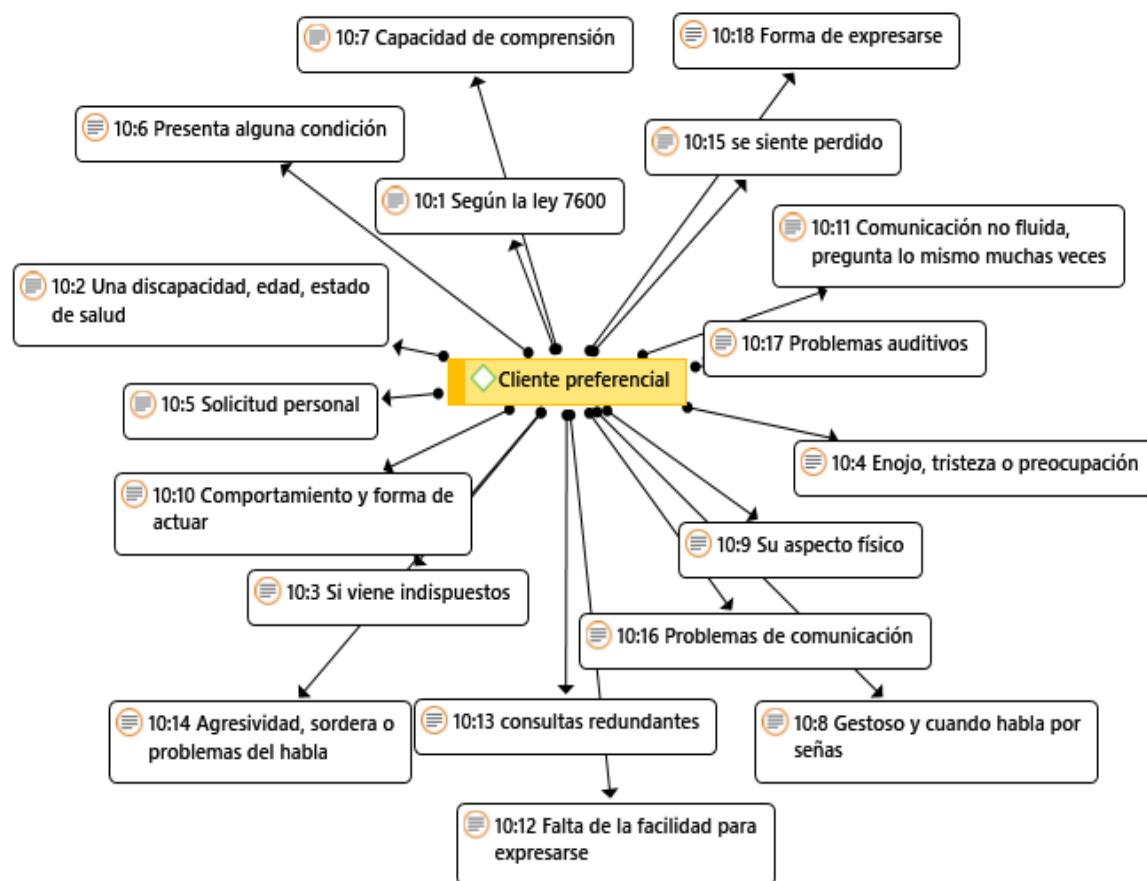
Fuente: F1. Encuesta para puestos de recepción y atención al cliente. Pregunta 14. (2020)

Pregunta 15. Qué comportamiento me indica que un cliente requiere de una atención preferencial

Para identificar cómo se comporta un cliente que requiere de una atención preferencial, se hizo una categorización con todas las respuestas y se presentan los factores más relevantes, como se muestra en la Figura 14.

Figura 14

Comportamiento de un cliente que requiere de atención preferencial



Fuente: F1. Encuesta para puestos de recepción y atención al cliente. Datos según códigos semánticos. Atlas.ti. Pregunta 15. (2020)

Pregunta 16. Existen clientes con diferentes necesidades, entre ellos los clientes con discapacidad auditiva. ¿Tiene usted conocimiento para la atención de clientes con discapacidad auditiva?

De las 64 personas encuestadas, el 75% no tiene conocimiento para la atención de clientes con discapacidad, como se muestra en la Figura 15.

Figura 15

Conocimiento de la persona de atención al cliente sobre la atención de personas con discapacidad auditiva



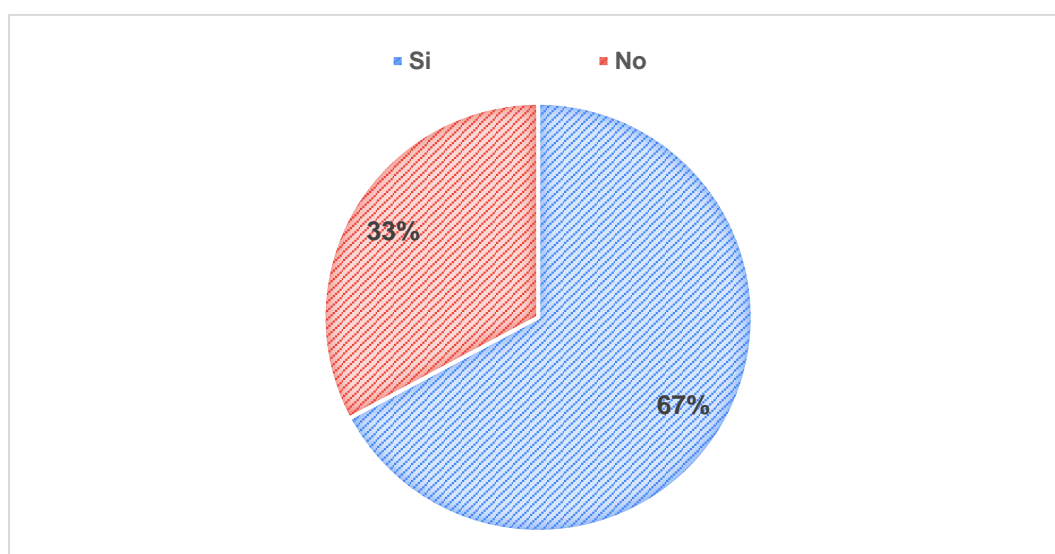
Fuente: F1. Encuesta para puestos de recepción y atención al cliente. Pregunta 16. (2020)

Pregunta 17. ¿Ha tenido la experiencia de atender a clientes con discapacidad auditiva?

El 67% de las personas encuestadas han tenido la experiencia de atender a clientes con Discapacidad Auditiva (DA), como se muestra en la Figura 16.

Figura 16

Experiencia de las personas en puestos de recepción para la atención de clientes con DA



Fuente: F1. Encuesta para puestos de recepción y atención al cliente. Pregunta 17. (2020)

Pregunta 18. Toda organización tiene la responsabilidad de permitir el acceso a la información necesaria y servicio al usuario. ¿Considera importante la capacitación sobre diferentes estrategias comunicativas para la atención de clientes con discapacidad auditiva?

Las personas que trabajan en puestos de recepción y atención al cliente consideran muy importante la capacitación acerca de diferentes estrategias comunicativas con una media de 3.9375.

Pregunta 19. ¿De las siguientes estrategias comunicativas, valore el nivel de aplicabilidad que tiene en el momento de atender a clientes con discapacidad auditiva? 1. No aplicable, 2. poco aplicable, 3. aplicable y 4. muy aplicable

Las personas encuestadas consideran que escribir el mensaje es el más aplicable para la atención de clientes con discapacidad auditiva, con una media de 3.4375. y el menos aplicable son las pantallas con subtítulos con una media de 2.8750, como se muestran en la Tabla 9.

Tabla 9

Estrategias aplicables por el personal de atención al cliente para la atención de personas con DA

Estadísticos descriptivos					
	N	Mín	Máy	Media	Desv. Est.
LESCO	64	1.00	4.00	3.0781	1.25109
Escribir mensaje	64	1.00	4.00	3.4375	.77408
Contacto visual	64	1.00	4.00	3.3594	.89739
Ademanes	63	1.00	4.00	3.2381	.89288
Pantallas con subtítulos	64	1.00	4.00	2.8750	1.20185

Fuente: F1. Encuesta para puestos de recepción y atención al cliente. Pregunta 19. (2020)

Nota: 1) N válido (por lista) 63 2) Mín= Mínimo, Máx= Máximo, Desv. Est.= Desviación estándar

Pregunta 20. De acuerdo con la pregunta anterior, ¿qué otras estrategias se pueden usar para comunicarse con clientes con discapacidad auditiva?

Tomando en cuenta todas las estrategias mencionadas por las personas encuestadas se realiza una categorización de las más relevantes.

- Comunicación escrita.
- Acompañamiento de familiares.
- Intérpretes.
- Croquis, dibujos, catálogos o brochures que visualice lo que quieres explicarle al cliente, imágenes, videos con subtítulos.
- Preparación previa a la cita.
- Vocalizar bien.
- Tener una guía de procedimientos con imágenes.
- Capacitación.
- Con gestos.
- Lo escribo en la computadora e intercambiamos la comunicación.
- Aplicaciones en la computadora.
- Utilizar herramientas tecnológicas.
- Contacto visual.

Una vez aplicada la encuesta a las personas que trabajan en los puestos de recepción y atención al cliente, se aplica otras técnicas de recolección de datos para ampliar la información con la opinión de expertos, con entrevistas a profesionales en comunicación y profesionales en la atención de personas con discapacidad.

4.2 Entrevistas

4.2.1. Entrevistas a profesionales en comunicación (PC)

En este apartado, se presenta la sistematización de la información, pregunta por pregunta, de las entrevistas aplicadas a cinco profesionales en comunicación y lingüística realizada con el objetivo de identificar los factores y las características que debe tener el lenguaje para comunicarse con personas con discapacidad auditiva, las respuestas se presentan de manera conjunta, según la opinión de los entrevistados.

Para esta entrevista, se utiliza la siguiente codificación (PC-1,2020,1) que corresponde al profesional en comunicación- número de entrevistado, año y el número de la pregunta.

Pregunta 1. ¿Cuáles son las diferentes formas de comunicación?

