

CUADERNOS DE INVESTIGACIÓN

4

Franklin Gallegos Erazo
Rafael Iturralde Solórzano
Margarita León García
Verónica Rodríguez Basantes



COMUNICACIÓN NO VERBAL Y LA PERCEPCIÓN EN EL CAMPO DE LOS NEGOCIOS

Darwin Ordoñez Iturralde
Coordinador



DEPARTAMENTO DE
INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA,
TECNOLÓGICA E INNOVACIÓN

Cuadernos de Investigación 4

Comunicación No Verbal y La Percepción en el Campo de los Negocios

Ph.D Darwin Ordoñez Iturralde
Coordinador



DEPARTAMENTO DE
INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA
TECNOLÓGICA E INNOVACIÓN

Comunicación No Verbal y la percepción en el Campo de los Negocios

Ph.D Darwin Ordoñez Iturralde
Coordinador

Ph.D Franklin Antonio Gallegos Erazo

Ph.D Rafael Alberto Iturralde Solórzano

Ph.D Margarita León García

Mg. Verónica Violeta Rodríguez Basantes

Los autores ejercen la calidad de docentes de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.



DEPARTAMENTO DE
INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA,
TECNOLÓGICA E INNOVACIÓN

Ph.D Darwin Ordoñez Iturralde, *Director*

Tcnlga. Judith Garay Cárdenas, *Analista Técnica de Proyectos*

Lcda. Karen Mosquera Galarza, *Analista Técnica de Proyectos*

Lcda. Tania Feijoo Cango, *Asistente*

Coordinadores de Línea de Investigación

Ph.D Franklin Gallego Erazo, *Facultad de Administración*

Ph.D Adriam Camacho Domínguez, *Facultad de Ciencias Sociales y Derecho*

Ph.D Ida Hernández Ciriano, *Facultad de Educación*

Ph.D Eliana Contreras Jordán, *Facultad de Ingeniería, Industria y Construcción*

De esta edición:

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, ULVR © 2019



edilaica@ulvr.edu.ec

Av. de las Américas #70, frente al Cuartel Modelo

Guayaquil, Ecuador

PBX: (00-593-4) 259-6500, extensión 195

Cuadernos de Investigación 4. Comunicación No Verbal y la percepción en el Campo de los Negocios.

Primera Edición: 15 de noviembre de 2019

ISBN: 978-9942-920-64-5

eISBN: 978-9942-920-65-2

Derecho de autor: GYE-011071

Depósito Legal: GYE-000288

Tiraje: 100 ejemplares

El libro *Cuadernos de Investigación 4. Comunicación No Verbal y la percepción en el Campo de los Negocios*, fue arbitrado por el Departamento de Investigación Científica, Tecnológica e Innovación y la Editorial de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, bajo la metodología *double peer review*.

Clasificación JEL:

O Desarrollo económico, cambio tecnológico y crecimiento.

O3 Cambio tecnológico; Investigación y desarrollo (I+D).

O30 Generalidades.

Palabras clave:

Comunicación, Comunicación no verbal, Técnica de comunicación, Empresa.

Key words:

Communication, Nonverbal Communications, Communications skills, Enterprises.

Diseño y diagramación: Econ. Patricia Navarrete Zavala / Inavarretez@ulvr.edu.ec

Portada: Lcdo. en Dis. Gráf. Andrés Avilés Zavala / aavileszav@ulvr.edu.ec

Queda rigurosamente prohibido, sin la autorización escrita de los titulares del Copyright, bajo las sanciones establecidas en leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, y la distribución de ejemplares de ella mediante alquiler o préstamo públicos.

El contenido de este libro puede ser utilizado, citando la fuente, de acuerdo a las Normas APA 6a. edición:

Referencia del libro completo:

Ordoñez-Iturralde, D. (Coord.). (2019). *Cuadernos de Investigación 4. Comunicación No Verbal y la percepción en el Campo de los Negocios*. Guayaquil, Ecuador: Editorial ULVR.

Referencia del Capítulo 1:

Gallegos, F., Iturralde, R., León, M. y Rodríguez, V. (2019). La formación en Comunicación No Verbal: Abordaje teórico. En D. Ordoñez-Iturralde (Coord.). *Cuadernos de Investigación 4. Comunicación No Verbal y la percepción en el Campo de los Negocios* (pp. 27-48). Guayaquil, Ecuador: Editorial ULVR.

Referencia del Capítulo 2:

Gallegos, F., Iturralde, R., León, M. y Rodríguez, V. (2019). Características de la formación en Comunicación No Verbal de los estudiantes de Ingeniería Comercial. En D. Ordoñez-Iturralde (Coord.). *Cuadernos de Investigación 4. Comunicación No Verbal y la percepción en el Campo de los Negocios* (pp. 49-76). Guayaquil, Ecuador: Editorial ULVR.

Referencia del Capítulo 3:

Gallegos, F., Iturralde, R., León, M. y Rodríguez, V. (2019). Propuesta e implementación de acciones para el mejoramiento de la formación en Comunicación No Verbal de los estudiantes de Ingeniería Comercial. En D. Ordoñez-Iturralde (Coord.). *Cuadernos de Investigación 4. Comunicación No Verbal y la percepción en el Campo de los Negocios* (pp. 77-94). Guayaquil, Ecuador: Editorial ULVR.

Presentación

La Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil (ULVR), viene apostando a la mejora de la calidad académica de la institución a través del impulso –y financiamiento– de proyectos de investigación con resultados que aporten a la sociedad en general.

La investigación científica es uno de los ejes fundamentales de la Educación Superior en el Ecuador, por esta razón se la considera como un elemento sustantivo del quehacer universitario. Ya no se puede concebir a la educación superior sin su rol en la investigación y sin que ésta responda a las necesidades de la sociedad, y a su zona de influencia.

La ULVR a través del Departamento de Investigación Científica, Tecnológica e Innovación, desarrolla investigaciones cuyos resultados se publican en la colección *Cuadernos de Investigación*, como un medio de transferencia del conocimiento, a través del cual los resultados de las investigaciones, enmarcadas en los dominios y líneas de investigaciones institucionales, son evidenciados.

Hasta la fecha se han publicado tres volúmenes:

Cuaderno de Investigación 1: Compendio 2018

Cuaderno de Investigación 2: Radio, Universidad y Comunidad: Desafíos en el contexto ecuatoriano.

Cuaderno de Investigación 3: Micro negocios familiares en el desarrollo sostenible del sector turístico. Caso Guayaquil y sus sectores aledaños.

En este cuarto número *Comunicación no verbal y la percepción en el campo de los negocios*, se explora la literatura que aborda el conocimiento de la comunicación y comunicación no verbal, los elementos, componentes y aspectos paralingüísticos, proxémicos, kinésicos, cronémicos, normas de conducta consideradas dimensiones de la comunicación no verbal. La obra no se limita a presentar el abordaje teórico ya estudiado, sino que investiga la percepción del mercado laboral con relación a este tipo de comunicación, la importancia de entender que los negocios y las actividades y labores que emplean la comunicación no verbal de forma cotidiana en las cuales, comprender este lenguaje, se vuelve de vital importancia para cerrar negocios o solucionar aspectos relevantes a la estructura de grupos, de socialización y de interacción social dentro de las empresas.

En el abordaje teórico de la formación en comunicación no verbal que se desarrolla en el capítulo 1, los autores demuestran ampliamente los aspectos fundamentales que sustentan este tema y –a través de un profundo estudio– dan a entender cómo se estructura este grupo de relaciones sociales e interpersonales, así como los antecedentes históricos de la comunicación vista como un proceso –y claramente explicada en el documento–, los componentes de los medios no verbales en la comunicación –detallados y sustentados– por medio de un estudio concienzudo de investigaciones previas, plasmando los resultados con un lenguaje claro para el lector no especializado.

En el capítulo 2, como parte del proyecto de investigación *per se*, presentan la caracterización de la formación en comunicación no verbal en los estudiantes de Ingeniería Comercial, y mediante un diagnóstico basado en métodos: histórico-lógico, inductivo-deductivo, se operacionaliza este trabajo en 5 dimensiones de estudios cada una con su indicador. Dimensiones que dan al grupo de investigación la capacidad de contar con un resultado base sobre la formación que reciben los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial sobre comunicación no verbal y la importancia percibida por parte de los empleadores de esta formación. Durante el desarrollo de este capítulo, los autores dejan evidenciado los resultados obtenidos presentando cifras que corroboran el planteamiento inicial de su trabajo.

Una propuesta de acciones de mejora en la formación en comunicación no verbal es lo que se puede leer en el capítulo 3, que describe la propuesta que se aplicará a los estudiantes de la carrera mencionada, sus componentes y acciones, y los

mecanismos de evaluación asociados a la medición de los resultados. Una serie de talleres, exposiciones, trabajos grupales y de proyección escénica, juegos de roles, entre otras actividades, se presentan como parte del abordaje metodológico que permitiría alcanzar las competencias en comunicación no verbal como parte de la formación de los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial.

A este libro producto del proyecto de investigación IC-ULVR-14-31, hay que considerarlo en toda su dimensión como un valioso aporte a la necesidad de implementar la forma de tratar temática en los estudiantes, no sólo de la carrera de Ingeniería Comercial sino también de las diversas carreras que se ofertan porque aprender, entender y transmitir un mensaje correcto mediante un lenguaje no verbal se hace cada vez necesario en las actividades cotidianas desde cualquier profesión.

Ph.D Darwin Ordoñez Iturralde

*Director del Departamento de Investigación Científica, Tecnológica e Innovación
Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil*

Índice

■ PRÓLOGO	19-21
■ INTRODUCCIÓN	23-26
■ CAPÍTULO 1	
La Formación en Comunicación No Verbal: Abordaje teórico	
Objetivos del capítulo 1	29
La Formación en Comunicación No Verbal: Abordaje teórico	31
Antecedentes del estudio de la formación en Comunicación No Verbal	32
Surgimiento del concepto de Comunicación No Verbal	35
La Comunicación No Verbal en el ámbito profesional. Definición y características	38
La paralingüística como característica de la Comunicación No Verbal	39
La kinésica como característica de la Comunicación No Verbal	42
La proxemia como característica de la Comunicación No Verbal	45
La cronemia como característica de la Comunicación No Verbal	45
Las normas sociales de conducta como característica de la Comunicación No Verbal	46
La Formación en Comunicación No Verbal. Definición y características	47
Conclusión	48
■ CAPÍTULO 2	
Características de la formación en Comunicación No Verbal de los estudiantes de Ingeniería Comercial	
Objetivos del capítulo 2	51
Caracterización de la Formación en Comunicación No Verbal en los estudiantes de Ingeniería Comercial	53
La Formación en Comunicación No Verbal: Variable de la investigación. Su operacionalidad	53
Metodología empleada en el estudio de campo	54
Presentación de los resultados del trabajo de campo	59
Criterio 1: Importancia y significación de la Comunicación No Verbal en la selección de trabajadores	59
Resultados obtenidos en la encuesta a empleadores	59

Resultados del grupo focal con empleadores	60
Criterio 2. Cómo se tiene en cuenta en la selección del personal a la Formación en Comunicación No Verbal	63
Criterio 3: La Formación en Comunicación No Verbal de Ingenieros Comerciales	64
Resultados obtenidos en las observaciones áulicas	64
Resultados obtenidos en la encuesta a docentes	66
Resultados obtenidos en la encuesta a estudiantes	68
Resultados obtenidos en la encuesta a empleadores	70
Resultados de las entrevistas a Autoridades de la Carrera	73
Conclusión	74

Capítulo 3

Propuesta e implementación de acciones para el mejoramiento de la formación en Comunicación No Verbal de los estudiantes de Ingeniería Comercial

Objetivos del capítulo 3	79
Propuesta e implementación de acciones para el mejoramiento de la Formación en Comunicación No Verbal de estudiantes de Ingeniería Comercial	81
Descripción de la propuesta de acciones para el mejoramiento de la Formación en Comunicación No Verbal	81
Propuesta de acciones. Componentes y relaciones	83
Puesta en práctica de las acciones. Análisis de su viabilidad	84
1. Etapa de sensibilización, orientación y preparación	84
2. Etapa de proyección conjunta de metodologías de enseñanza-aprendizaje favorecedoras de la formación en Comunicación No Verbal	86
3. Etapa de ejecución, seguimiento y evaluación de las acciones	87
4. Etapa de cierre y rediseño de metodologías	90

Conclusiones

95 - 96

Recomendaciones

97 - 98

Referencias

99 - 102

Anexo 1. Entrevista a Especialista en Comunicación	103
Anexo 2. Guía de observación al proceso de enseñanza-aprendizaje	107
Anexo 3. Encuestas aplicadas a Docentes, Estudiantes y Empleadores	109
Anexo 3.1 Encuesta dirigida a Empleadores	109
Anexo 3.2. Encuesta dirigida a Estudiantes acerca de su Formación en Comunicación No Verbal	114
Anexo 3.3. Encuesta dirigida a Docentes sobre Formación en Comunicación No Verbal de los estudiantes, futuros Ingenieros Comerciales	116
Anexo 4. Entrevistas a Directivos de la Carrera	118
Anexo 5. Procedimientos para cálculos de muestras	120
Anexo 6. Criterio 1. Resultados de las encuestas a empleadores	122
Anexo 7. Transcripción de lo acontecido en el grupo focal con empleadores.....	124
Anexo 8. Criterio 2: Resultados de la encuesta a empleadores	127
Anexo 9. Criterio 3: Niveles de Formación en Comunicación No Verbal de los futuros Ingenieros Comerciales	129
Anexo 9.1 Resultados obtenidos de las observaciones áulicas	130
Anexo 9.2 Resultados obtenidos en la encuesta aplicada a docentes	131
Anexo 9.3 Resultados obtenidos en la encuesta aplicada a estudiantes	132
Anexo 9.4 Resultados obtenidos en la encuesta aplicada a empleadores	133
Anexo 10. Entrevistas realizadas a Directivos de Carrera	134
Anexo 11. Resultados de la triangulación metodológica de cada una de las dimensiones y de la variables	136
Anexo 12. Rúbrica para evaluar la comunicación no verbal en presentaciones orales: Exposición, Disertación, Ponencia, Conversatorio, Debate y otros	138
Anexo 13. Tabulación de datos de las encuestas dirigidas a estudiantes.	
Diagnóstico inicial: 7mo. Semestre	141
Diagnóstico final: 8vo. Semestre	142

Prólogo

La elaboración de este libro es el resultado de un año y medio de trabajo, profundizando en un tema no abordado hasta el momento como Proyecto de Investigación en la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil. El libro constituye un compendio de todas las tareas investigativas desarrolladas por nuestro colectivo.

La gestión del proyecto se orientó inicialmente al diseño del mismo en todos sus componentes siendo uno de los primeros la elaboración de la nota conceptual y presentación de la versión final de la misma. La profundización teórica, en lo relacionado a la literatura general y especializada acerca de la comunicación y la Comunicación No Verbal, fue un aspecto de vital trascendencia a lo largo de todo el proyecto ya que se considera base al momento de fundamentar el mismo. En esta etapa se lograron precisar los antecedentes en estudios que abordaban la Comunicación No Verbal, así como los elementos componentes de los medios no verbales en la comunicación, alcanzando inicialmente una adecuada profundización en los aspectos paralingüísticos, proxémicos, kinésicos, cronémicos y en las normas sociales de conducta que consideramos dimensiones de la Comunicación No Verbal.

Posterior a la organización de la base teórica, un punto que requirió mucho enfoque fue la determinación de los criterios que se debían investigar respecto a la percepción del mercado laboral acerca de la formación en Comunicación No Verbal. Del mismo modo, y con base en la fundamentación teórica, la determinación de las dimensiones e indicadores que caracterizan la formación en Comunicación No

Verbal adquirieron gran relevancia como plataforma de lanzamiento o punto de partida en lo que restaba del proyecto.

La participación activa y frecuente en congresos fue un aspecto que siempre estuvo presente a lo largo del proyecto, actividad que no solo sirvió como parte de la transferencia de los resultados de los avances logrados, sino que también fue importante al momento del intercambio de puntos de vista y enriquecimiento respecto a aspectos que mejoraron la calidad de este trabajo y a su vez permitieron pasar revista al cumplimiento de las metas planteadas desde nuestras diversas y diferentes realidades.

La profundización teórica realizada llevó a perfeccionar los indicadores, así como se convirtió en la base para la elaboración de la guía de entrevista a versados en comunicación, la cual tenía como finalidad la obtención de la opinión de estos expertos respecto a las características de la Comunicación No Verbal en general y, particularmente, de los egresados universitarios con énfasis en los ingenieros comerciales, así como, las acciones que deben emprenderse desde el proceso de enseñanza-aprendizaje para la formación de los futuros profesionales.

El mercado laboral representa, dentro de esta investigación, una de las dimensiones más importantes a considerar, sino la más importante, debido a su trascendencia práctica para el futuro profesional. Es por esto que mencionábamos a la comunicación como un conjunto de relaciones sociales e interpersonales, como forma de expresión de estas y en estrecha relación con la actividad conjunta permite considerar a la comunicación como parte de la misma actividad vital material de los individuos dentro de su ambiente laboral.

Uno de los aspectos relevantes encontrados fue la dificultad para mantener al equipo de auxiliares de investigación, lo cual generó una experiencia que deseamos poner a consideración de futuras investigaciones. Inicialmente se recurrió a estudiantes de niveles intermedios y avanzados de la carrera lo cual no fue para nosotros la mejor decisión por cuanto pudimos evidenciar que a lo largo de los primeros tres meses del proyecto estos estudiantes buscaban otros objetivos como el de obtener un trabajo fijo a tiempo completo.

Por este motivo nos replanteamos el perfil de nuestros ayudantes de investigación y optamos por reconfigurar el equipo de auxiliarles dando la oportunidad a

estudiantes de los primeros semestres quienes hasta el momento se han mostrado más colaborativos e interesados en el desarrollo del proyecto.

Se realizaron entrevistas a empleadores del mercado laboral a fin de establecer la necesidad real de dicho sector respecto a los profesionales que se demandan particularmente en el aspecto de comunicación, ya que se la considera base en la transacción de negocios y relaciones empresariales con impacto directo en la productividad empresarial, sus ventas e ingresos.

La transferencia de resultados se evidenció a lo largo del trabajo de investigación, particularmente a través de la participación en congresos nacionales e internacionales en los cuales se pudieron socializar los avances y resultados, obteniendo a su vez retroalimentación por parte de expertos profesionales y docentes del área o relacionados, lo que nos permitió en el camino hacer modificaciones e incluyendo elementos que eventualmente no hubieran sido considerados y que aportaron en gran medida al producto final.

Todos estos aspectos, tratados con rigor científico, están recogidos en este libro que ponemos a consideración de los lectores de la comunidad laica, con la seguridad de que servirá para despertar la curiosidad intelectual que los lleve a preguntarse: ¿se forman mis estudiantes con una adecuada Comunicación No Verbal en concordancia con su futura profesión? ¿Qué puedo hacer para lograrlo?.

Queremos agradecer a todos los compañeros que colaboraron para que esta obra llegara a feliz término, especialmente a la MSc. Silvia Espinoza, por su participación en distintas fases de la investigación y a las autoridades de la Facultad de Administración, por su apoyo en la realización de la investigación: MSc. Rosa Hinojosa de Leimberg y Ph.D Darwin Ordoñez Iturralde.

Los autores

Introducción

El fortalecimiento de las habilidades comunicativas es muy importante para ser competentes desde el punto de vista profesional. La competencia comunicativa es la capacidad de usar la comunicación apropiadamente en las diversas situaciones sociales y laborales que se presentan en la vida. Según Valcárcel (2001a), la comunicación es un proceso social de interacciones que forma parte consustancial de la actividad humana. Es bidireccional, de intercambio de experiencias y conocimientos, que ejerce influencias mutuas entre los sujetos participantes y se desarrolla a través de sistemas de códigos y mensajes creados. (León, Gallegos, Iturralde y Rodríguez, 2015, p. 1).

Así mismo, se coincide con Varcárcel (2001a) en que la comunicación profesional es un tipo de comunicación que reúne todos los procesos de intercambio (informativo, interactivo y perceptivo) que se establecen entre los profesionales, entre los profesionales y sus colectivos laborales, y entre los profesionales y los sujetos sobre los que actúa en el ejercicio de su profesión o en otras actuaciones dentro de su actividad laboral.

La comunicación profesional cumple, entre otras, con las funciones de intercambio, de transmisión de información, de regulación de la conducta en la actividad y también tiene función afectiva o empática.

La comunicación profesional, como otros tipos de comunicación, se realiza en las relaciones entre sus participantes a través del lenguaje, con los medios de expresión verbal y no verbal, que varían de forma activa en dependencia de la estrategia

comunicativa y de las condiciones del contexto lingüístico y extralingüístico, que poseen valor simbólico (Leontiev, 1981, 1987; Sorolla, 2002).

Para los ingenieros comerciales, la comunicación constituye una de las competencias ligadas a la profesión ya que es crucial en el establecimiento de negocios a partir de las relaciones interpersonales que inciden directamente en su productividad, ventas e ingresos. Es así que en los procesos de selección en el mundo laboral, se tenga en cuenta, a través de la capacidad de adaptación que hayan desarrollado, el trabajo en equipo y la comunicación de estos profesionales.

En este sentido, cobra mucha importancia dentro de la comunicación profesional, aquella que se desarrolla mediante medios no verbales.

Un diagnóstico exploratorio basado en la observación durante las horas de clases, evidencia que los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial, mostraban insuficiencias en la Comunicación No Verbal, tanto en exposiciones y disertaciones como en trabajos grupales e individuales. Al mismo tiempo se han evaluado los requerimientos de las descripciones y perfiles del cargo de las empresas en sus solicitudes de bolsa de empleo de la universidad, donde se nota una clara exigencia y necesidad de profesionales con alta capacidad de comunicación interpersonal y trabajo en equipo.

A pesar de las metodologías de enseñanza empleadas durante la formación de estos profesionales, aún se observa que los estudiantes culminan sin las competencias comunicativas necesarias al final de su carrera, sobre todo las referidas a la Comunicación No Verbal. Al mismo tiempo no se conoce con precisión las exigencias o requisitos del mercado laboral al momento de solicitar prospectos que tengan capacidad de comunicación.

En este punto es de vital importancia determinar qué es comunicación para el empresario, y si tiene un enfoque a la Comunicación No Verbal al momento de seleccionar al nuevo profesional que ingresa a la empresa.

El análisis efectuado revela que las insuficiencias en la Comunicación No Verbal en los graduados de Ingeniería Comercial, reducen sus oportunidades laborales, así como la productividad de las empresas y de credibilidad de la universidad, todo lo cual redundará en una pérdida de la imagen de estas instituciones, un deterioro de sus resultados como organizaciones con las consiguientes afectaciones al

desarrollo zonal y en última instancia, al Plan Nacional para el Buen Vivir.