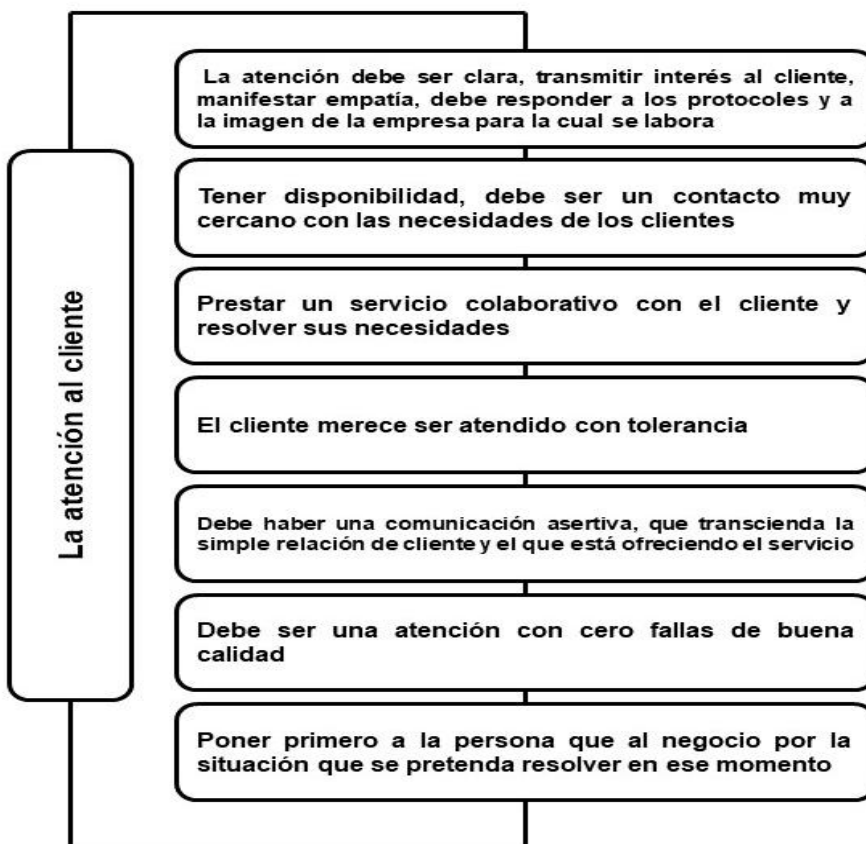
Existen diferentes formas de comunicación. La comunicación verbal (escrita y oral) y la comunicación no verbal (gestos, ademanes, posturas, visual).

Pregunta 2. ¿Cómo debe ser la atención al cliente?

Se muestra la opinión de los profesionales en comunicación sobre cómo debe ser la atención de los clientes, Figura 17.

Figura 17

Aspecto a tomar en cuenta para la atención al cliente



Fuente: Entrevista a profesionales en comunicación. Pregunta 2. (2020)

Pregunta 3. ¿Qué debe saber o conocer una persona que trabaja en un puesto de recepción o servicio al cliente?

Se categoriza los aspectos que deben conocer las personas de puestos de recepción, las opiniones más relevantes para estudio, como se muestra a continuación.

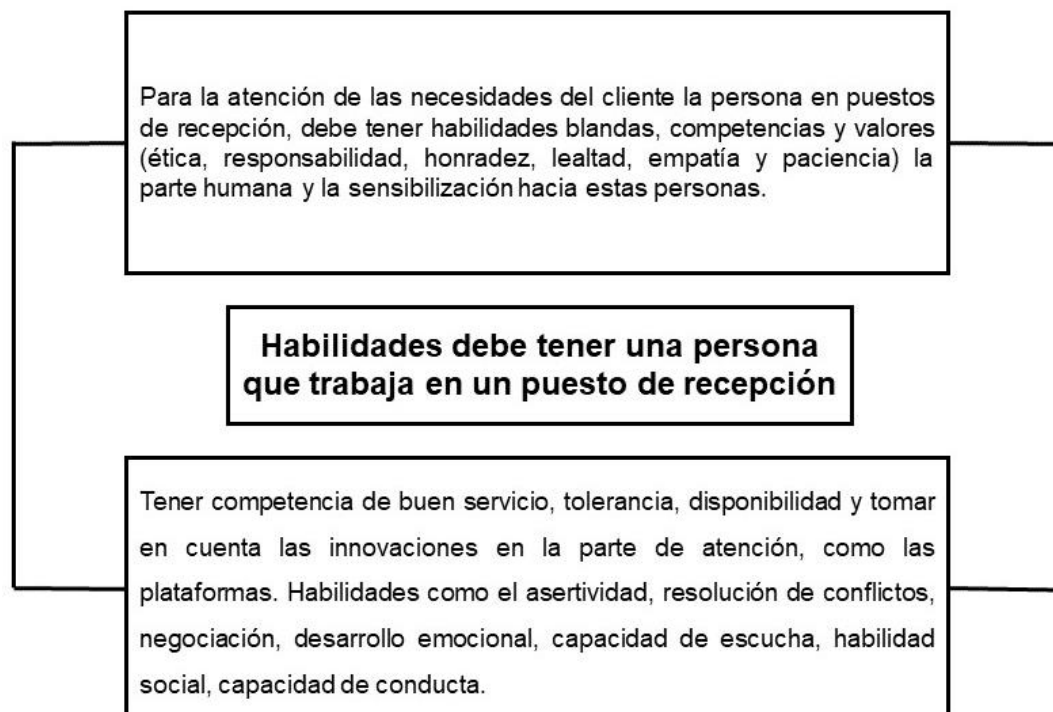
- Debe tener la información de la empresa actualizada, como está estructurada, las funciones que se realizan en los departamentos y las soluciones.
- Debe saber que todas las personas son diferentes, tener claro que las personas tienen una condición social, cultural y económica diversa, porque no sabe a quién va a atender, hay personas de diferentes género y profesión.
- Debe ser una persona emocionalmente activa con un vocabulario adecuado al cliente, debe tener perfilado a sus clientes para que pueda actuar de la mejor manera.
- El tono de voz, el gesto, contacto visual mostrar confianza para que se sienta bien atendido.
- Debe conocer las tecnologías de la información y la comunicación, conocer el canal que va a utilizar para responder a las necesidades del cliente y los protocolos de atención, conocer una segunda lengua como inglés y el lenguaje de señas costarricense.

Pregunta 4. ¿Qué habilidades debe tener una persona que trabaja en un puesto de recepción para poder atender a clientes con diferencias individuales?

Se presenta las habilidades que debe tener las personas que trabajan en los puestos de recepción y atención al cliente para poder atender las diferencias individuales de los clientes, como se muestra en la Figura 18.

Figura 18

Habilidades que debe tener una persona que trabaja en puesto de recepción



Fuente: G2. Entrevista a profesionales en comunicación. Pregunta 4. (2020)

Pregunta 5. Considerando lo anterior, ¿cómo puede aplicarse en la atención de una persona con discapacidad auditiva?

- La atención debe ser normal, con la amabilidad y la información a la mano igual que los demás no verlo como alguien distinto, con normalidad inclusiva. Las personas con discapacidad auditiva tienen diferentes condiciones, algunos pueden leer los labios, entonces tener el cuidado de gesticular mejor para que la persona pueda entender. En una empresa grande debe tener a una persona preparada en el lenguaje de señas y si no es así la persona debe buscar una adecuación, ya sea escrita o material que les permita a ellos acceder a la información.
- Comprender las discapacidades, por lo menos en lo básico, se debe tener la sensibilidad y el conocimiento. Las empresas deben y tienen la obligación de

dar charlas de sensibilización y conocimientos básicos sobre la atención de discapacitados, además la ley lo exige.

- En el momento que se percata que tiene al frente a una persona sorda, no sorprenderse, no demostrar que no sabe cómo atenderlo, tratar de ayudarlo, la persona de recepción debe saber el lenguaje de señas. Eso debe estar en la malla curricular porque todo recepcionista o asistente debe saber LESCO, porque si no estamos fallando con la ley.
- Hay protocolos generales, primero identificar al cliente, luego cual es la técnica que esa persona requiere para ser atendida y ofrecerle una oportuna atención. Por ejemplo, en el manual de la persona usuarios y sus protocolos que se encuentran en el Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica (MIDEPLAN), se puede determinar ciertos protocolos a seguir, uno sería que se presente uno de frente a la persona, verlo a los ojos, hablar claro, gesticular y presentarnos porque muchos de ellos leen los labios, ese sería el primer acercamiento sino se tiene el conocimiento del lenguaje de señas, importante no darle la espalda, caminar o demostrarle que se le tiene lástima.
- Para la discapacidad auditiva está el lenguaje de señas costarricense y también un dominio de los gestos y ademanes porque la comunicación en ese caso es más visual, el canal son los gestos y ademanes y es posible que sea un requisito el dominio del lenguaje de señas.

Pregunta 6. ¿Considera importante que las entidades educativas (escuelas, colegios y universidades), formen profesionales capaces de ofrecer una atención adecuada para personas con discapacidad auditiva?

Es muy importante, en las universidades en cualquier carrera tienen la obligación de sensibilizar en estos temas, llevarlos a discusión en ciertos espacios académicos, en el caso de la Escuela de Secretariado Profesional, que van a tener un vínculo muy cercano con las empresas, es muy importante esa sensibilidad, no necesariamente una materia, pero sí que sea un eje que se discuta constantemente, por todos los tipos de atención que se ofrece y los tipos de clientes.

Dentro de los programas de estudio nuevos de secretariado ejecutivo del MEP, se incluyen unas horas para abordar de manera básica protocolos para la atención de clientes y las personas con discapacidad auditiva y conocer un poco la lengua de señas costarricenses, para que los estudiantes, los docentes y público en general sean conscientes de que es una necesidad. Debería formar profesionales capaces de atender la diversidad, es importante que en el ámbito educativo haya una respuesta para dar esa atención.

4.2.2. Entrevistas a profesionales en discapacidad auditiva (PDA)

En esta sección se presenta la sistematización, pregunta por pregunta, de las entrevistas aplicadas a cuatro profesionales con discapacidad auditiva, con experiencia en la atención de esta población, con el objetivo de identificar los factores que se deben tomar en cuenta para elaborar una estrategia comunicativa para atender clientes con discapacidad auditiva. Las respuestas en cada pregunta se estructuran de manera conjunta de las opiniones de los entrevistados. Según, Flick (2004) la entrevista “comprende los datos, que se transforman en transcripciones (textos) y se producen interpretaciones de ellas” (p. 43).

Para esta entrevista, se utiliza la siguiente codificación (PDA-1,2020,1) que corresponde al profesional en discapacidad- número de entrevistado, año y el número de la pregunta.

Pregunta 1. Experiencia profesional en la atención de casos de personas con discapacidad auditiva

Las personas entrevistadas son profesionales con experiencia en la atención de personas con discapacidad, en el Ministerio de Educación Pública, la Universidad Nacional y la Universidad de Costa Rica.

Pregunta 2. ¿Qué es discapacidad auditiva?

De acuerdo con las personas entrevistadas se define discapacidad auditiva como el impedimento total o parcial para poder percibir el lenguaje oral, interpretar los sonidos y las vibraciones por la interrupción dentro del oído medio, externo o interno. Existe una deficiencia a nivel cognitivo auditivo presentada por una malformación en la parte del órgano de la oreja interno, es decir “es una alteración

en el grado de audición, ya sea leve, moderado o severo, alguna pérdida en la parte auditiva” (PDA-4,2020,2).