Partiendo de estas ideas preliminares, la investigación que se desarrolló formuló como problema científico: ¿Qué acciones podrían realizarse para mejorar la Formación en Comunicación No Verbal de los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil (ULVR)?

Se trazó como objetivo general, contribuir a la formación en Comunicación No Verbal de los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial de la ULVR en respuesta a las exigencias del mercado laboral cuyos objetivos específicos son los siguientes:

1. Identificar la percepción del mercado laboral, respecto a la formación en Comunicación No Verbal.
2. Determinar los fundamentos y referentes teóricos-metodológicos sobre formación en Comunicación No Verbal.
3. Caracterizar de la situación en Formación en Comunicación No Verbal de los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial de la ULVR.
4. Elaborar de un sistema de acciones que contribuya a la Formación en Comunicación No Verbal de los estudiantes de Ingeniería Comercial en la ULVR.
5. Evaluar la viabilidad del sistema de acciones propuesto.

Para desarrollar la investigación se emplearon métodos del nivel teórico tales como la modelación y enfoque de sistema, el análisis, la síntesis, la generalización y la abstracción, que permitieron adentrarse en los fundamentos teóricos, metodológicos, hacer propuestas de cambio y arribar a conclusiones.

También se emplearon métodos del nivel empírico del conocimiento, tales como la observación científica y técnicas como las entrevistas y encuestas que estuvieron orientadas al mercado laboral para definir sus exigencias, expectativas respecto a la comunicación de los profesionales que contratan; así mismo, a autoridades y estudiantes respecto a cómo perciben el sistema o metodología actual respecto a su formación en Comunicación No Verbal, así como el desarrollo que han alcanzado de esta.

El presente libro que contiene los resultados obtenidos en la investigación, consta de tres capítulos:

El primero donde se presentan los principales fundamentos teóricos que sustentan el objeto de estudio, es decir, la formación en Comunicación No Verbal. Se precisan teóricamente, los principales términos que se emplean en relación con la Comunicación No Verbal.

El segundo capítulo presenta el estudio de campo realizado y el tercero, una propuesta de sistema de acciones para el mejoramiento de la formación en Comunicación No Verbal de los estudiantes de Ingeniería Comercial y los resultados de su aplicación en la práctica.

Completan el libro las referencias bibliográficas y los anexos, que muestran las evidencias del trabajo científico realizado.

CAPÍTULO 1

La formación en
Comunicación No Verbal:
Abordaje teórico.

EDITORIAL COMERCIAL
COPIA NO EDITORIAL
EDITORIAL



■ Capítulo 1

La formación en Comunicación No Verbal:
Abordaje teórico.

Objetivos del capítulo

1. Ampliar el conocimiento respecto a la comunicación no verbal.
2. Conocer las características que conforman la comunicación no verbal.
3. Identificar la importancia de la comunicación no verbal en el campo profesional.

La Formación en Comunicación No Verbal: Abordaje teórico.

La comprensión de la comunicación en un sentido amplio, como un conjunto de relaciones sociales e interpersonales, como forma de expresión de ellas y en estrecha relación con la actividad conjunta permite afirmar que las raíces de la comunicación están en la actividad material de los individuos. (Ojalvo y Castellanos, 2000).

Estas mismas autoras distinguen tres aspectos en la comunicación: el comunicativo, el interactivo y el perceptivo. Los tres, dentro de la comunicación, dan lugar a que en la misma se destaquen tres funciones básicas: la función informativa, la función afectiva y la función reguladora (Lomov, 1989), las que permiten una comprensión más profunda del término, así como el de las variadas posibilidades de su aplicación en la actividad profesional.

Torres, Pérez y Cuevas (2005), señalan que:

El medio fundamental de la comunicación entre los hombres es la palabra (canal primario), sin embargo existe una parte considerable de los contenidos que se transmiten en una situación de comunicación interpersonal que no se da a través del lenguaje verbal y que se llama Comunicación No Verbal o extraverbal que es un comportamiento del hombre a través del cual transmite significados sin palabras. (p. 4).

A continuación se aborda, el surgimiento del concepto Comunicación No Verbal y un resumen de estudios realizados al respecto.

Antecedentes del estudio de la formación en Comunicación No Verbal

La competencia comunicativa es la capacidad de usar la comunicación apropiadamente en las diversas situaciones sociales y laborales que se presentan cotidianamente (Cassany citado en Ojalvo 1999).

El Centro Virtual Cervantes (s.f.) plantea que:

La competencia comunicativa es la capacidad de una persona para comportarse de manera eficaz y adecuada en una determinada comunidad de habla; ello implica respetar un conjunto de reglas que incluye tanto las de la gramática y los otros niveles de la descripción lingüística (léxico, fonética, semántica) como las reglas de uso de la lengua, relacionadas con el contexto sociohistórico y cultural en el que tiene lugar la comunicación.

La comprensión de la comunicación en un sentido amplio, como un conjunto de relaciones sociales e interpersonales, como forma de expresión de ellas y en estrecha relación con la actividad conjunta permite afirmar, en coincidencia con Ojalvo (1999) que “las raíces de la comunicación se encuentran en la misma actividad vital material de los individuos” (p. 4).

Según Valcárcel (2001a), la comunicación es un proceso social de interacciones que forma parte consustancial de la actividad humana. Es bidireccional, de intercambio de experiencias y conocimientos, que ejerce influencias mutuas entre los sujetos participantes y se desarrolla a través de sistemas de códigos y mensajes creados.

Carral (2005) describe los antecedentes históricos de la comunicación como proceso. Así expone que la comunicación se inicia entre los seres humanos como proceso en evolución. Desde los tiempos más remotos de la humanidad ha venido en crecimiento y ha abarcado los diferentes contextos sociales y, principalmente, el educativo.

Desde que el hombre apareció, este necesitó relacionarse con los otros, y en la medida que su actividad laboral se hizo más compleja a partir del surgimiento de nuevos y variados instrumentos de trabajo, aflora la necesidad de comunicarse con sus semejantes lo que dio origen al lenguaje. Desde este punto de vista, la comunicación es a la vez resultado y condición del proceso de producción.

Carral (2005) también afirma que la comunicación es “el proceso por el cual las generaciones adultas transmiten a las nuevas todo el bagaje cultural de una sociedad (conocimientos, habilidades, normas de comportamiento, técnicas, modos característicos de vida y formas de pensamiento”. La comunicación, por lo tanto es un proceso de continuidad y de cohesión social o integración, compartidos por todos los miembros de una sociedad.

Desde el punto de vista psicológico, la comunicación es “el proceso de interacción sujeto-sujeto a través del cual se intercambia información, sentimientos, ideas, etc., que produce una influencia mutua que trae como resultado una modificación de ambos” (Bermúdez y Pérez, 2008, p. 3). Estos autores señalan que es además un proceso en el que emisores y receptores de mensajes, interactúan en un contexto dado. (Bermúdez y Pérez, 2008). El contexto incluye las características de los hablantes, el lugar en donde se desarrolla la comunicación (el aula de clases, el patio de la escuela, la calle, la empresa u otros contextos) y el marco social general en que se ubican los que intercambian información. Se agrega que no solo el contexto está presente, sino también, la experiencia del receptor y del emisor y la de unos con respecto a los otros.

Según describe el modelo de referencia: el emisor es el sujeto que proporciona la información, por lo tanto la fuente del mensaje, mientras que el receptor es el destinatario de la información.

El mensaje es el contenido de la comunicación, la información que se transmite por medio de símbolos, signos o gestos, entre otras expresiones no verbales. El canal es el soporte de la información. La codificación es el proceso a través del cual se elabora el mensaje para que pueda ser comprendido; mientras que la decodificación es su proceso inverso, que permite entender el mensaje.

Señala Montes (2012) que en el caso de la codificación y decodificación es importante que se tenga en cuenta el código que se utiliza, el cual comprende:

- Selección de la información que se va a brindar.
- Decisión del lenguaje o canal apropiado.
- Valoración de la información a transmitir.
- Precisión acerca del momento y lugar para la transmisión del mensaje.

- Información sobre el conocimiento del receptor referente a la información que se transmitirá y del lenguaje que se utilizará, a fin de adecuar la transmisión a estas condicionantes.

El proceso comunicativo no se queda en la emisión del mensaje, sino que generalmente hay una respuesta que se denomina comunicación de retorno.

Cuando el receptor envía una nueva información al emisor, esa respuesta se le denomina retroalimentación o comunicación de retorno. Cuando esto sucede, se intercambian los roles, el receptor se transforma en emisor y el que era emisor queda como receptor de la nueva información.

Por otra parte, el proceso de la comunicación interpersonal es posible cuando existen campos comunes de experiencia. Si estos son muy diferentes, no se comprende el significado de los mensajes, por lo que mientras más cercano esté el campo común de experiencia, más eficaz será la comunicación.

El acto de la comunicación es la unidad más pequeña susceptible de formar parte en un intercambio comunicativo y que una persona puede emitir con una sola y precisa intención, constituido también por la producción de una sola palabra, de un gesto, aunque más a menudo suele ir acompañado de una combinación de elementos verbales y no verbales. (Montes, 2012).

Otro aspecto importante es que cuando las dos informaciones se unen y pasan a formar parte de un mismo proceso de transmisión o intercambio de información, (es decir, tanto unos como otros sujetos, son emisores y receptores a la vez, es cuando se puede hablar de comunicación). Las interacciones entre los diferentes elementos que conforman el proceso de la comunicación, se puede observar en la figura 1.

Montes (2012) hace un resumen interesante acerca de los componentes y características de la comunicación, que se retoman a continuación:

La comunicación requiere de un emisor (la persona que habla), otro que es el receptor o perceptor (la persona que recibe el mensaje), el mensaje que se dirige al oyente y que toma del código común o lenguaje. La comunicación humana requiere al menos dos condiciones esenciales: hablar y escuchar, dependiendo más de la oral, que tiene su base en la

expresión verbal, por lo tanto se considera como la actividad fundamental de todo ser humano.

Existen otras formas como son: la corporal, la escrita, la gestual, la utilización de una u otra depende por lo regular del canal que se utilice, de las propias condiciones de los sujetos actuantes en el proceso comunicativo y del entorno en el cual se desarrolle la comunicación.

En el modelo inicial de comunicación (Shannon, 1948) se explica que este proceso está constituido por tres elementos básicos: emisor, mensaje y receptor; el canal de la comunicación y procesos que ocurren unidos a estos elementos que son la codificación y decodificación.

Surgimiento del concepto Comunicación No Verbal

En relación con la Comunicación No Verbal, durante la década de 1950 se destacan tres obras capitales. Estas son: *Introduction to Kinesics* (1952), de Birdwhistell; *Nonverbal Communication* (1956), de Ruesch y Weldon, primer libro que utilizó el término no verbal y *The Silent Language* (1959), de Hall, donde se expone su investigación del uso del espacio por los seres humanos (citados en Bris, 2012).

Bris (2012) también señala que otros investigadores que han realizado contribuciones importantes son el propio Birdwhistell (1952), Davis (1995), Morris (1967) y Ekman (2001). Desde 1910, se desarrollaron estudios en dos universidades alemanas –la escuela de Graz y la de Berlín– conocidos

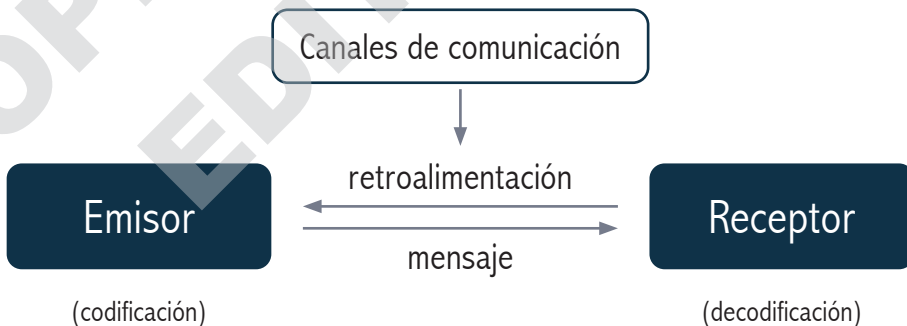


Figura 1. Esquema general del proceso de la comunicación.

como la Psicología de la Gestalt, corriente de pensamiento dentro de la psicología moderna cuyos exponentes más reconocidos han sido los teóricos Wertheimer (1945), Köhler (1947), Koffka (1935) y Lewin (1939), que llegaron a plantear principios de organización de la percepción visual.

A los efectos de la presente investigación, interesa la Comunicación No verbal desde el ángulo de la comunicación interpersonal y se asume como un medio fundamental de la comunicación entre los hombres a través de la cual, se transmiten significados sin palabras. Varios autores coinciden con esta visión de la Comunicación No verbal, con énfasis en la comunicación interpersonal. La importancia de la comunicación no verbal en relación con el ámbito profesional se sustenta en ideas como las siguientes:

“La clave, pues, que nos permite acceder a las emociones de los demás radica en la capacidad para captar los mensajes no verbales (el tono de voz, los gestos, la expresión facial, etcétera)”. (Goleman, 1997).

“Cuando hablamos (o escuchamos), nuestra atención se centra en las palabras más que en el lenguaje corporal. Aunque nuestro juicio incluye ambas cosas. Una audiencia está procesando simultáneamente el aspecto verbal y el no-verbal.” (Givens, 2016).

El medio fundamental de la comunicación entre los hombres es la palabra (canal primario), sin embargo existe una parte considerable de los contenidos que se transmiten en una situación de comunicación interpersonal que no se da a través del lenguaje verbal y que se llama comunicación no verbal o extraverbal que es un comportamiento del hombre a través del cual transmite significados sin palabras. (Torres et al., 2005).

Actualmente se ha investigado sobre la temática. Entre los estudios realizados están los de Arellano (2006), Bris (2012), Cantillo (2014) entre otros.

Arellano (2006), realizó el estudio titulado *Las barreras en la comunicación no verbal entre docente-alumno*. Como resultado de esta investigación, la autora resalta la existencia de barreras comunicacionales no verbales, las cuales interfieren con una comunicación efectiva entre docente-alumno, haciéndose necesario el desarrollo de “un programa de adiestramiento para directivos y docentes, en comunicación e Impulsar proyectos educativos que formen para la convivencia la comunicación

asertiva, la participación, la solidaridad y el compromiso, creando así bases de una cultura para la paz” (p. 3).

De acuerdo con sus resultados, Arellano (2006) señala que se hace necesario:

Impulsar acciones de reflexión sobre las barreras comunicacionales y su incidencia en las relaciones docente-alumno, clima escolar y actividades escolares, donde se discuta y analice el papel de los sujetos de la acción (profesores, directivos representantes y alumnos) e

Implementar un programa de adiestramiento, en el área de la comunicación como herramienta para provenir el conflicto, dirigido en primera instancia a la formación del personal que conforman los equipos directivos.

Bris (2012) dirigió su trabajo hacia la Comunicación No Verbal que se da en los medios de comunicación masiva. Estos son los encargados de transmitir mensajes a grandes grupos humanos, y por ende son escenarios favorecedores de la investigación y el uso de los recursos de la Comunicación No Verbal.

En su investigación, realizada con egresados de Periodismo y Comunicación Social, Bris la preparación en Comunicación No Verbal como “el dominio de la acción comunicativa que involucra los recursos de la forma visual, sus atributos y los recursos de las estrategias compositivas” (2012, p. 43), y propuso un sistema de acciones de superación como una alternativa viable para su desarrollo en forma de Cursos teóricos y Talleres teórico/prácticos, encaminados a contribuir a elevar la preparación en Comunicación No Verbal de los egresados de Periodismo y Comunicación Social vinculados al medio televisivo.

Resalta el mencionado autor, que la Comunicación No Verbal es tema de estudio fundamental por parte de investigadores y realizadores de campañas publicitarias, tanto políticas como comerciales (ambos pretenden presentar un producto), a ser consumidas en los medios de comunicación masiva, especialmente la televisión, aunque el uso de pantallas como soporte de mensajes se ha extendido a todo tipo de dispositivos ligeros que viajan a todas partes con sus usuarios.

Cantillo (2014) desarrolló su tesis doctoral con el tema *El uso del lenguaje no verbal en la comunicación docente universitaria, implicaciones y efectos en la*

eficacia comunicativa. Una de las conclusiones de la autora es:

Tanto desde la perspectiva de los docentes, como la de la de los estudiantes, la actividad de enseñar cumple la función de saber comunicar además de con la voz, con las manos, con la mirada, y a través de la ubicación dentro del aula, buscando una comunicación fluida que implique a los interlocutores haciéndoles partícipes de un proceso de comunicación que demanda no solo la participación del docente, sino que se favorezca la interacción dialógica. Para ello no basta con exponer adecuadamente, sino que resulta imprescindible transmitir mediante los instrumentos verbales y no verbales de que se pueden disponer en el aula, transmitiendo proximidad, implicación y complicidad en el proceso. (p. 254).

Se puede señalar, que aunque desde el punto de vista de la investigación, la comunicación no verbal no tiene amplios estudios, sí ha estado en la preocupación de investigadores y docentes.

La Comunicación No Verbal en el ámbito profesional. Definición y características.

Las dimensiones del proceso de comunicación, que se desarrolla como parte del aprendizaje de una profesión determinada, se caracteriza porque en él interactúan docentes, estudiantes y representantes que conforman su entorno social: las empresas que reciben a los profesionales egresados de las universidades, las comunidades y las organizaciones sociales con las cuales debe relacionarse el futuro egresado. En todos estos casos la comunicación es profesional.

Al término comunicación profesional se han referido autores como Lomov (1989), Valcárcel (2001a, 2001b) y Sorolla, (2010) entre otros autores.

Se coincide con Valcárcel (2001b) en que la comunicación profesional es un tipo de comunicación que reúne todos los procesos de intercambio (informativo, interactivo y perceptivos) que se establecen entre los profesionales, entre los profesionales y sus colectivos laborales, y entre los profesionales y los sujetos sobre los que interviene en el ejercicio de su profesión o en otras actuaciones dentro de su actividad laboral. La comunicación profesional cumple, entre otras, con las siguientes funciones: de intercambio y de transmisión de la información, de regulación de la conducta en la actividad y la función afectiva o empática.

La Comunicación Profesional, como otros tipos de comunicación, se realiza en las relaciones entre sus participantes a través del lenguaje, con los medios de expresión verbal y no verbal, que varían de forma activa en dependencia de la estrategia comunicativa y de las condiciones del contexto lingüístico y extralingüístico, que poseen valor simbólico. (Leontiev, 1987 y Sorolla, 2002).

Los medios verbales se expresan en el discurso, entendido como el uso individual del sistema lingüístico por los hablantes en actos concretos de habla durante la comunicación y su interpretación semántica y pragmática por el interlocutor (Van Dijk, 1996). En determinadas condiciones de actuación, el discurso se convierte en una herramienta profesional, no solo porque a través de sus unidades refleja la realidad particular del contexto profesional en el cual se genera y difunde, sino dada su capacidad de expresión e influencia sobre el pensamiento, los sentimientos, las opiniones, actitudes y valores del interlocutor (o auditorio). (Sorolla, 2010).

Según Sorolla (2010), los medios no verbales de comunicación o Comunicación No Verbal, es: “el empleo comunicativo de un conjunto de elementos de carácter no verbal, que acompañan, modifican o sustituyen los medios del lenguaje verbal, entre ellos, elementos paralingüísticos, kinésicos y proxémicos, cronemia, así como las normas sociales de conducta.”

De esta definición, se pueden precisar las características fundamentales de la Comunicación No Verbal, la cual debe darse en los planos paralingüístico, kinésico, proxémico, cronémico y de normas sociales de conducta. Una representación gráfica de esta descripción se recoge en la figura 2.

A continuación se presentan estas características debido a la importancia que revisten en el aspecto no verbal de la comunicación que deben establecer los futuros ingenieros comerciales con el fin de tener éxito en el mundo laboral.

La paralingüística como característica de la Comunicación No Verbal

Dentro de los aspectos paralingüísticos están la modulación de la voz que se expresa a través del volumen y la entonación, la fluidez en el discurso, la claridad; así como el tiempo de habla, la velocidad; y el uso de los silencios en el discurso. A estos aspectos se han referido autores como Borisoff y Victor (1991), Álvarez (2008), Marsellach (2007) y Sorolla 2010, entre otros.

Acerca del volumen de la voz, señala Marsellach (2007) que “la función básica del volumen de la voz consiste en hacer que un mensaje llegue hasta un oyente potencial” (p. 4). El volumen alto de voz puede indicar seguridad y dominio, sin embargo, hablar demasiado alto (que sugiere agresividad, ira o tosquedad) puede tener también consecuencias. Los cambios en el volumen de voz pueden emplearse en una conversación para enfatizar puntos. Una voz que varía poco de volumen no será muy interesante de escuchar. Cuando la voz se alza demasiado, puede entenderse como que el interlocutor quiere imponerse en la conversación, o mostrar autoridad, dominio o seguridad, pero si el volumen es muy alto, puede significar enfado. Un volumen moderado transmite calma.

La entonación sirve para comunicar sentimientos y emociones. Unas palabras pueden expresar esperanza, afecto, sarcasmo, ira, excitación o desinterés, dependiendo de la variación de la entonación del que habla. Una escasa entonación, con un volumen bajo, indica aburrimiento o tristeza. Un tono que no varía puede ser aburrido o monótono. Se percibe a las personas como más dinámicas y extrovertidas cuando cambian a menudo la entonación de sus voces durante una conversación (Marsellach, 2007).

La fluidez se asocia al ritmo mantenido con que se expresa una persona. Las vacilaciones, falsos comienzos y repeticiones son bastante normales en las conversaciones diarias. Sin embargo, las perturbaciones excesivas del habla pueden causar una impresión de inseguridad, incompetencia, poco interés o ansiedad. Demasiados períodos de silencio podrían interpretarse como ansiedad, enfado o, incluso, una señal de desprecio. Expresiones con un exceso de palabras de relleno durante las pausas provocan percepciones de ansiedad o aburrimiento. Algunos autores asocian la fluidez al ritmo con el que se comunican las ideas.

La claridad a la hora de hablar es importante. Si se habla arrastrando las palabras, a borbotones, con un acento o vocalización excesivos, el que comunica puede no hacerse entender por los demás. Por otra parte, el tiempo de habla se refiere al tiempo que se mantiene hablando el individuo. El tiempo de conversación de una persona puede convertirse en problemático por ambos extremos, es decir, tanto si apenas habla, como si habla en exceso o, lo más adecuado es un intercambio recíproco de información.

En relación con la velocidad, Fonseca, Correa, Pineda y Lemus (2016) señala que



Figura 2. Elementos componentes de los medios no verbales en la comunicación.