Pregunta 3. ¿Cuáles son los términos correctos para referirse a una persona con discapacidad auditiva?

El término correcto para hacer referencia a esta población depende de su cultura. “La palabra que nunca se debe usar es sordomuda. El simple hecho de que sea sorda no quiere decir que sea muda. El termino correcto es persona con discapacidad auditiva” (PDA-2,2020,3).

Los profesionales entrevistados, los cuales concuerdan con la Convención de Derecho de las Personas con Discapacidad y su Protocolo, Ley 8661, el término correcto es “Persona con discapacidad auditiva”.

Pregunta 4 ¿Tipos de pérdida auditiva?

De acuerdo con el conocimiento y la experiencia de las personas entrevistadas existen diferentes tipos de pérdida auditiva, como se muestra en la Tabla 10.

Tabla 10

Tipos de pérdida de auditiva

Tipos	
Lugar de la lesión	Del momento de la vida
Pérdida conductiva	Prelocutiva
Pérdida neurosensorial	Perilocutiva
Pérdida mixta	Postlocutiva

Fuente: G1. Entrevista a profesionales en DA. Pregunta 4. (2020)

La deficiencia auditiva puede generar una condición de sordera o baja audición. Los hay hereditarios y malformaciones. El grado de pérdida auditiva puede ser “leve, moderado, severa y profunda, y estos se miden en decibeles, entre más decibeles menos escucha la persona” (PDA-4,2020,4).

Pregunta 5. Su conocimiento respecto al trato de personas con discapacidad auditiva en Costa Rica.

De acuerdo con los profesionales entrevistados existe exclusión de estas personas en la sociedad, a pesar de que existe la Ley 7600 y la Convención de Derechos de las Personas con discapacidad.

La cultura de las personas oyentes juega un papel importante en el desarrollo e inclusión de las personas con discapacidad, porque de eso depende la posición que se le da dentro de la sociedad.

Existen muchos mitos sobre la cultura de las personas con discapacidad auditiva, como que son sordomudos, que son especiales, que se les debe gritar para que escuchen, debido a la falta de información de la sociedad en general y el interés de los familiares, esta situación ha generado un distanciamiento, no se les relaciona y se les discrimina.

La sociedad no está preparada para enfrentarse, muy pocas veces en los lugares ofrecen el lenguaje de señas, pero muchas personas sordas no saben LESCO, y nada hacemos si la persona que atiende sabe, si la persona sorda no. Por lo anterior, no se le está dando el lugar que ellos requieren, porque no los estamos preparando de la manera correcta desde pequeños, no se les da las bases para que se inserten a la sociedad (PDA-4,2020,5)

A pesar de que la sociedad aún no está preparada, algunas instituciones se esfuerzan por capacitar al personal en la atención de personas con discapacidad.

Los detalles cambian desde una visión de diversidad y de atención. Hay que modelar los tratos porque si no se pierde. Ahora hay una promoción por medios de los ministerios que las empresas capaciten en los modelos y en los enfoques, y la CONAPDIS ha generado un proceso. (PDA-3, 2020,5)

Pregunta 6 ¿Influye el tipo de pérdida auditiva en el desarrollo de la persona?

Las personas entrevistadas consideran que sí influye. Al respecto se menciona que “la pérdida auditiva no es solamente eso, todo el entorno de la

persona se puede ver afectado, diferente a una persona que no la tiene, por ejemplo, le genera más estrés y presión alta” (PDA-1,2020,6).

El ambiente social, la estimulación que se le dé a la persona sorda, el compromiso y apoyo de la familia y de las instituciones que promueven el respeto de los derechos de las personas con discapacidad.

La población con discapacidad auditiva tiene una brecha lingüística, es decir, tienen que aprender visualmente, los niños que tienen esta condición tienden a construir su conocimiento con otras herramientas, la vista, la percepción, gesto, etc. Hay una construcción más lenta del conocimiento y la comprensión es muy concreta (PDA-3,2020,6)

No solamente influye el ambiente social, de igual forma puede influir en desarrollo de la persona con discapacidad auditiva en la atención médica temprana.

Si el profesional solo le indica que requiere de una prótesis auditiva, no es suficiente porque no son mágicas, ocupa terapia de lenguaje, existen fundaciones que les apoya. Todo esto influye en el desarrollo del niño o la persona con discapacidad auditiva (PDA-1,2020,4)

Pregunta 7. ¿Cuáles factores se deben considerar para elaborar una estrategia comunicativa para atender personas con discapacidad auditiva?

Los entrevistados recomiendan tomar en cuenta diferentes factores para elaborar una estrategia comunicativa, se hace una categorización de los factores más relevantes:

- Trato especializado.
- La persona y la edad.
- La formación que tenga el profesional que lo está tratando.
- El interés, la actitud de la persona que lo atiende, de saber cómo tratarlo, no debe dar miedo, no debe dar frustración, sino más bien adquirir estrategias comunicativas, porque ni siquiera se debe saber LESCO.

- Tener algún apoyo visual, palabra-imagen, ya que en LESCO se trabaja mucho sinónimo.
- Conocer sobre características de personas con discapacidad auditiva, infograma con dibujos frases, comunicación de frente, crear tutoriales con videos, articular, hacer señas, glosario, escribir mensaje por si saben leer.
- Hablar despacio, porque muchos leen los labios, contacto visual y la expresión facial es una parte importante.

Pregunta 8. ¿Cómo se identifica una persona con discapacidad auditiva?

Existen diferentes formas de identificar una persona con discapacidad auditiva, según los entrevistados las más relevantes son las señas, los audífonos y los implantes cocleares, como se muestra en la Figura 19.

Figura 19

Cómo identificar personas con discapacidad auditiva



Fuente: Elaboración propia según entrevista a profesionales en DA.
Pregunta 8. (2020)

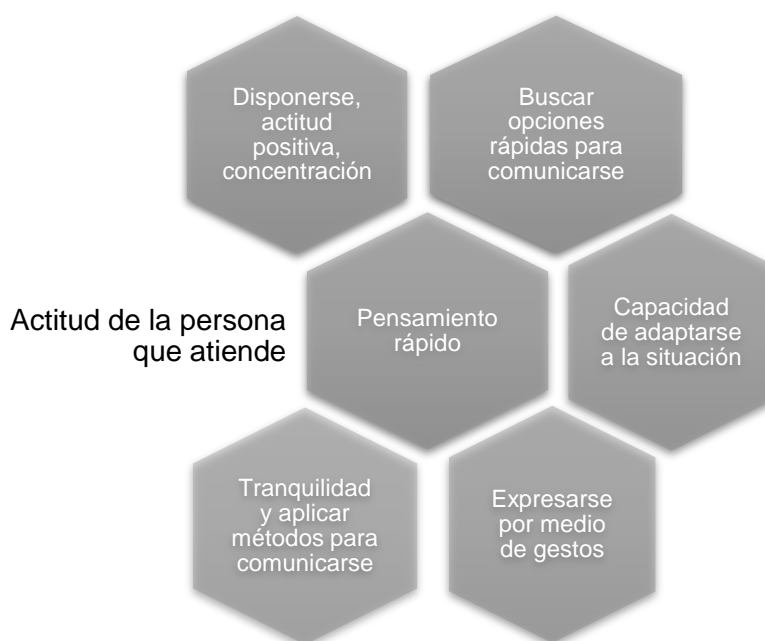
En la mayoría de casos, “se identifican con los implantes, si no tiene los audífonos, hace señas” (PDA-1,2020,8).

Pregunta 9. ¿Cuáles son las actitudes que deben tener las personas que atienden clientes con discapacidad auditiva?

Las personas entrevistadas mencionan las actitudes que deben tener las personas en puestos de recepción y atención al cliente para atender a las personas con DA, como “tener una actitud positiva, mucha paciencia, ser muy visual, tener mucha concentración y prestar atención a las señas que hacen” (PDA-1,2020,9), como se muestra en la Figura 20.

Figura 20

Actitudes que deben tener las personas que atiende a clientes con DA



Fuente: Elaboración propia según, G1. Entrevista a profesionales en DA. Pregunta 9. (2020)

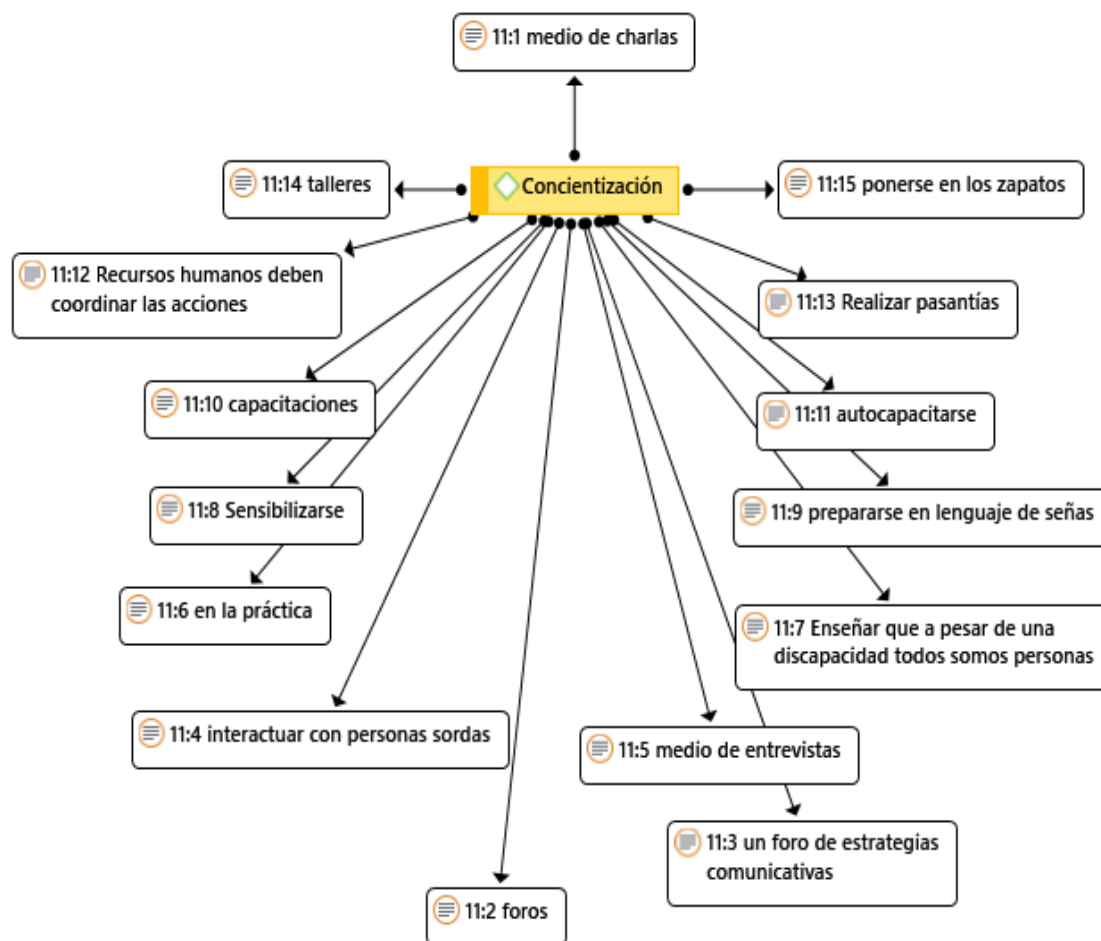
Pregunta 10. ¿Cómo concientizar a las personas que atienden clientes, de las diferencias individuales de las personas y especialmente a las personas con discapacidad auditiva?