“es el número de palabras que se pronuncian en una unidad de tiempo y una característica de la voz que se ajusta al tipo de pensamientos y sentimientos que transmite el comunicador”. (p. 52). Muchas veces la alegría aumenta la velocidad y la tristeza disminuye la velocidad.

El uso de los silencios en el discurso, se refiere al tiempo en que una persona se tarda en empezar a hablar, una vez que ha terminado su interlocutor, así como a los silencios que se realizan con el objetivo de remarcar los signos de puntuación. Es necesario distinguir entre las pausas –que duran de 0 a 1 segundo aproximadamente– y los silencios, que duran más de un segundo.

Los silencios pueden estar originados por un fallo en los mecanismos interactivos y pueden ser utilizados como presentadores de actos comunicativos, o como enfatizadores del contenido de las ideas que se van a expresar.

Los silencios no se deben entender siempre como ausencia de comunicación, sino como un medio eficaz en los discursos o las explicaciones verbales. “Con el silencio unas veces se invita a hablar, otras a callar, otras se asiente y también se puede mostrar el desacuerdo” (Sandoval, s. f.).

Sin embargo, largos silencios pueden dar la impresión de inseguridad, incompetencia, poco interés o ansiedad. Es el caso de muchos períodos de silencio, empleo excesivo de palabras sin contenido en las pausas o repeticiones, tartamudeos, pronunciaciones erróneas, omisiones o palabras sin sentido.

La kinésica como característica de la Comunicación No Verbal

Como parte de la kinésica, se encuentran las expresiones de la cara y el cuerpo asociadas al discurso oral. En este sentido son componentes de la kinésica la gestualidad, que es cualquier acción que envía un estímulo visual a un observador. Para llegar a ser un gesto, un acto tiene que ser visto por algún otro y tiene que comunicar alguna información. Los gestos son básicamente culturales. (Álvarez, 2008).

Las manos y, en menor grado, la cabeza y los pies, pueden producir una amplia variedad de gestos, que se emplean para una serie de propósitos diferentes. Ellos permiten conocer mejor las emociones de una persona; si está enojada o ansiosa, siente agrado o bien inseguridad. Algunas veces entra en contradicción

con lo que la persona dice o bien lo enfatiza. Son los brazos y particularmente las manos los que en su movimiento resultan más comunicativos en las relaciones interpersonales. (Álvarez, 2008).

Cada persona tiene su propio estilo gestual, condicionado por su cultura y personalidad. Cada cultura dispone de un estilo de movimiento propio así como cada cultura tiene también su repertorio de emblemas. Durante la expresión oral, en ocasiones la gesticulación emerge cuando la persona tiene dificultades para expresarse o cuando se esfuerza especialmente para hacerse entender mejor. Las manos, en particular, tienden a expresar la cadencia de lo que se habla (*la danza de las manos*), ilustran en movimientos lo que se está diciendo (explicar una dirección), expresan el estado emocional del hablante, informan acerca del origen étnico-cultural y también porque son expresiones directa de un estilo personal.

Es válido hacer algunas recomendaciones acerca del uso de las manos por el efecto importante que provocan en el intercambio comunicativo. A veces, las personas no saben qué hacer con las manos cuando tienen que presentarse frente a auditorio, como conferencista o ante un grupo desconocido o poco conocido, para dirigir una reunión. Es necesario saber cómo usar las manos. Álvarez (2008) recomienda: sostener algunas hojas o tarjetas, tomar un lápiz, pluma o puntero o por ratos cruzar los brazos o apoyarlas de vez en cuando encima de la mesa. Sin embargo, se recomienda que no deben *escondarse*, colocándolas en bolsillos o en la espalda pues no resulta agradable.

También se encuentra como elemento kinésico la expresión facial. La cara es el principal sistema de señales para mostrar las emociones. Hay 6 emociones principales y 3 áreas de la cara responsables de su expresión. Las emociones son: alegría, sorpresa, tristeza, miedo, ira y asco o desprecio. Las tres regiones faciales implicadas son: la frente/cejas, los ojos/párpados, la parte inferior de la cara.

Con el rostro, más que con las palabras o con cualquier otra parte del cuerpo, se muestra principalmente lo que se siente. Según Álvarez (2008), no es posible establecer una norma universal acerca de cómo hacer uso de la mímica facial en diferentes situaciones comunicativas, ya que ella está:

Condicionada culturalmente y a la vez es expresión de la personalidad del sujeto comunicante; hay expresiones que son en extremo individuales. La

mejor expresión será aquella que se corresponda con el mensaje oral, en el caso en que participen las palabras, así como con otros recursos no verbales que participan tales como la entonación de la voz, gestos, movimientos corporales de forma que reflejen lo que siente verdaderamente la persona. (p. 40).

Los movimientos de la cara adquieren significación mayor en la comunicación a corta distancia y, teniendo en cuenta la riqueza y especialización de la musculatura facial, las expresiones del rostro pueden cambiar con rapidez y con frecuencia duran fracciones de segundos, provocando sin embargo, efectos en el interlocutor. Como plantea Paul Edeman “la percepción de otro rostro no es tanto un acto de transferencia de información, sino una interpretación literal por la cual sentimos sensaciones que los otros sienten” (citado en Ander-Egg y Aguilar, 1985, p. 125).

La sonrisa es otro componente importante, puede utilizarse como sonrisa defensiva, como gesto de pacificación. Puede servir para un rechazo, comunicar una actitud amigable, y animar a los demás a que le devuelvan a uno una sonrisa.

La postura según Álvarez (2008), es la posición del cuerpo y de los miembros, la forma en que se sienta la persona, cómo está de pie y cómo pasea, refleja sus actitudes y sentimientos de sí misma y su relación con los otros. Los significados y funciones de la postura son múltiples: actitudes, acompañamiento del habla y emociones.

La postura se refiere a la posición general del cuerpo que se mantiene durante un periodo más o menos largo y constituye también un recurso importante de comunicación. En la comunicación interpersonal el intercambio de posturas entre los participantes indica el nivel de aceptación, afinidad, congruencia o rechazo, desacuerdo, desinterés entre ellos.

Cuando dos personas se comunican, se entregan, sin estar consciente de ello, a una danza de movimientos que pueden ser sincronizados, balanceándose hacia atrás y delante por ratos, e imitando mutuamente sus movimientos. Se plantea que estas posturas congruentes indican acuerdo o afinidad entre ellas, mientras que las posturas incongruentes son reveladoras de *una distancia psicológica* entre los interlocutores.

También es importante el permanecer de pie o sentado en determinadas circunstancias lo que depende del tipo de reunión y tema. Se recomienda en general, cuando el intercambio incluye a un pequeño grupo, hacerlo sentado, acerca más a todos para el diálogo creando un ambiente más familiar, más cálido. En cuanto a las posturas, un buen comunicador debe “evitar las formas rígidas y las formas derrumbadas; en el acto de comunicación debe mostrarse vida y entusiasmo a través de un movimiento oportuno que se exprese también en la adopción de posturas que se correspondan con la intención del sujeto que desea provocar determinado efecto en su interlocutor” (Álvarez, 2008, p. 132).

La proxemia como característica de la Comunicación No Verbal

La proxemia, según Hall, se refiere a las “observaciones y teorías relacionadas con las distancias que el hombre emplea en su vida de relación, con los objetos y las personas” (citado en Losada, 2001, p. 272). Sánchez (2009) indica que la proxemia puede ser conceptual cuando se refiere a:

Los hábitos de creencia y comportamiento relacionados con el concepto del espacio (aquí / ahí / allí; cerca / lejos) [proxémica social, referida al] uso que hacemos del espacio cuando nos relacionamos con otras personas [proxémica interaccional que es la] distancia que adoptamos para realizar actividades comunicativas interactivas. (p. 3).

El grado de proximidad expresa claramente la naturaleza de cualquier interacción y varía con el contexto social. Puede ser por el grado de intimidad/formalidad de la relación durante la conversación, el grado de proximidad con el interlocutor, el contacto visual con el interlocutor y la apariencia personal la cual es un elemento importante a la hora de establecer una relación óptima entre las personas que se comunican. La ropa y la pulcritud en la apariencia personal desempeñan un papel importante en la impresión que los demás se forman de un individuo.

La cronemia como característica de la Comunicación No Verbal

Para Sánchez (2009), la cronémica puede ser conceptual, cuando se refiere a:

La valoración que se hace del tiempo, la importancia que se le da [para la crónemica conceptual tienen valor los conceptos] puntualidad / impuntualidad; prontitud / tardanza; ahora, enseguida, un momento. La

cronémica social se relaciona con el concepto que se tenga del tiempo, por ejemplo el tiempo de los encuentros sociales, la forma de estructurar las actividades diarias o determinadas actividades sociales.

[La cronémica interactiva es] la duración de los signos con los que nos comunicamos, como por ejemplo, la mayor o menor duración de un saludo o despedida; de un abrazo, del estrechamiento de mano, de un beso. Esta mayor o menor duración refuerza el significado o bien, puede matizar o cambiar su sentido. (p. 4).

Dentro de las características de la cronemia, está la capacidad de síntesis, el manejo del tiempo en el discurso, el uso adecuado de recursos de apoyo (catálogos, trípticos, poster, diapositivas).

La capacidad de síntesis permite conocer profundamente la realidad con la que las personas se encuentran; simplificar su descripción; descubrir rápidamente las relaciones entre ellas; y expresarse con economía de palabras. Es saber decir lo necesario en cada momento. Caracterizan a la capacidad de síntesis: la apertura de mente, el procesamiento de ideas y pensamientos diferentes; la objetividad y el pensamiento crítico y autocrítico para evaluar alternativas entre otras características.

El manejo del tiempo en el discurso se refiere justamente, a cómo se distribuye el tiempo de habla entre las partes de la exposición de las ideas: introducción, desarrollo y conclusiones. Un discurso que, por ejemplo, demora demasiado en la introducción, comienza a cansar y a dispersar la atención de los interlocutores. Un discurso equilibrado, es escuchado y atendido.

Y el uso de recursos de apoyo, complementa la interacción del habla, empleando adecuadamente materiales visuales, auditivos, audiovisuales y de diferentes tipos que hagan más interesante la conversación profesional que se establece.

Las normas sociales de conducta como característica de la Comunicación No Verbal

Las normas sociales de conducta dentro de la comunicación determina que la persona esté consciente de “qué decir, el cómo decirlo, a quién y en qué momento hacerlo, qué tipo de entonación utilizar y cuáles expresiones no verbales son

adecuadas en determinadas situaciones comunicativas o contextos". (Sorolla 2010).

Marcando normas sociales de conducta al nivel de la comunicación no verbal, la forma de caminar de acuerdo a la situación comunicativa, los modales que se demuestran en reuniones sociales y el ajuste a las características del contexto cultural en el que se encuentra.

La Formación en Comunicación No Verbal. Definición y características.

Para analizar el concepto de formación en Comunicación No Verbal, se parte del análisis del término formación. La Real Academia Española define formación como "acción y efecto de formar o formarse" y formar, como "dicho de una persona: adquirir preparación intelectual, moral o profesional" (2014).

En la literatura pedagógica el término formación tiene diversas acepciones: Formación "como el proceso que tiene que ver con el hacer y con cómo hacer algo" (Chávez, Suárez y Permuy, 2005, p. 32).

López et al. (2002), conciben la formación como la orientación del desarrollo hacia el logro de los objetivos de la educación, por lo que expresa la dirección de ese desarrollo, señalan que: "formación y desarrollo constituyen una unidad dialéctica. Así, toda formación implica un desarrollo y todo desarrollo conduce, en última instancia, a una formación psíquica de orden superior". (p. 58).

Asimismo, afirman que:

La formación y el desarrollo tienen sus propias regularidades. El desarrollo responde a las regularidades internas del proceso de que se trate, sin que ello implique la no consideración de la influencia socio-educativa. La formación se considera más ligada a las propias regularidades del proceso educativo que se encuentra en su base. (López et. al., 2002, p. 58).

En concordancia con Bermúdez y León (2014), en el razonamiento de López y otros, se destaca una idea muy interesante y es el concebir a la formación como un proceso que ocurre en el sujeto, pero inseparablemente unido al proceso educativo.

López et. al. (2002) plantean, que “la formación expresa la dirección del desarrollo, es decir, hacia dónde este debe dirigirse” (p. 55).

Se coincide con Chávez et al. cuando señalan que “se entiende por formación al nivel que alcance un sujeto en cuanto a la explicación y comprensión que tenga de sí mismo y del mundo material y social” (p. 11). En esta idea se revela la concepción de la formación como resultado en el sujeto.

En estas definiciones los autores destacan por un lado, que la formación constituye el proceso que orienta al desarrollo, y, por el otro, que expresa el nivel de desarrollo alcanzado, a partir de la educación recibida (Bermúdez y León, 2014, p. 4). Las autoras destacan que en los planteamientos analizados con anterioridad se resalta la idea que permite comprender la categoría formación:

Ella expresa un proceso educativo que orienta el desarrollo del sujeto hacia el fin social, pero a la vez es un resultado de este, que se expresa en el proceso de desarrollo.

Es decir, en la categoría formación, se unen educación y desarrollo y en ella está la comprensión de la unidad dialéctica entre educación y desarrollo” (Bermúdez y León, 2014, p. 4).

Con esta concepción de la categoría formación se identifican los autores y la asumen como pertinente a los efectos de la investigación.

Conclusión

De acuerdo con el análisis efectuado, la formación incluye el proceso en sí para el logro de la Comunicación No Verbal y sus resultados, por lo que la formación en Comunicación No Verbal de los ingenieros comerciales se define en los marcos de esta investigación, como el proceso mediante el cual se alcanza la Comunicación No Verbal a través de la expresión en los estudiantes, de sus características paralingüística, kinésica, proxémica, cronémica y de normas sociales de conducta en contextos profesionales relacionados con la carrera.

CAPÍTULO 2

Caracterización de
la Formación en
Comunicación No Verbal en
los estudiantes de Ingeniería
Comercial

■ Capítulo 2

Caracterización de la Formación en Comunicación No Verbal en los estudiantes de Ingeniería Comercial

OBJETIVOS DEL CAPÍTULO

1. Caracterizar la comunicación no verbal en estudiantes de Ingeniería Comercial.
2. Describir la metodología utilizada durante la investigación.
3. Presentar resultados.

Caracterización de la Formación en Comunicación No Verbal en los estudiantes de Ingeniería Comercial

La formación en Comunicación No Verbal: Variable de la investigación. Su operacionalización

La realización del diagnóstico estuvo precedido por la operacionalización de la variable en estudio, lo que se pudo realizar a partir de la profundización bibliográfica efectuada mediante métodos del nivel teórico, como el método histórico-lógico, el enfoque de sistema y los procedimientos lógicos del pensamiento: analítico-sintético, inductivo-deductivo, generalizaciones y abstracciones teóricas.

También para la operacionalización de la variable se tuvo en cuenta la experiencia de los docentes involucrados en la formación de ingenieros comerciales. En relación con la variable Formación en Comunicación No Verbal de los ingenieros comerciales, se definió operacionalmente como el manejo comunicativo (proceso y resultado) de la paralingüística, la kinésica, la proxémica, la cronemia y las normas sociales de conducta durante el ejercicio de actividades profesionales.

En su operacionalización se determinaron cinco dimensiones cada una con sus indicadores. Esta información se presenta en la tabla 1.

A su vez, se determinaron tres criterios a estudiar en el trabajo de campo:

1. Importancia y significación de la Comunicación No Verbal en la selección de trabajadores
2. Forma en que han tenido en cuenta estos indicadores los empleadores del mercado laboral, en la aceptación o no de los optantes a ocupar plazas en sus empresas.
3. Formación Comunicación No Verbal de los profesionales de esta área.

Los dos primeros se relacionan con la Formación en Comunicación No Verbal, y se constituyen en exigencias para lograrla. El tercer criterio tiene que ver con la formación inicial que se desarrolla en el ingeniero comercial, en opinión de empleadores, docentes, estudiantes y graduados.

Metodología empleada en el estudio de campo

La obtención de la información proveniente de la realidad que se estudia, esto es, la formación en Comunicación No Verbal en los ingenieros comerciales de la Facultad de Administración, se realizó a través de una investigación de campo, de tipo descriptiva y con un enfoque cuanti-cualitativo o mixto.

La investigación de campo es aquella que permite obtener datos directamente del proceso o fenómeno estudiado y de las opiniones de los sujetos participantes en la investigación. Por su parte la investigación descriptiva permite conocer cómo es el proceso que se estudia y el enfoque mixto, permite trabajar no solo con datos que pueden tabularse de forma numérica, sino también considera el nivel opinático, es decir, lo que piensan las personas y expresan a través de las técnicas empleadas.

El trabajo de campo estuvo precedido por la fundamentación teórica de tema, en la que se emplearon métodos del nivel teórico, como el análisis, la síntesis y el histórico-lógico. A través del trabajo de campo, se desarrolló la tarea científica de diagnóstico del estado inicial de la formación en Comunicación No Verbal de los Ingenieros Comerciales del séptimo semestre, de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil que es la variable en estudio.

Tabla 1. Operacionalización de la variable: Formación en Comunicación No Verbal.

Variable: Formación en Comunicación No Verbal de los Ingenieros Comerciales.	
Dimensiones	Indicadores
Paralingüística: Modulación de la voz y uso de los silencios en el discurso.	El volumen de la voz
	La entonación.
	La fluidez.
	La claridad.
	El tiempo de habla
	La velocidad (o el ritmo)
	El uso de los silencios y las pausas en el discurso.
Kinesia Movimientos del cuerpo o las expresiones de la cara que las personas utilizan durante el acto de hablar.	La gestualidad.
	La expresión de la cara y el cuerpo
	La mirada
	La sonrisa
	La expresión facial
Proxémica La distancia que se mantiene con otra persona durante la conversación o el contacto físico interpersonal y con el ambiente.	La postura.
	Grado de intimidad/formalidad de la relación durante la conversación
	Grado de proximidad con el interlocutor
	Contacto visual con el interlocutor
Cronemia Concepto y actitudes que el ser humano tiene respecto al tiempo que maneja en el discurso.	Apariencia personal
	Capacidad de síntesis
	Manejo del tiempo en el discurso
Normas sociales de conducta Formas de comportamiento en ambientes socio-profesionales.	Uso adecuado de recursos de apoyo (catálogos, trípticos, poster, diapositivas)
	Forma de caminar de acuerdo a la situación comunicativa
	Modales que demuestra en reuniones sociales
	Ajuste a las características del contexto cultural en el que se encuentra

La realización del diagnóstico estuvo precedida por la operacionalización de la variable en estudio y la validación de los indicadores por un especialista en el área de Comunicación No Verbal.

En este sentido, el especialista indicó que la mayoría de los indicadores presentados son importantes. Solo considera no tan importantes el uso de los silencios y las pausas en el discurso, el grado de intimidad/formalidad de la relación durante la conversación, el grado de proximidad con el interlocutor, la capacidad de síntesis y la forma de caminar de acuerdo a la situación comunicativa.

Sin embargo, considera que a los efectos de la investigación, pueden estudiarse todos. (Ver entrevista completa en Anexo 1).

Para la realización del trabajo de campo, se aplicaron métodos y técnicas del nivel empírico, así como métodos estadísticos. Estos últimos para las selecciones muestrales, así como para el procesamiento de los resultados en los que se empleó el análisis porcentual y el trabajo con tablas y gráficas.

Dentro de los métodos y técnicas del nivel empírico se emplearon los siguientes:

- La observación al proceso de enseñanza-aprendizaje áulico de los ingenieros comerciales del Séptimo Semestre de la carrera, donde reciben asignaturas vinculadas con su perfil de egreso, con el objetivo de constatar el desarrollo alcanzado en la Comunicación No Verbal en los estudiantes. Para ello se empleó una guía de observación no participante, con ítems cerrados con parametrización del 1 al 5. (Ver anexo 2).
- La encuesta, técnica que permitió obtener información de docentes, estudiantes y empleadores. Se diseñaron cuestionarios con preguntas cerradas, con cinco parámetros de análisis. (Ver anexo 3).
- La entrevista a directivos de la Facultad de Administración, se aplicó para obtener información de estas autoridades sobre el tercer criterio en estudio: nivel que alcanza la formación en Comunicación No Verbal de los estudiantes futuros ingenieros comerciales. Fue una entrevista no estructurada y abierta con una sola pregunta referida a que exprese su opinión acerca de cómo los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial expresan su formación en Comunicación No Verbal. (Ver guía de entrevista en anexo 4).

- Grupo focal, se aplicó a empleadores de experiencia en el área de la Administración de empresas, con el objetivo de obtener sus opiniones acerca de los tres criterios en estudio. Se aplicó con 12 sujetos.

Para la selección de las muestras a partir de la población considerada, se empleó la fórmula que se muestra en la ecuación 1.

$$n = \frac{z^2 N p q}{e^2 (N - 1) + z^2 p q} \quad (\text{Ecuación 1})$$

Donde:

n es el tamaño de la muestra

N es tamaño de la población

E es el error admisible que lo determina el investigador en cada estudio, en este caso fue de 10% (0,1)

p es la posibilidad de que ocurra un evento (se trabajó con p = 0,5)

q es la posibilidad de no ocurrencia del evento (también fue de 0,5)

z es el nivel de confianza, que para el 94% es de Z = 1,65.

En el caso de los docentes y directivos, no se seleccionó muestra, se trabajó en la investigación de campo, con el total de población. Para las encuestas a empleadores se trabajó con los empresarios de las compañías privadas, donde laboran los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial¹.

La población y muestra con la que se trabajó se muestra en la tabla 2. La muestra de estudiantes fue aleatoria, distribuida de cómo se observa en la tabla 3.

Es necesario aclarar que la investigación se inició con estudiantes de malla anual. Al final, la organización de la carrera cambió por semestralización.

1. El procedimiento para la selección de la muestra de estudiantes y empleadores se presenta en el anexo 5.

Tabla 2. Datos de población y muestra.

Grupos humanos	Población	Muestra
Empleadores	391	61
Estudiantes	977	196
Docentes	30	-
Directivos	3	-

Nota de la tabla 2: Información recogida de la Carrera de Ingeniería Comercial ULVR y empleadores.

Tabla 3. Datos de población y muestra por años.

Año que cursa (malla semestral)	# de encuestados	Trabaja	Solo Estudia	Conoce el mercado laboral		
				Alto	Medio	Bajo
1 año	0	0	0	0	0	0
2 año	43	21	22	8	34	1
3 año	42	19	23	3	36	3
4 año	64	41	23	11	48	5
5 año	47	44	3	17	27	3
Total encuestados	196					

Nota de la tabla 3: Información recogida de la Carrera de Ingeniería Comercial ULVR.