Se realiza una categorización con todas las personas entrevistadas sobre la concientización de las que atienden en los puestos de recepción y atención al cliente y se presentan los datos más relevantes como charlas, talleres,

capacitaciones y prepararse en el lenguaje de señas, como se muestra en la Figura 21.

Figura 21

Cómo concientizar a las personas que atiende clientes, de las diferencias individuales de las personas



Fuente: G1. Entrevista profesionales en DA. Datos según códigos semánticos Atlas.ti. Pregunta 10. (2020)

Concientizar por medio de foros, entrevistas, charlas y en la práctica, que tengan contacto con una persona sorda, para que cuando se presente un escenario de verdad, no se frustre y lo pueda manejar de una manera asertiva (PDA-1-2020,10)

Las entrevistas a los expertos sustentan la teoría de una manera más amplia con la experiencia de cada uno. Sin embargo, es necesario conocer el sentir y las experiencias de las personas con discapacidad auditiva en la atención al cliente, por medio de un grupo focal.

4.3. Grupo Focal

El grupo focal se realizó con siete personas con discapacidad auditiva: cinco son mayores de 30 años y dos menores de 30 años. Los dos menores son estudiantes universitarios, y el restante tienen primaria incompleta. De las personas participantes en el grupo focal, únicamente dos personas tienen trabajo formal. Se compartieron las experiencias y el sentir de cada uno de los participantes en relación con la atención que han recibido, para conocer los factores que intervienen en la comunicación y sus recomendaciones sobre cómo debería ser la atención.

El grupo focal se desarrolló a partir de dos preguntas generadoras: las respuestas se generan de manera conjunta con la opinión de cada participante. Para el grupo focal se utiliza la siguiente codificación (PGF-1,2020,1) que corresponde al participante del grupo focal-número de participante, año, número de pregunta.

Pregunta 1. ¿Qué factores intervienen en la comunicación de una persona con discapacidad auditiva con el personal de un servicio de atención al cliente?

De todos los factores que mencionaron los participantes del grupo focal, se realizó una categorización de las más relevantes.

- La mayoría de las empresas no ofrecen atención en LESCO.
- Poco interés en atender a las personas con discapacidad auditiva.
- Actitud y disposición de las personas que atienden.
- Mal humor de las personas que atienden.
- Frustración de la persona que atiende al momento de enfrentar una situación de esta.
- Discriminación.
- Desconocimiento de la discapacidad.

- Falta de protocolo en las instituciones para atender a personas con discapacidad auditiva.
- No respetar los derechos.
- Se deben usar sinónimos en la comunicación escrita.

La comunicación de las personas con discapacidad auditiva, se puede ver afectada por diversos factores, por ejemplo:

En uno de los bancos, necesita retirar la tarjeta, pero ellos no me entendían las señas que hacía, no sabían nada de LESCO, y fue muy difícil la comunicación, poca la comunicación escrita. Pero también depende de la actitud de la persona si está dispuesta a comunicarse (PGF-5,2020,1).

Pregunta 2. ¿Qué recomendaciones sugiere para la atención de personas con discapacidad auditiva en un servicio de atención al cliente?

Las personas que participaron en el grupo focal han presentado dificultades para acceder a servicios de atención en diferentes instituciones públicas y privadas. Para facilitar la comunicación ellos hacen algunas recomendaciones.

- Escribo el mensaje, escribir las palabras.
- Ir acompañado por familiares para que les ayude con la interpretación.
- No gritar.
- Que las instituciones manejen protocolo para atender a personas con discapacidad auditiva.
- Hablar despacio.
- Las personas que atienden deben de aprender lenguaje de señas.
- Practicar más el LESCO, porque a pesar de que muchos saben es difícil la comunicación.
- Respeto hacia la persona con discapacidad.

Las personas con discapacidad auditiva consideran que “se debe respetar la atención que se le brinda a una persona sorda, porque si no hay un intérprete o LESCO, como uno le va a explicar lo que siente” (PGF-1,2020,2).

La información recopilada en la encuesta aplicada a las personas en puestos de recepción y atención al cliente, las entrevistas a los profesionales en

discapacidad y los profesionales en comunicación y el grupo focal con personas con discapacidad auditiva se presenta para ser analizada en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO V.
ANÁLISIS DE RESULTADOS

Capítulo V. Análisis de resultados

El propósito de este capítulo es relacionar la información obtenida en la investigación con el marco teórico para establecer las estrategias comunicativas que se requieren en los puestos de recepción, que faciliten el proceso comunicativo con las personas con discapacidad auditiva. Según Franklin (1998), el análisis “es establecer los fundamentos para desarrollar opciones de solución al factor que se estudia, con el fin de introducir las medidas de mejoramiento en las mejores condiciones posibles” (p. 17), “a través del cual vamos más allá de los datos para acceder a la esencia del fenómeno de estudio, es decir, a su entendimiento y comprensión” (González y Cano, 2010, p. 1).

El análisis de resultados se realiza con la estructura de las dimensiones categoriales: factores que intervienen en la comunicación con personas con discapacidad auditiva y las estrategias comunicativas que requieren las personas en puestos de recepción para la atención de clientes con discapacidad auditiva, de ahí se derivan los subtemas.

5.1. Factores que intervienen en la comunicación con clientes con discapacidad auditiva

Según Paz (2005), “el servicio al cliente no es una decisión optativa sino un elemento imprescindible”. Se debe tener información de la empresa, los servicios que ofrece y los procedimientos, si existen protocolos sobre la atención de cliente con discapacidad y como aplicarlos. El personal en puestos de recepción o servicio al cliente debe tener y poner en práctica las habilidades blandas y de competencias, que faciliten la comunicación con el cliente con discapacidad auditiva.

Las personas con discapacidad auditiva en Costa Rica, ocupan un gran porcentaje de la población 18.2%, considerando este dato es importante continuar mejorando la inclusión en todos los ámbitos de la sociedad.

La Ley 8661, en el artículo 9 sobre accesibilidad, menciona la importancia de adoptar medidas pertinentes para asegurar el acceso de las personas con

discapacidad, en igualdad de condiciones con las demás, al entorno físico, el transporte, la información y las comunicaciones, incluidos los sistemas y las tecnologías de la información y las comunicaciones, y a otros servicios e instalaciones abiertos al público o de uso público, tanto en zonas urbanas como rurales. (2008, p. 8)

Las herramientas, el ambiente y la infraestructura de las empresas e instituciones, son las adecuadas según las personas encuestadas, lo cual cumple con las medidas pertinentes mencionadas en la Ley 8661.

Las personas que trabajan en estos puestos, según la encuesta realizada identifican a un cliente que requiere de atención preferencial, por medio de la actitud, el comportamiento, problemas para comunicarse, los gestos, el aspecto físico y el estado emocional.

Los datos recopilados en la entrevista a los profesionales en discapacidad auditiva definen el concepto de esta variable como la pérdida total o parcial de la audición, al respecto la OMS (2015), indica que se refiere a la pérdida de la capacidad de oír, bien sea total o parcial. El término correcto para referirse a esta población es persona con discapacidad auditiva, sin embargo, esto depende de ciertos factores.

Como lo menciona (PDA-3, 2020, 3), esta cultura se define como personas sordas, personas que tiene deficiencia auditiva. No todos se identifican de la misma forma, depende de la cultura arraigada, el pensamiento de la cultura es diferente. En el 2008 (Convención de personas con discapacidad) ellos se definieron como persona con discapacidad auditiva.

El artículo 3, inciso U, define Cultura sorda como “conjunto de costumbres, valores y formas de comunicación que comparten las personas sordas” (Ley 9822, 2020, p. 8).

Se conocen diferentes tipos de pérdida auditiva y de estas depende la interacción comunicativa, ya que una persona con condición de baja audición tiene

la posibilidad de escuchar algunos sonidos (voz), mientras que una con pérdida total, se requiere de una estrategia comunicativa más elaborada, como el lenguaje de señas o una comunicación visual.

El desarrollo de las personas con DA influye en el tipo de pérdida auditiva, su entorno puede verse afectado; sin embargo, la estimulación que recibe, el apoyo de la familia y la sociedad puede facilitar su desarrollo. Las barreras las puede crear la sociedad limitando la interacción con los demás, por mitos y falta de información.

Costa Rica ha avanzado en temas de inclusión y leyes a favor de la población con discapacidad auditiva, como la Ley 9822 sobre la promulgación y reconocimiento de la lengua de señas costarricense. (PDA-4-2020-5), afirma que “CONAPDIS ha generado un proceso, desde el 2015 o antes ya las empresas están recibiendo capacitaciones por instituciones de educación superior, por el ministerio de trabajo”.

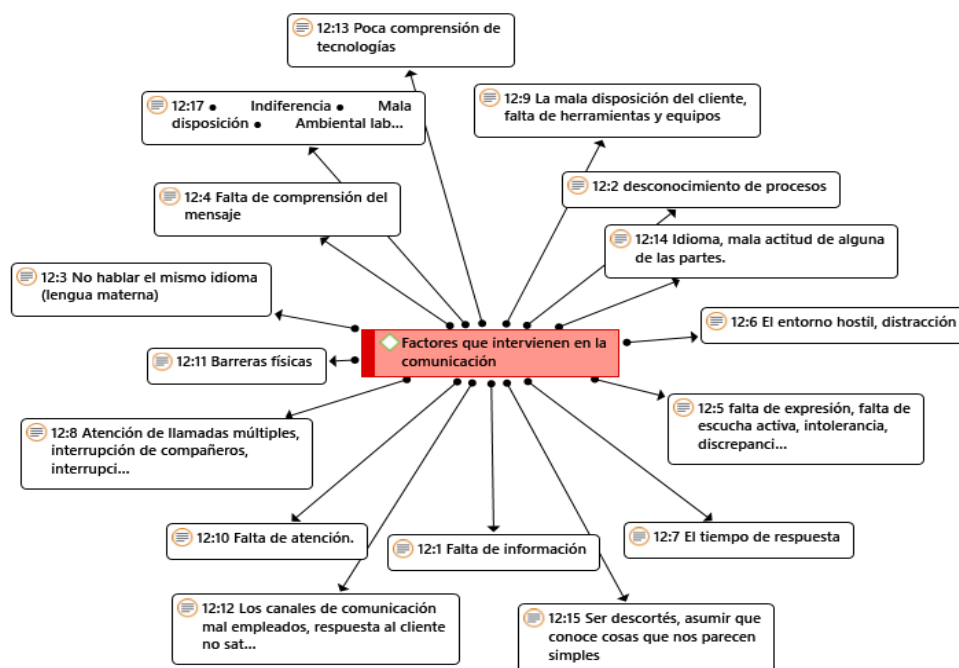
La entrevista a profesionales en comunicación determina que es importante sensibilizar sobre estos temas y llevarlos a espacios de discusión académicas, en el caso de la Escuela de Secretariado Profesional, que va a tener un vínculo muy cercano con las empresas.

Para identificar los factores que intervienen en la comunicación, es importante definir que la comunicación es la interacción que se da entre el emisor y el receptor. Para esta investigación, el emisor es la persona con discapacidad auditiva que solicita un servicio al receptor, la persona de puestos de recepción y atención al cliente, aunque en el proceso comunicativo, el emisor pasa a ser receptor, o bien, el receptor pasa a ser emisor. Esta comunicación con el cliente según Paz (2005) puede ser oral, escrita, señas, etc.

Los factores que intervienen en la comunicación entre las personas en los puestos de recepción y atención al cliente con los clientes con discapacidad auditiva, se analizan mediante la categorización de la información obtenida en la encuesta aplicadas a personas en puestos de recepción y atención al cliente, presentando los factores más relevantes, como se muestra en la Figura 22.

Figura 22

Factores que intervienen en la interacción comunicativa



Fuente: F1. Encuesta para puestos de recepción y atención al cliente. Datos según códigos semánticos. Atlas.ti. (2020)

En esta interacción comunicativa pueden intervenir factores externos que modifican el mensaje, su comprensión y la interpretación. Los factores están presentes en el contexto, cuando una persona con discapacidad auditiva accede a un servicio, por ejemplo, las barreras físicas, la ubicación de la oficina o las ventanillas. El factor situación como lo menciona Loría (2011) son las circunstancias que rodean el acto comunicativo.

El cliente con discapacidad auditiva requiere un espacio que le permita tener contacto visual con la persona que atiende, si estas condiciones no son las adecuadas dificulta la interacción entre los agentes. Al respecto, el Ministerio de Educación de Chile (2007) menciona que una de las barreras que enfrentan las personas con discapacidad auditiva es la cercanía o distancia de las fuentes

auditivas, es decir, la distancia puede ser un factor que dificulte la interpretación del mensaje.

Como característica propia de las personas que presentan esta condición, su comunicación es de manera visual, así que en los puestos de recepción se deben evitar crear barreras visuales para que la comunicación o interpretación gestual llegue claro.

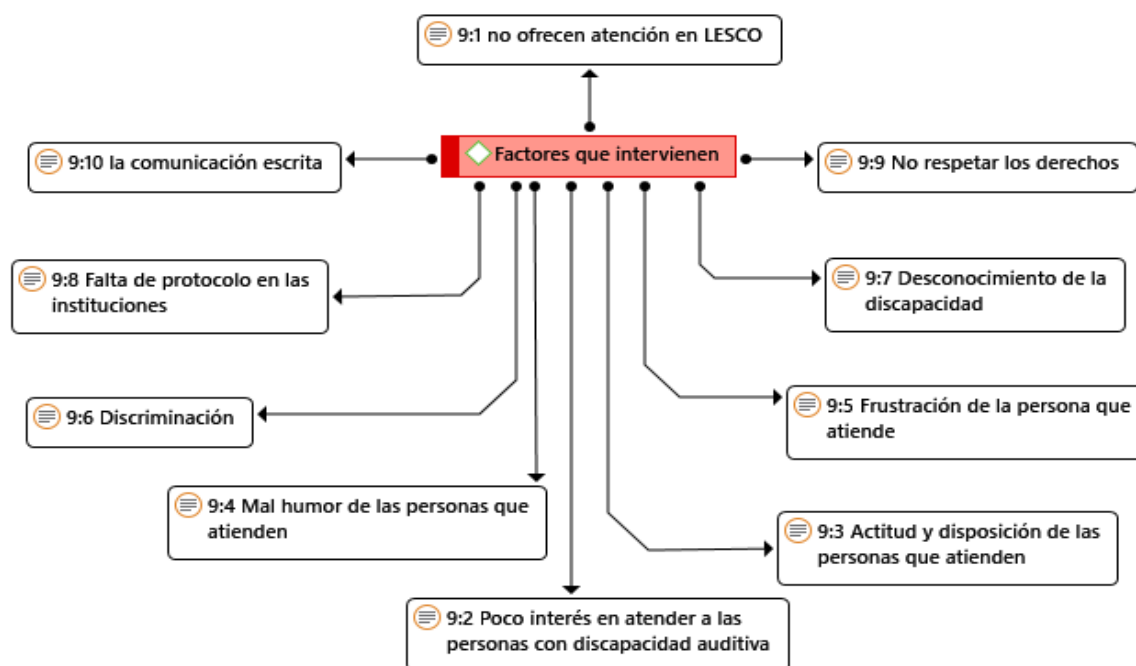
Otro factor que influye en la comunicación con personas con DA es el desconocimiento del lenguaje de señas, ya que, si los actuantes no conocen el mismo código no se puede dar una comunicación asertiva. Al respecto, Loría (2011) menciona que el código es el sistema de signos que forman el mensaje y debe ser común entre los sujetos. Para la mayoría de las personas con discapacidad auditiva, su lengua materna es el de señas, aunque no es la única.

Las personas en puestos de recepción consideran que los factores también involucran al cliente, su disposición, el estado de ánimo y su colaboración para facilitar el feed-back. De acuerdo con Ramos (2015), el feed-back es relevante en el proceso de comunicación porque es el que permite la comprensión de lo comunicado.

Las personas con discapacidad auditiva mencionan y concuerdan con los mismos factores que las anteriores y otras como el desconocimiento de la discapacidad, la actitud de la persona que atiende, no saber el lenguaje de señas, como se muestra en la Figura 23.

Figura 23

Factores que intervienen en la comunicación entre las personas de puestos de recepción y cliente con DA



Fuente: Grupo focal con personas con discapacidad auditiva. Datos según códigos semánticos. Atlas.ti. (2020)

Las personas con discapacidad auditiva que participaron en el grupo focal consideran que los factores dificultan la comunicación e interacción con las personas en puestos de recepción. En el mensaje escrito es una estrategia comunicativa con las personas con DA; sin embargo, existen palabras que no son comprensibles, en este caso es importante la metacomunicación para interpretar lo que están diciendo. Asfora (2015) indica que la metacomunicación es lo que las personas explican o piden que se le explique para interpretar lo que se está diciendo, por lo que se recomienda el uso de sinónimos en los mensajes escritos.

La actitud de las personas que atienden es importante para resolver las necesidades de los clientes. Al respecto, Paz (2005) recomienda evitar elementos

negativos y actitudes emocionales en el trato con el cliente, ya que una mala actitud crea barreras, dificulta la comunicación y no llega a satisfacer la necesidad de los clientes. En los puestos de recepción se deben conocer más sobre la discapacidad o condición de la persona para poder establecer estrategias que busquen resolver la necesidad del cliente.

5.2. Estrategias comunicativas para la atención de clientes con discapacidad auditiva

Las estrategias comunicativas para la atención de clientes es un proceso fundamental para el crecimiento de la empresa o institución, y más cuando se trata de clientes que requieren de atención específica, como los clientes con discapacidad auditiva para hacer respetar los derechos.

El concepto de estrategias ha evolucionado y se ha empleado en diferentes campos, en el campo de los negocios y educación. Los puestos de recepción y atención al cliente que disponen las empresas o instituciones deben adecuarse a las regulaciones de la ley y los trabajadores deben conocer estrategias para diferentes situaciones que se presentan a diario.

Una estrategia “es crear ventajas competitivas enfocándose en la satisfacción de las necesidades de los clientes” (Contreras, 2013, p. 153). Algunos medios estratégicos implementados en las empresas e instituciones para la atención de los clientes han sido o son de manera presencial, telefónica, correo electrónico, videollamadas, redes sociales, entre otros.

Cada medio de comunicación que se utilice para la atención del cliente debe responder a las necesidades o consultas hasta dar una solución; sin embargo, es importante no olvidarse del buen trato hacia el cliente. El buen trato crea una relación que al fin habla de la preparación de la empresa y del personal en resolver consultas.

Los resultados de la investigación muestran que la atención presencial es el medio más utilizado por los clientes, es decir, el contacto con el cliente sigue siendo directo y permite que haya más posibilidad de crear estrategias en el momento de la atención. Las videollamadas es el medio menos utilizado porque depende de las

condiciones o acceso a una red de conexión del cliente, el tiempo requerido y la planificación; sin embargo, si es posible emplear las videollamadas en la atención de una persona con DA con la colaboración de un intérprete si no se tiene conocimiento del lenguaje de señas.

De los medios que se utilice para atención del cliente depende si la comunicación es asertiva o no. La comunicación asertiva según, Fernández, (2007, párr. 2) “es respetar y expresar aquello que se necesita, siente, piensa y obrar en consecuencia, sin pasividad o agresividad”. El 88% del total de encuestados consideran que es muy importante tener una comunicación asertiva, para hacer valer los derechos de esta población que requiere de atención más específica y crear una cultura más inclusiva.

La comunicación asertiva determina el grado de satisfacción del cliente en la mayoría de veces. En la experiencia de las personas que trabajan en puestos de recepción, se considera que la comunicación con los clientes ha sido muy asertiva (F1, Pregunta 13); sin embargo, cuando se trata de la población con DA se requiere establecer estrategias más efectivas para lograr esa asertividad. El resultado demuestra que a pesar de todas las dificultades que se presentan saben cómo manejar los diferentes escenarios.

Las herramientas tecnológicas han permitido la creación de nuevas estrategias que en su mayoría vienen a facilitar la comunicación con diferentes clientes. No hay excusa para no atender a una persona sólo por su condición personal. El Ministerio de Educación de Chile (2007) considera que “tener una dificultad auditiva solo representa una restricción para el uso del lenguaje oral; sin embargo, la comunicación de otras formas está intacta” (p. 10).