Presentación de los resultados del trabajo de campo. Discusión

Los resultados se presentan por criterios en estudio y dentro de ellos, por instrumentos aplicados.

Criterio 1. Importancia y significación de la Comunicación No Verbal en la selección de trabajadores.

Resultados obtenidos en la encuesta a empleadores².

Dimensión paralingüística. En relación con la dimensión paralingüística cuyos indicadores son *el volumen de la voz, la entonación, la fluidez, la claridad, el tiempo de habla, la velocidad (o el ritmo) y el uso de los silencios y las pausas en el discurso*, del total de 61 empleadores encuestados, el 61% (37) y el 28% (17), consideraron que estos eran muy importantes e importantes, respectivamente. Solo un 8% de los encuestados los consideró de mediana importancia y un 4 % no los consideró importantes.

Dimensión kinésica. En esta dimensión, cuyos indicadores son *la gestualidad, la expresión de la cara y el cuerpo, la mirada, la sonrisa, la expresión facial, la postura y el grado de intimidad/formalidad de la relación durante la conversación*, los resultados reflejan que un 49% (30 empleadores) y un 35% de ellos, (18) consideran este aspecto como muy importante e importante, respectivamente. Un 11% le concede importancia media y un 3%, señalan que no tiene tanta importancia. Ningún empleador consideró esta dimensión de menor importancia.

Dimensión proxemia. Respecto a la dimensión proxemia, que recoge los indicadores *grado de proximidad con el interlocutor, contacto visual con el interlocutor y apariencia personal*, los resultados obtenidos expresan que un 67% (41 empleadores) y un 25% (15), la consideran muy importante e importante, respectivamente. Solo un 5% de los encuestados la considera de mediana importancia y un 4%, no la considera tan importantes o no le conceden importancia.

Dimensión cronemia. Esta dimensión recoge los indicadores: *capacidad de síntesis, manejo del tiempo en el discurso y el uso adecuado de recursos de apoyo*

2. Ver anexo 6.

(catálogos, trípticos, poster, diapositivas). Los resultados reflejan que el 64% de los encuestados consideran muy importante la cronemia y el 21% lo consideran importante. Un 11 % le concede importancia media y un 4% no la consideran tan importante o de menor importancia.

Dimensión normas sociales de conducta, que recoge los indicadores *forma de caminar de acuerdo a la situación comunicativa, modales que demuestra en reuniones sociales y ajuste a las características del contexto cultural en el que se encuentra*, reflejan que un 54% de los encuestados consideran estas normas muy importantes y un 26%, importantes; un 15% le dan importancia media y solo un 5% no le conceden importancia a las normas de conducta.

De los resultados obtenidos, los aspectos que, de acuerdo a la percepción de los empleadores no son muy importantes para el mercado laboral son: *la velocidad y el ritmo en el discurso, la expresión de la cara y el cuerpo, la mirada, la expresión facial, la postura y los modales que demuestra en reuniones sociales*. Estos aspectos fueron caracterizados como muy importantes por menos del 30% de los encuestados.

El resto de los indicadores fueron evaluados como muy importantes por la mayoría de los empleadores, lo cual es coincidente con los estudios teóricos consultados en que se resalta la importancia de estos aspectos en la formación en Comunicación No Verbal de los profesionales.

La Formación en Comunicación No Verbal de los ingenieros comerciales, para la mayoría de los empleadores resulta muy importante, lo cual justifica la realización del presente estudio y la decisión de generar un sistema de acciones metodológicas que la refuerce durante el proceso de formación inicial.

Los resultados obtenidos en la variable para el criterio 1 en la encuesta a empleadores se refleja en la figura 3.

Resultados del grupo focal con empleadores

Un resumen de los resultados del Grupo Focal reflejó lo siguiente (se transcriben opiniones de los empleadores):

- “La formación en Comunicación No verbal tiene que ver con la problemática diaria de las personas, y que estas deben aprender mejores posturas y consecuentemente

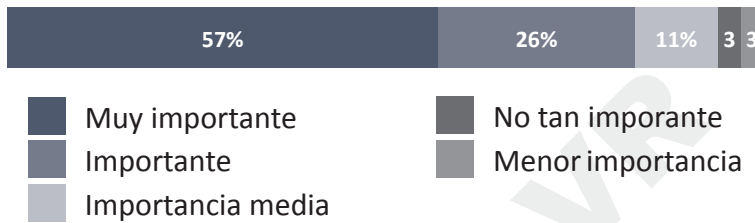


Figura 3. Encuesta a empleadores. Variable 1. Importancia y significación de la Comunicación No Verbal en la selección de trabajadores.

ayudar al crecimiento empresarial, búsqueda de clientes, mayor productividad, es bueno este tipo de ayuda a los jóvenes”.

- “La importancia de la actitud y aptitud, cuando un colaborador tiene una actitud negativa obstruye el fin y daña el slogan “disfrutar el momento”. Es clave la actitud corporal, sus gestos, su vestimenta, dependiendo del lugar, el corte del cabello, uso de accesorios para una dama. Las empresas que quieren tener éxitos lo buscan. (...) Hoy cuando se entrevista a las personas, se busca actitud y lenguaje corporal, miden el tiempo de espera para conocer su tolerancia y adaptación. En todos los campos es importante la comunicación verbal y no verbal. Se toma muy en cuenta la apariencia incluso desde la entrega del currículum, luego la apariencia personal, miden calidad de voz, su mirada, sonrisa, postura. Le dan mucho peso a la forma de caminar, expresiones faciales, en particular cuando se trata de cargos relacionados con clientes externos”.

- “Los jóvenes tienen que conocer y manejar el tema de la apariencia personal como primera llave que les permita el ingreso exitoso en una empresa, de esto dependerá del perfil que se busque, pero el ingeniero comercial debe estar preparado para todo”.

- “Los puntos más fuertes son la mirada, la expresión de cara y cuerpo, gestualidad, el cliente siente que está siendo atendido. Percibe a la Comunicación No verbal, como una de las mayores debilidades de su área comercial que atienden a clientes multidiversos, multiculturales. Los vendedores no miran a sus clientes.

- “Los estudiantes deben saber interpretar, no fingir, sino interpretar el comportamiento de los demás. Él considera que el nerviosismo afecta y que eso va de la mano con el conocimiento”.

- “Los estudiantes de las universidades salen perdidos de las realidades del mercado. Felicita lo que se está haciendo. Hay ciertos momentos en los que se deben aplicar comportamientos y conductas, no considera que una característica sea más importante que la otra. Toma en cuenta la Comunicación No verbal en la selección” (sic).
- “Considera que los gestos son importantes. La mirada, la expresión facial y la gestualidad son importantes”.
- “La vestimenta es importante. La manera de vestirse, la talla de ropa que usa y que se relaciona con los cambios culturales. Cree que lo más importante es lo que trata de transmitir en los primeros momentos”.

Los asistentes al grupo focal realizaron las siguientes sugerencias:

- Trabajar en grupos donde no se conozcan para desarrollar la habilidad de adaptabilidad.
- Tratar el tema desde los primeros años de la carrera, identificar la base que al respecto traen de la enseñanza básica y el bachillerato
- Es un tema que puede extenderse a otras carreras, por ejemplo cuando hay que manejar el tiempo en una ponencia, se pasa el tiempo y no se puede decir cuál es el resultado y se quedan en introducción y objetivos.

Los resultados obtenidos evidencian que los empleadores reconocen la importancia de tener en cuenta las características de la Comunicación no verbal en la selección de los profesionales para sus empresas, sin embargo, no siempre lo tienen en cuenta. Resaltan aspectos en los que siempre converge su atención: la mirada, la expresión facial y la gestualidad.

Son tomados en cuenta mas no en el nivel deseado, aspectos tan importantes como la entonación o variación del tono de voz respecto a lo que siente o expresa la persona, el tiempo de habla, el uso de los silencios y las pausas en el discurso, la utilización de recursos de apoyo, la forma de caminar de acuerdo a la situación y el ajuste a las características del contexto cultural en el que se encuentra.

En opinión de los investigadores, estos aspectos deberían ser reforzados durante el proceso de formación profesional de los estudiantes futuros ingenieros

comerciales, lo cual contribuiría de manera positiva a su preparación para el empleo³.

Criterio 2. Cómo se tiene en cuenta en la selección del personal a la Formación en Comunicación No Verbal

La connotación que los empleadores le dan en la selección de su personal a la comunicación No verbal, fue indagada a través de encuesta. Los resultados se reflejan a continuación⁴:

Dimensión paralingüística: La dimensión paralingüística se toma siempre en cuenta o casi siempre, el 23% y el 41% respectivamente, lo cual indica que se le concede importancia a estos aspectos en la selección del personal para laborar en la empresa. Hay un 16% de los empleadores que plantea que constantemente lo tienen en cuenta. Los indicadores que más se tienen en cuenta por los patronos en la selección del personal son: fluidez, claridad y tiempo de habla. Los menos son: velocidad y uso de los silencios y las pausas en el discurso.

Dimensión kinésica: Esta dimensión igual que la anterior es mayormente tenida en cuenta (en un 26,2% se toma en cuenta casi siempre y en un 57,3% siempre). Los indicadores que más relevantes son la mirada y la postura; le siguen, la expresión facial y la sonrisa. Se tiene menos en cuenta la gestualidad.

Dimensión Proxémica: Esta dimensión relacionada con el contacto interpersonal tiene un comportamiento similar a las anteriores. La mayor parte de los empleadores la tiene en cuenta con porcentajes en la opción de casi siempre se tiene en cuenta de 20% y siempre se tiene en cuenta de 63,9%. Los indicadores con mejores resultados son: el contacto visual con el interlocutor y la apariencia personal, teniendo menos en cuenta el grado de proximidad con el interlocutor.

Dimensión Cronémica: Relacionada con el manejo del tiempo. Esta dimensión tuvo el siguiente comportamiento: en el 27,8% de las respuestas, se expresa que se tiene en cuenta casi siempre y en el 59% se tiene en cuenta siempre. Los indicadores que más se toman en cuenta son el manejo del tiempo en el discurso y el uso adecuado de recursos de apoyo (catálogos, trípticos, poster, diapositivas).

3. La transcripción de lo acontecido en el Grupo Focal se encuentra en el Anexo 7.

4. Para mayor ampliación de la información se sugiere ver la tabla del anexo 8 al final del documento.

Dimensión Normas sociales de conducta: Esta dimensión es muy tenida en cuenta por los empleadores en la selección de su personal. El indicador que más se toma en cuenta es la forma de caminar de acuerdo a la situación comunicativa. Los empleadores y toman en cuenta casi siempre las normas de conducta en un 33,3% y siempre las toman en cuenta en el 59% de las respuestas obtenidas.

En general, la Formación en Comunicación No Verbal se la toma en cuenta siempre en el 57% de las respuestas obtenidas de los empleadores y casi siempre en el 25,4%. Ello indica la importancia que los empleadores le brindan a esta arista de la formación profesional de los ingenieros comerciales.

Los resultados obtenidos en la variable para el criterio 2 en la encuesta a empleadores se refleja en la figura 4.

Criterio 3. La Formación en Comunicación No Verbal de ingenieros comerciales.

Resultados obtenidos en las observaciones áulicas

A continuación se presentan los resultados de cada dimensión⁵ y de la variable, a partir de las observaciones realizadas en clases.

Los parámetros seguidos son los siguientes:

5. Muy buena formación (MBF).
4. Buena formación (BF).
3. Formación media (FM).
2. Deficiente formación (DF).
1. Muy deficiente formación. (MDF).