Las estrategias, en esta situación específica, dependen de la comunicación no verbal porque abarca la habilidad visual. Se reconoce que el LESCO es la principal estrategia comunicativa con esta población en Costa Rica; sin embargo, no es la única. En muchos de los casos las personas con esta condición personal no saben LESCO debido a los condiciones familiares o estimulación que haya recibido a edades tempranas. En el ámbito educativo en Costa Rica, el Ministerio de Educación Pública se encuentra en el proceso de investigación para conocer

cuántos de los estudiantes con discapacidad auditiva lo requieren y cuáles requieren de otras estrategias.

Escribir el mensaje es otra de las estrategias comunicativas que se puede emplear en la atención de clientes con discapacidad auditiva, aunque requiere de más cuidado. Según Londoño (2004) “la comunicación escrita requiere de mayor esfuerzo intelectual para concretar el mensaje que se transmite, tener mayor cuidado y estilo” (p. 28).

Se evidencia por medio de la investigación que escribir el mensaje o la comunicación escrita es la estrategia más aplicable cuando no se tiene conocimiento del lenguaje de señas, debido a que actualmente el acceso de las personas con discapacidad auditiva a la educación y tecnología ha sido positivo: muchos saben leer y, por ende, usan las herramientas tecnológicas para escribir y leer mensajes.

En la atención del cliente, la disposición, actitud positiva, buscar opciones rápidas, pensamiento rápido y tranquilidad de las personas que atienden son características importantes, según los entrevistados profesionales en discapacidad auditiva.

La entrevista realizada a profesionales en comunicación indica cómo debe ser la atención del cliente. (PC-4, 2020, 2) recomienda que “debe ser clara, transmitir interés al cliente, manifestar empatía, debe responder a los protocolos y a la imagen de la empresa para la cual se labora”

Una de las características de las personas con DA es que en su comunicación incluyen todo lo relacionado con lo que se ve, el contacto visual, la interpretación de los ademanes y pantallas con subtítulos. En los últimos años, con las herramientas tecnológicas han sido posible dar mensajes por medio de pantallas con subtítulos. Al respecto, Tamayo (2016) lo define como “presentar en una pantalla un recuento semántico de lo que se dice” (p. 331).

Para elaborar una estrategia que facilite la comunicación con las personas con DA, deben tomarse en cuenta factores como el trato especializado, la edad del cliente, la formación del que brinda la atención, el interés, la actitud, el manejo de situaciones, tomar en cuenta materiales visuales, o bien, tener una estrategia

comunicativa personal, porque ni siquiera se debe saber LESCO, en general se debe tomar en cuenta las características sobre la discapacidad auditiva.

Para facilitar la comunicación con las personas con discapacidad se debe incluir, según la Ley 8661, en su artículo 2, la comunicación incluirá los lenguajes, la visualización de textos, lenguaje escrito, el lenguaje sencillo, tecnología de la información y las comunicaciones de fácil acceso, lo cual lo confirman las personas en los puestos de recepción, los profesionales en DA, y las personas con DA.

De manera cotidiana, las personas en las oficinas pueden enfrentarse a diferentes escenarios, por tanto, es importante conocer las estrategias comunicativas, que se pueden emplear a la hora de enfrentar una posible escena, para la atención de clientes con discapacidad auditiva, en puestos de recepción y atención, como el uso de protocolos.

Un ejemplo de los protocolos que se pueden aplicar para la atención de clientes con discapacidad es el siguiente:

Figura 24

Protocolo para la atención de clientes con DA



PROTOCOLO PARA LA ATENCIÓN DE CLIENTES CON DISCAPACIDAD AUDITIVA

Objetivo del protocolo

Establecer las pautas a seguir para la atención de clientes con discapacidad auditiva en el servicio de atención al cliente mediante cinco fases.

Consideraciones generales

Las personas en los puestos de recepción y atención al cliente deben conocer sobre la discapacidad auditiva mediante talleres, foros y capacitaciones para poder identificar los clientes con esta discapacidad.

1. Presentación

- Dar la bienvenida con total normalidad
- Articular bien a la hora de hablar
- Tener siempre contacto visual con el cliente
- No gritar
- Aplicar estrategias comunicativas como (Lenguaje de señas, escribir el mensaje, gestos o ademanes y el uso de herramientas visuales)

2. Atención

- Disponerse a prestar atención
- No mostrar inseguridad o temor de atenderlo
- No perder el contacto visual
- Identificar la estrategia comunicativa que se adapta mejor al tipo de pérdida auditiva del cliente

3. Comprensión

- Comprender las necesidades del cliente mediante las estrategias comunicativas utilizadas
- Mostrar empatía

4. Solución

- Pensamiento rápido para solucionar las necesidades del cliente
- Explicar mediante pasos sencillos los procedimientos

5. Despedida

- Asegurarse de haber resuelto sus necesidades
- Confirmar que se dio la atención adecuada

Fuente: Elaboración propia (2020)

La formación académica de las personas encuestadas en puestos de recepción va del grado de bachiller en educación media a superior, ocho personas tienen diplomado, 26 bachiller universitario y 16 licenciatura, distribuidos en puestos como asistencia, secretaría, plataforma, entre otros puestos. Según Paz (2005) de todas las actividades que relacionan la empresa con el cliente, constituye el servicio al cliente. A pesar de la formación académica con la que cuentan y el puesto que ocupan, no tienen conocimiento de la lengua de señas.

Del total de los encuestados, el 67% tienen más de 5 años laborando, es decir, cuentan con una estabilidad laboral; sólo el 25% tiene conocimiento para atender a la población con discapacidad auditiva; el 67% ha tenido la experiencia de atender un cliente con DA, aún sin tener el conocimiento para hacerlo. Es importante resaltar que las personas encuestadas muestran interés en recibir capacitaciones sobre diferentes estrategias comunicativas para la atención de clientes con esta condición personal.

Es importante mencionar que Bermúdez *et al.* (2011), clasifica las empresas como “privada, cuando el capital se encuentra en manos de accionistas particulares, pública cuando el capital es aportado por el Estado y en la mixta el capital es tanto de origen estatal como privado” (p.122). De total, el 67% son públicas, 28% privadas y 5% mixta. El gran porcentaje de las empresas pertenecen al sector público, sin embargo, todas tienen las mismas responsabilidades con la población con discapacidad y aún trabajan en las adecuaciones para respetar los derechos humanos y la inclusión social que es un tema primordial hoy. La concientización del personal que atiende en las distintas empresas se debe realizar por medio de talleres, charlas, foros y capacitaciones.

De las 25 empresas informantes, ocho se ubican en la provincia de Heredia y 17 en Alajuela, los cuales se dedican a la educación, cooperativismo, bien social, municipalidad, al comercio y mercadeo, servicios contables y financieros, salud, tecnología y servicios públicos. De acuerdo con el análisis de los resultados se llegan a las siguientes conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO VI
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Capítulo VI. Conclusiones y recomendaciones

En este capítulo se presentan las conclusiones de acuerdo con los objetivos de la investigación, la identificación de factores que intervienen en la comunicación de las personas de recepción con las personas con DA, la identificación de las estrategias comunicativas que se requieren en los puestos de recepción y definir las, con el fin de aportar en el proceso de inclusión. Además, se presentan las recomendaciones producto del estudio realizado.

Se identifican en los procesos de comunicación diferentes factores internos y externos que intervienen y dificultan la interacción comunicativa entre las personas que trabajan en los puestos de recepción y atención al cliente con personas clientes con discapacidad auditiva.

El factor que más interviene en la comunicación es la actitud de la persona que atiende, por ejemplo, la comprensión, la paciencia y la disposición para colaborar con la que tiene una discapacidad y que requiere de una atención preferencial. Sin embargo, la actitud del cliente también interviene en ese proceso, ambos deben tener la mejor actitud.

Debido a los factores que dificultan la interacción comunicativa, muchas de las personas con DA han decidido no acceder a los servicios que ofrecen las empresas e instituciones para no enfrentarse a las barreras en su comunicación. Al respecto, el Artículo 5 de la Ley 9822, indica: “Se considerará acto discriminatorio el impedir a una persona sorda que reciba información o se comunique en lengua de señas o en cualquier otra forma de comunicación que estas personas requieran...” (p. 12), por lo tanto, es necesario seguir trabajando en las mejoras y acondicionamiento para minimizar las barreras.

Desconocer los temas relacionados con poblaciones específicas impide encontrar soluciones a las necesidades individuales. Un alto porcentaje de las personas que trabajan en los puestos de recepción tienen poco conocimiento sobre la atención de clientes con discapacidad auditiva, a pesar de que la mayoría son trabajadores con más de cinco años en la misma empresa. Este factor externo puede deberse a la falta de sensibilización del personal o de las empresas sobre la

atención y derecho de accesibilidad de las personas con DA o la falta de capacitación y pasar de lado las disposiciones de la ley que buscan acondicionar los medios para una cultura inclusiva.

Otro factor que influye es el cambio social y edad de las personas. Con el transcurso de los años, el trabajo por los derechos de las personas con DA ha permitido más acceso a la educación, información y servicio, por lo tanto, las personas con DA de menor edad presentan menos dificultad para desarrollarse en la sociedad por medio de apoyo de herramientas tecnológicas para su comunicación, contrario a las personas con DA de mayor edad, en donde el trato y los derechos eran menos respetados o tratados con un enfoque clínico y no de derechos como hoy.

Por respeto a los derechos de las personas es importante conocer el término adecuado para referirse a ellos. De acuerdo con las leyes y las convenciones, es adecuado el término *persona con discapacidad auditiva*, sin embargo, depende de la cultura en la que se desarrolló o desarrolla, por ejemplo, algunos se identifican como personas sordas y otras como personas con baja audición.

Existen diferentes tipos y condiciones de discapacidad auditiva, de esto depende la comunicación asertiva, es decir no todas las personas con DA han recibido la misma la formación, educación o estimulación para comunicarse con el lenguaje de señas.

Asimismo, fortalecer las estrategias reconocidas y crear nuevas formas para mejorar la comunicación debe ser necesario para el profesional y dentro de la empresa e institución se debe iniciar con las acciones que faciliten la accesibilidad. Por ello, es importante tener, aplicar y hacer uso de las diferentes estrategias comunicativas para diferentes tipos de clientes y necesidades.

Con la investigación se pudo ampliar el conocimiento sobre la población con discapacidad auditiva, los mitos que existen, las barreras que enfrentan en la sociedad, cada vez se habla más de inclusión; sin embargo, se logra identificar que aún existen áreas por mejorar.

Los profesionales en puestos de recepción o atención al cliente tienen el reto de atender y ofrecer un servicio que satisfaga las necesidades de la diversidad de

clientes y su demanda, deben conocer diferentes estrategias y canales que faciliten la comunicación para que esta sea asertiva.

No contar con estrategias y conocimientos sobre los medios reconocidos de comunicación pueden hacer nula la interacción, aun cuando se trata del lenguaje de señas costarricense. Sin embargo, se pueden elaborar otras estrategias, como escribir el mensaje, contacto visual, ademanes y pantallas con subtítulos.

Con el pasar de los años, la inclusión social ha permitido a las personas con discapacidad auditiva, desarrollar habilidades comunicativas, el uso de herramientas tecnológicas, el acceso a la educación y servicios.

Con la investigación realizada se concluye la importancia que tiene trabajar temas de relevancia que visibiliza las necesidades de poblaciones específicas y que aporta conocimiento a los profesionales de la disciplina relacionado con los puestos primarios de las empresas e instituciones.

Este trabajo de investigación está inscrito al Proyecto de Investigación Análisis del Desarrollo Científico, Tecnológico e Innovación en los Procesos de Enseñanza-Aprendizaje en la Asignatura de tres Titulaciones de Licenciatura en Ciencias Sociales (Proyecto 0096-18) y a partir de este enlace de cooperación se presentó una ponencia, mediante comunicación oral en el I Congreso Internacional y VII Congreso Nacional en Educación Comercial: proceso de transformación curricular en función de la mejora continua sobre el tema: Las estrategias comunicativas que requieren las personas en puestos de recepción para la atención de clientes con discapacidad auditiva que está en proceso de publicación en la memoria del Congreso. Esta experiencia constituyó un reto profesional al presentar de forma oral una comunicación relativa al proceso investigativo que se estaba llevando a cabo y recibir observaciones durante el proceso de investigación fortaleció el proceso investigativo. Asimismo, el escribir la ponencia para publicar en la memoria enriqueció el marco teórico y el análisis de la información previo a la elaboración de este informe. Se adjunta la ponencia en extenso ([Anexo 10](#)).

Además, favoreció el crecimiento profesional de las personas investigadoras al adquirir nuevos conocimientos, la importancia de investigar y los retos que tiene

un profesional, estar formándose y capacitándose sobre las necesidades de la sociedad.

De acuerdo con lo anterior se realizan las siguientes recomendaciones:

1. Se recomienda a la Escuela de Secretariado Profesional incorporar en el plan de estudios cursos optativos u obligatorios sobre la atención de clientes con diferencias individuales como las personas con discapacidad auditiva, para mejorar los procesos de la comunicación, y que los factores que intervienen no modifiquen el mensaje y satisfaga las necesidades del cliente, permitiéndole a la persona con discapacidad auditiva el derecho al acceso de servicios e información.
2. Incluir el lenguaje de señas costarricense (LESCO) como un requisito durante la carrera, ya que es necesario ampliar el conocimiento para que formen profesionales que sean capaces de dar soluciones rápidas a cualquier persona sin que infiera su condición.
3. Se recomienda a los estudiantes investigar temas de interés actual sobre nuevos retos que deben enfrentar los profesionales en Administración de Oficinas y que son de gran valor para la disciplina, estudios como la atención de diferentes clientes en general, la legislación sobre los derechos a la comunicación y servicios, estudios sobre las adecuaciones en los lugares de trabajo para la atención de poblaciones que requieren de atención específicas y las habilidades blandas de comunicación en el servicio al cliente. Los profesionales deben prepararse para resolver dificultades que se presenten en diversas situaciones, mediante autocapacitaciones sobre la discapacidad.
4. Las personas con discapacidad auditiva perciben la actitud con que son atendidas cuando acuden a un servicio público o privado, así que se recomienda a los profesionales en Administración de Oficinas trabajar las habilidades blandas como fundamento para la atención al cliente, ya que es

importante que el personal en puestos de recepción y atención al cliente tenga la capacidad de manejar diferentes situaciones que se presentan en el servicio que ofrece, por ello es importante el control de emociones para que las actitudes negativas no influyan en los procesos comunicativos y en el servicio al cliente.

5. Se recomienda al personal en puestos de recepción y atención al cliente de las diferentes empresas, fortalecer la comunicación visual y vocalizar correctamente para facilitar la comprensión, la interacción y el vínculo con el cliente. Otra estrategia es usar la comunicación escrita, ya que muchas de las personas con discapacidad auditiva saben leer, tomando en cuenta el uso de sinónimos, ya que esta población no tienen un amplio lenguaje y pueden no comprender el mensaje.
6. Es importante desarrollar habilidades de comprensión, disposición para mostrar actitud positiva y tranquilidad para entender que el cliente merece un servicio efectivo para resolver sus necesidades.
7. Se recomienda a las entidades responsables, dar seguimiento a leyes, directrices y programas de inclusión de las personas con discapacidad para que puedan desarrollar habilidades comunicativas y puedan interactuar con las demás personas sin que su condición se lo limite, es decir, crear una cultura más inclusiva, además, crear programas de apoyo para las personas mayores para que puedan desarrollarse en la sociedad como lo hacen los más jóvenes, quienes tienen una formación académica que facilita su desarrollo.
8. Se recomienda a las empresas e instituciones capacitar al personal y sensibilizar sobre la importancia de conocer la discapacidad del cliente. Es importante la capacitación en foros acerca de las estrategias comunicativas para la atención de condiciones individuales de los clientes. La

sensibilización en el tema de la discapacidad en general es muy importante, independientemente del tipo de discapacidad, se debe actuar con empatía hacia las demás personas ofreciendo un servicio igualitario, respeto y con amabilidad.

9. Se recomienda a la población en general el uso del término *persona con discapacidad auditiva* para referirse a esta población, porque primero son personas y luego se indica el tipo de discapacidad que presenta, de acuerdo con las convenciones. Son ofensivos o discriminatorios el uso de términos como sordomudos, pobrecitos, especiales, entre otros.

De acuerdo con lo anterior y los resultados de esta tesis se proponen las siguientes líneas de investigación: la legislación sobre el derecho a la comunicación y servicio oportuno y eficiente; la aplicación de las estrategias comunicativas en los puestos de recepción con el propósito de adecuar el lugar para la diversidad de clientes, y la importancia del estudio de las habilidades blandas en el servicio al cliente con calidad para todos.

Referencias

- Arnau Ripollés, M. y Toboso Martín, M. (2008). La discapacidad dentro del enfoque de capacidad y funcionamientos de Amartya Sen. *Revista Iberoamericana de Filosofía, Política y Humanidades*. 10(20),64-94.
- Asamblea Legislativa. (2020). Reconocimiento y promulgación de la lengua de señas costarricense, Ley 9822. Gaceta 173. Imprenta Nacional.
- Asamblea Legislativa. (2008). Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad y su protocolo, Ley 8661. Gaceta 187. Imprenta Nacional.
- Asamblea Legislativa (2001). Garantiza el Cumplimiento de los Derechos de las Personas con Discapacidad y Mejorar su Calidad de Vida. Directriz No.27. Gaceta 21. Imprenta Nacional.
- Asamblea Legislativa. (1996). Igualdad de Oportunidades para personas con discapacidad, Ley 7600. Gaceta 102. Imprenta Nacional.
- Asesoría y Consultoría en Discapacidad (2014). Tipos de discapacidad. <https://www.ascodicr.com/>
- Asfora, A. (7 septiembre 2015) Metacomunicación. *Revista Trazos Universitarios*. <http://revistatrazos.ucse.edu.ar/index.php/2015/09/07/metacomunicacion/>
- Asociación de Familias y Personas Sordas. (26 de mayo de 2020). ASPAS-VALENCIA. <https://aspasvalencia.com/>
- Barrantes Echavarría, R. (1992). *La investigación: un camino al conocimiento*. Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Barrero Espinoza, C., Bohórquez Agudelo, L. y Mejía Pachón, M. (2011). La hermenéutica en el desarrollo de la investigación educativa en el siglo XXI. *Itinerario educativo*, 25 (57), 101-120.
- Bermúdez Mora, J., Alonso Bajo, R., Millán López, N., Araya Muñoz, I., Sánchez Alvarado, I., Ramírez Alfaro, H., Vargas Calvo, M., y Sánchez Rodríguez, G. (2011). *Gestión del conocimiento en la administración de oficinas. Conceptos, modelos y estudios de casos*. Dínamo innovador.

- Calero Fernández, M. (2012). Deficiencia auditiva. *Revista Digital para Profesionales de la enseñanza*, (18), 1-8.
<https://www.feandalucia.ccoo.es/docuipdf.aspx?d=8984&s=>
- Campos Varela A. L., y Cartín Salas, M. (2007) *Factores que favorecen o limitan el acceso de personas con discapacidad visual o auditiva al sistema educativo regular en la educación técnica* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Costa Rica].
http://www.opac.una.ac.cr/F/Y4P2DREE627IHPIJ6158SHHLCXEFT3SUNJ76T977BIHHI44BC5-07110?func=full-set-set&set_number=001858&set_entry=000007&format=999
- Chaves Castro, C., y Camacho Alfaro, U. (2012) *Sistema de información Web para facilitar un proceso de información e interacción de la Lengua de Señas Costarricense LESCO en la Universidad Nacional* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Costa Rica].
http://www.opac.una.ac.cr/F/Y4P2DREE627IHPIJ6158SHHLCXEFT3SUNJ76T977BIHHI44BC5-08693?func=full-set-set&set_number=001880&set_entry=000001&format=999
- Confederación Estatal de Personas Sordas. (s.f). *Accesibilidad: La supresión de las barreras de comunicación*.
http://www.cnse.es/inmigracion/index.php?option=com_content&view=category&id=19&Itemid=236&lang=es
- Contreras Sierra, E. (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. *Revista científica. Pensamiento y Gestión*, (35),152-181.
<http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/6115/3518>
- Corra, Y. (2009). Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación para la recolección de datos. *Revista Ciencias de la Educación*, 19(33), 228-247.
<http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/revista/n33/art12.pdf>
- Cortés, C. (2003). Comunicación y metacomunicación: Redefiniendo una relación axiomática. PSYKHE. *Revista de la Escuela de Psicología de la Pontificia*.

Universidad Católica de Chile, 12(1), 65-71.
<http://www.psykhe.cl/index.php/psykhe/article/view/334/314>

Del Castillo, C. C. y Olivares Orozco, S. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F, Mexico: Grupo Editorial Patria

Del Valle Hasbun, D. (2016). Consideraciones sobre el secretariado. *Hoy en el TEC*.
<https://www.tec.ac.cr/hoyeneltec/2016/04/26/opinion-consideraciones-secretariado>

Diago Franco, F. E. (2012). Pincelazos del servicio al cliente: un estilo de vida. Editorial Politécnico Grancolombiano

Fernández, I. (2007). Inteligencia emocional. Comunicación asertiva.
<http://www.blogseitb.com/inteligenciaemocional/2007/06/02/comunicacion-asertiva/>

Flores Fahara, M. (2004). Implicaciones de los paradigmas de investigación en la práctica educativa. *Revista Digital Universitaria*, 5(1), 2-9.
https://www.revista.unam.mx/vol.5/num1/art1/ene_art1.pdf

Flick U. (2004). *Introducción a la Investigación Cualitativa*. Ediciones Morata S.L. Madrid.
[file:///C:/Users/Dell/Downloads/Introducci n a la investigaci n cualitativa %20\(3\).pdf](file:///C:/Users/Dell/Downloads/Introducci%20n%20a%20la%20investigaci%20n%20cualitativa%20(3).pdf)

Fonseca Yerena, M. (2005). *Comunicación Oral. Fundamentos y práctica estratégica*. México: Editorial. Pearson Educación.

Franklin Fincowsky, E. (1998). *Organización de empresas, análisis, diseño y estructura*. México: Editorial McGraw-Hill.

Fundación Jesuites Educación (2018). ¿Qué es la comunicación no verbal y cuáles son sus canales?. <https://fp.uoc.fje.edu/blog/que-es-la-comunicacion-no-verbal-y-cuales-son-sus-canales/>

Fundación Sordos con vos (2014). Nuestra fundación.
<http://www.sordosconvos.org/fundacion.html>

García, D. y Campa, S. (s.f). *Tipos de clientes según su comportamiento*. Globalkam. <https://globalkamconsultoresretail.com/tipos-de-clientes/>

- García Muñoz, T. (2003). El cuestionario como instrumento de investigación/evaluación. España.
http://www.univsantana.com/sociología/El_Cuestionario.pdf
- González Gil, T. y Cano Arana, A. (2010). Introducción al análisis de datos en investigación cualitativa: concepto y características (I). *NURE Investigación*. (44).
<https://www.nureinvestigacion.es/OJS/index.php/nure/article/view/476/465>
- Guzmán Muñoz, S. (26 de febrero 2010). Mi definición de la Administración de Oficinas. [mensaje en un blog].
<http://wwwadministraciondeoficinas.blogspot.com/2010/02/blog-post.html>
- Hamui Sutton, A., Varela Ruiz, M. (2012). La técnica de grupos focales. *Investigación en Educación Médica*, 2 (1), 55-60. <https://www.elsevier.es/es-revista-investigacion-educacion-medica-343-articulo-la-tecnica-grupos-focales-S2007505713726838>
- Henriquez, G. (18 mayo 2020). *Conoce la importancia de los clientes internos y externos en tu empresa*. Latinentrepreneur.
<https://latinentrepreneur.co/free/clientes-internos-y-externos/>
- Hernández, M. (2015). El Concepto de Discapacidad: De la Enfermedad al Enfoque de Derechos. *Rev. CES Derecho*, 6(2), 46-59.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de Investigación*. (7 edición). Editorial McGraw-Hill.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de Costa Rica. (2019). Encuesta Nacional sobre Discapacidad 2018.
- Kerlinger, Fred y Lee, Howard. (2002). *Investigación del Comportamiento. Métodos de Investigación en Ciencias Sociales*. Editorial McGraw-Hill.
<https://padron.entretemas.com.ve/INICC2018-2/lecturas/u2/kerlinger-investigacion.pdf>
- Kitzinger, Jenny. (1995). Qualitative Research: Introducing Focus Groups. *BMJ (Clinical research ed.)*. 311. 299-302.
- Londoño, M. (2004) Guía para la secretaria ejecutiva. 2 edición. Manual de comunicación escrita y atención telefónica en la empresa.

https://books.google.co.cr/books?id= ZZToZkYNzEC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

López y Sandoval .(s.f). Método y Técnicas de Investigación Cuantitativa y Cualitativa. https://pics.unison.mx/wp-content/uploads/2013/10/1_Metodos_y_tecnicas_cuantitativa_y_cualitativa.pdf

https://pics.unison.mx/wp-content/uploads/2013/10/1_Metodos_y_tecnicas_cuantitativa_y_cualitativa.pdf

Loría Meneses, R. (2011). *Comunicación oral y escrita. Guía de estudio*. Editorial Universidad Estatal a Distancia. <https://www.uned.ac.cr/ecsh/images/documentos/LitGrama/guiADIDActica-709-2012-3.pdf>

Machado, M. y Rodríguez Sánchez, O. (2020). *Comunicación oral y escrita en la empresa*. UF0521. Editorial Tutor Formación.

Marín Arias, M. (2004). *Alumnos con necesidades educativas especiales*. San José: EUNED.

https://books.google.co.cr/books?id=T_DDoMQERkAC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Martínez Carrasco, R. D. (2011). *Investigación comercial: técnicas e instrumentos*. Madrid, Spain: Editorial Tébar Flores.

Masaya Pérez, Lester (2017) *Comunicación verbal y no verbal un enfoque neuronal*. [Tesis de Licenciatura]. Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala, GT.

http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_1553.pdf

Meléndez Roja, R. (2018). Educación inclusiva y discapacidad en Costa Rica: una perspectiva desde las políticas públicas. *Revista Scielos*, 18 (2), 1-27.

<https://www.scielo.sa.cr/pdf/aie/v18n2/1409-4703-aie-18-02-484.pdf>

Ministerio de Educación de Chile. (2007). *Guía de apoyo técnica-pedagógica: Necesidades educativas especiales en el nivel de educación parvulario*. Santiago, Chile: MINEDUC. i

Ministerio de Educación Pública. (2004). *Módulo: Incorporación a la familia en aspectos que favorecen el proceso de enseñanza aprendizaje*. División de

- Desarrollo Curricular. Departamento de Orientación y Vida Estudiantil. San José. 3° Edición.
- Olvera López, A., Fortoul van der Goes, T. y Sánchez Mendiola, M. (2018). El contacto visual. *Revista de la facultad de medicina de la UNAM*, 61(6), 55-56.
- Organización Mundial de la Salud. (2011). Informe Mundial Sobre la Discapacidad. Ginebra: Publicaciones de la Organización Mundial de la Salud
- Organización Mundial de la Salud. (marzo de 2015). Organización Mundial de la Salud. <https://www.who.int/features/factfiles/deafness/es/>
- Organización Panamericana de la Salud. (2004). La discapacidad en Costa Rica: Situación actual y perspectivas/Organización Panamericana de la Salud, Ministerio de Salud
- Padilla Muñoz, A. (2010). Discapacidad: concepto y modelos Internacionales Law. *Revista Colombiana de Derecho Internacional*. (16). 381-414.
- Palomo Martínez, M. (2014). *Atención al cliente*. Ediciones Piraninfos, S.A. https://books.google.co.cr/books?id=WWWgBwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Paz Couso, R. (2005). *Servicio al cliente: la comunicación y la calidad del servicio al cliente*. Ideaspropias Editorial.
- Peña Bonilla, M. (2019). La gente cree que las personas sordas no pueden bailar. <https://www.ucr.ac.cr/noticias/2019/12/11/la-gente-cree-que-las-personas-sordas-no-pueden-bailar.html>
- Pereira Rodríguez, A. (2005). El subtitulado para sordos: estado de la cuestión en España. *Quaderns. Revista de traducció*, (12), 161-172.
- Picado S. M (2016) ¿Cómo comunicarse con las personas sordas? *Hoy en el TEC*. <https://www.tec.ac.cr/hoyeneltec/2016/04/13/opinion-comunicarse-personas-sordas>
- Quispe Pari, D. y Sánchez Mamani, G. (2011). Encuestas y Entrevista en Investigación Científica. *Revista de Actualización Clínica*, 10. 490-494 http://www.revistasbolivianas.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2304-37682011000700009&lng=es&nrm=iso

- Ramírez Caro, J. (2011) *Cómo diseñar una investigación académica*. Montes de María Editores.
- Ramos Ramos, P. (2015). *Atención al público y técnicas de comunicación*. Editorial ICB.
- Retana Castro, P. (2011). Aproximación a la lengua de señas costarricense (LESCO). *Revista de Filología y Lingüística de la Universidad de Costa Rica*, 37(2), 137-146. <https://doi.org/10.15517/rfl.v37i2.6427>
- Rojas Soriano, R. (2008) *Guía para realizar investigaciones sociales*. Plaza y Valdés Editores
- Saborío Jiménez, E. (2009) *La importancia de la inclusión de los estudiantes sordos de las aulas integradas de Audición y Lenguaje, al ambiente cultural de la escuela regular en la Escuela Juan Rafael Meoño en Alajuela* [Tesis de maestría]. Facultad de educación, Universidad Estatal a Distancia, C.R
- Kuhn, S.T. (1962). *The structure of scientific revolutions*. Chicago University. <https://books.google.co.cr/books?id=zTHGRpJ4dYAC&lpg=PA1&dq=La%20estructura%20de%20las%20revoluciones%20cient%C3%ADficas&pg=PT91#v=onepage&q&f=false>
- Tamayo, A. (2016). Subtitulación para personas sordas: metodología de aprendizaje-servicio en el aula de traducción audiovisual. *Íkala, Revista de Lenguaje y Cultura*, 21(3), 327-342. DOI: 10.17533/udea.ikala.v21n03a06
- UNA Transparente. (2017). *Talento Humano: Manual de puestos*. Universidad Nacional. <https://documentos.una.ac.cr/bitstream/handle/unadocs/8756/COMPENDIO%20DE%20PERFILES%20DE%20CARGOS%20ADMINISTRATIVOS%201062018.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Villafuerte Coello, I. (2012). *Oratoria*. Red Tercer Milenio. <http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Oratoria.pdf>
- Woodward, J. (1992). Historical Bases of New Costa Rican Sign Language. *Revista de filología y lingüística de la Universidad de Costa Rica*, 18(1), 127-132.

Anexos

Anexo 1. Informe de validación de encuesta para personas en puestos de recepción y atención al cliente.

Anexo 2. Encuesta para personas en puestos de recepción y atención al cliente (cuestionario Google forms).

Anexo 3. Informe de validación de entrevista a profesionales en discapacidad auditiva.

Anexo 4. Guía de entrevista para profesionales en discapacidad auditiva

Anexo 5. Informe de validación de grupo focal para personas con discapacidad auditiva

Anexo 6. Guía para grupo focal

Anexo 7. Informe de validación de entrevista a profesionales en comunicación

Anexo 8. Guía de entrevista para profesionales en comunicación

Anexo 9. Tabla de informantes de encuesta aplicada a personas en puestos de recepción y atención al cliente.

Anexo 10. Ponencia sobre las estrategias comunicativas que requieren las personas en puestos de recepción para la atención de clientes con DA.

Enlace para acceder a los anexos:

<https://drive.google.com/drive/folders/14HZE2V7JvIXct7fvG1q8VBQWGgYrneEn?usp=sharing>