Dimensión paralingüística. La dimensión paralingüística se encuentra en un nivel medio de formación en la mayoría de las observaciones realizadas (40%), hay 20% en que se considera deficiente y otro 20% en el que se considera muy deficiente la formación en Comunicación No Verbal de los estudiantes. Por lo que esta dimensión se encuentra en un nivel medio a bajo.

5. Los resultados de las observaciones realizadas para cada dimensión, pueden consultarse en el Anexo 8.1.



Figura 4. Encuesta a empleadores. Variable 2. Cómo se tiene en cuenta en la selección del personal, la Formación en Comunicación No Verbal.

Dimensión kinésica. La dimensión kinésica presenta resultados desalentadores que la dimensión paralingüística, porque no se considera con una buena formación en ninguna actividad docente observada. Los porcentajes están ubicados en un 30% muy deficiente, 30% deficiente y 40% medianamente logrado.

Dimensión proxémica. En cuanto a la dimensión proxémica, los resultados no son satisfactorios en las observaciones realizadas: en un 30% de estas, es deficiente la formación, en un 20% en muy deficiente y en un 20% se logran medianamente, solo en un 20% de las observaciones se aprecia buena formación y en un 10% muy buena.

Dimensión cronémica. La dimensión cronémica también muestra resultados en general, bajos. Hay 30% de actividades donde se observa en grado bajo o medio los indicadores característicos de esta dimensión. Solo en un 20% son buenos y en un 10%, muy bueno.

Dimensión Normas Sociales de Conducta. En cuanto a la dimensión normas sociales de conducta, los resultados pueden considerarse buenos, pues en un 60% de las observaciones realizadas se mostró buena formación y en el 10% muy buena formación.

La variable Formación en Comunicación No Verbal en la observación áulica conllevó al estado alejado de lo deseado, nivel medio de desarrollo con el 30% de las observaciones en este nivel, 40% en nivel bajo no deseado y solo un 30% en nivel alto deseado. Las dimensiones más afectadas fueron la *kinésica* (tiene que

ver con la gestualidad), la *proxémica* (tiene que ver con el grado de proximidad con el interlocutor) y la *cronémica* (tiene que ver con el manejo del tiempo).

En cada dimensión, los indicadores con resultados más bajos fueron: en dimensión paralingüística, el indicador entonación de la voz, la claridad, el tiempo de habla, la velocidad y el uso de los silencios y pausas en el discurso.

En la dimensión kinésica, el indicador más afectado fue *la mirada*, pero los otros indicadores: *gestualidad, expresión de la cara y el cuerpo, sonrisa, postura y grado de intimidad/formalidad en la conversación*, están entre valores medios de formación y deficiente o muy deficiente formación.

En la dimensión proxemia, la mayor afectación estuvo en el indicador *contacto visual con el interlocutor*, y en la dimensión cronemia, la mayor afectación estuvo en el indicador *manejo del tiempo en el discurso*, seguido por el indicador *capacidad de síntesis*.

En la dimensión normas sociales de conducta, se apreciaron buenas manifestaciones de los tres indicadores.

Los resultados de la variable en las observaciones áulicas se reflejan en la figura 5.

Resultados obtenidos en la encuesta a docentes

A continuación se presentan los resultados de cada dimensión y de la variable⁶, en la encuesta aplicada a docentes.

Dimensión paralingüística. La dimensión paralingüística se encuentra entre los niveles alto y medio de formación. El 35% de los docentes encuestados considera que los indicadores paralingüísticos en los estudiantes están a un nivel medio mientras que en el nivel alto la ubican el 34% de los encuestados. En el nivel bajo la ubican el 31%. Los indicadores mejor logrados según los encuestados son la velocidad y tiempo de articulación de las palabras y el uso de los silencios y las pausas en el discurso.

Dimensión kinésica. La dimensión kinésica presenta mejores resultados que la dimensión paralingüística. En nivel alto, es decir, respondiendo buena formación

6. La tabla con los resultados puede observarse en el Anexo 9.2.

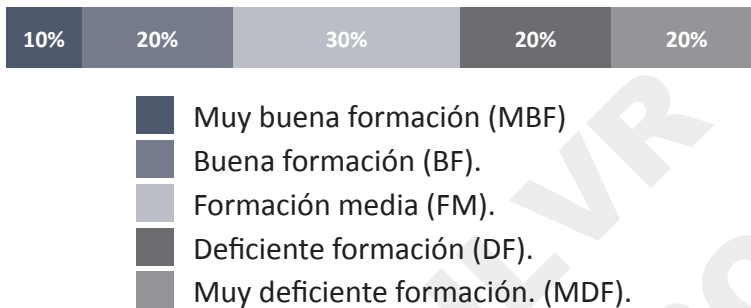


Figura 5. Observación áulica. Resultados de las observaciones áulicas en cuanto a las dimensiones de la comunicación No Verbal aplicadas por los estudiantes de Ingeniería Comercial: Paralingüística, cronémica, kinésica, proxémica y las normas sociales de conducta.

o muy buena formación en estos indicadores se encuentra el 47,6% de los encuestados, el 30% la ubica en el nivel medio y solo el 21,8% la ubica en nivel bajo, no deseado en sus respuestas.

Dimensión proxémica. En cuanto a la dimensión proxémica, los resultados son similares a la dimensión kinésica en las encuestas a docentes. Un 47,4% considera buena o muy buena la formación en estos indicadores, un 28,7% la ubica en un nivel medio y un 23% la ubica como deficiente.

Dimensión cronémica. La dimensión cronémica también muestra resultados altos. 55,6% de los docentes consideran que los estudiantes poseen buena o muy buena formación en los indicadores cronémicos. Un 22,1% los ubica en nivel medio de formación y un 21,9% los ubica en categoría de deficiente.

Dimensión normas sociales de conducta. En cuanto a la dimensión normas sociales de conducta, los resultados en la encuesta a docentes no son buenos. Un 35,2% de las respuestas, ubica esta dimensión como buena o muy buena, un 24,2% de los docentes la ubica en medio desarrollo, sin embargo un 40% la considera deficiente o muy deficiente. Por lo tanto la dimensión Normas sociales de la conducta se ubica entre los niveles medio y bajo.

La variable Formación en Comunicación No Verbal en la observación en la encuesta a docentes se comportó en el estado deseado. Los resultados indican

que un 22,8% de los encuestados considera que esta dimensión tiene muy buen desarrollo y un 23,5% que tiene buen desarrollo, por esto hace un total de 46,3% de respuestas en el nivel alto, estado deseado. Un 28% la ubica en el nivel medio y un 26,6% en el nivel bajo o no deseado, con respuestas en las opciones de baja o muy baja formación.

Por dimensiones, los indicadores con resultados más bajos en la encuesta a docentes fueron, en la dimensión paralingüística, *la entonación de la voz y la claridad*, coincidiendo con las observaciones áulicas. La fluidez también es un indicador que en opinión de los docentes, tiene resultados de medios a bajos.

En la dimensión kinésica, son indicadores *afectados la gestualidad, la expresión de la cara y el cuerpo, la sonrisa y la postura* que fueron evaluados –en su mayoría– en valores medios de formación, lo que es coincidente con las observaciones realizadas.

En la dimensión proxemia, la mayor afectación estuvo en el indicador *contacto apariencia personal* y en la dimensión *cronemia*; la mayor afectación estuvo en el indicador *capacidad de síntesis*.

En la dimensión normas sociales de conducta, se apreciaron opiniones muy parejas en el grupo de docentes, estando los valores concentrados entre buena formación, formación media y deficiente formación, sin que prevalezca uno de los valores.

Los resultados de la variable en la encuesta a docentes se refleja en la figura 6.

Resultados obtenidos en la encuesta a estudiantes

A continuación se presentan los resultados de cada dimensión y de la variable⁷ en la encuesta aplicada a estudiantes.

Dimensión paralingüística. La dimensión paralingüística en la encuesta a estudiantes, se encuentra en el nivel alto. 30,6% de los estudiantes y 25,55 consideran que tienen buena o muy buena formación en estos indicadores, respectivamente. El 23,6% considera que su formación en esta dimensión es media y 19,4% considera que es deficiente.

7. La tabla con los resultados puede observarse en el Anexo 9.3.

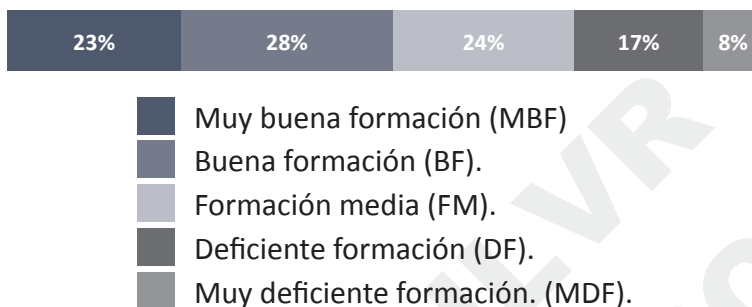


Figura 6. Encuesta a docentes respecto a la formación en Comunicación No Verbal de los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial de la ULVR.

Dimensión kinésica. La dimensión kinésica también presenta buenos resultados. Entre las respuestas de buena y muy buena formación está el 19,9% y 36,4% respectivamente. Un 17,9% considera que su formación es media y un 26,4% la ubica entre las opciones deficiente o muy deficiente formación.

Dimensión proxémica. En cuanto a la dimensión proxémica, los resultados son similares a las anteriores. Un 53,1% de los encuestados considera que su formación en esta dimensión es buena o muy buena, un 23,3% la ubica en un nivel medio y un 31,6% la ubica en nivel bajo. Los indicadores que a juicio de los estudiantes mejor tienen logrados son:

Dimensión cronémica. La dimensión cronémica también muestra resultados altos. 55,6% de los estudiantes consideran que poseen buena o muy buena formación en los indicadores cronémicos. Un 22,1% los ubica en nivel medio de formación y un 21,9% los ubica en nivel bajo.

Dimensión normas sociales de conducta. En esta dimensión, los resultados en la encuesta a estudiantes son buenos también. Un 60,6 % de las respuestas, ubica a esta dimensión como buena o muy buena formación, un 25,1% de los estudiantes considera que existe una formación media; y un 13,4% la considera baja o muy baja. Por lo tanto la dimensión normas sociales de la conducta se ubica en el nivel alto.

La variable Formación en Comunicación No Verbal en la observación en la encuesta

a estudiantes se comportó en el estado deseado. Los resultados indican que un 28% de los encuestados considera que esta dimensión tiene muy buen desarrollo y un 25,5% que tiene buen desarrollo, por lo que eso hace un total de 53,5% de respuestas en el nivel alto, estado deseado. Un 23,4% la ubica en el nivel medio y un 23% en el nivel bajo o no deseado, con respuestas en las opciones de baja o muy baja formación.

Por dimensiones, los indicadores con resultados más bajos fueron:

- En la dimensión paralingüística: el indicador *entonación de la voz, la fluidez, la claridad, el tiempo de habla, la velocidad y el uso de los silencios y pausas en el discurso*.
- En la dimensión kinésica: la expresión facial, el indicador *grado de intimidad/formalidad en la conversación*.
- En la dimensión proxemia: el indicador *apariencia personal*.
- En la dimensión cronemia: el indicador *uso de recursos de apoyo*.

En la dimensión normas sociales de conducta, se apreciaron buenas manifestaciones en los tres indicadores. Estos resultados no son coincidentes con los obtenidos en las observaciones áulicas y en la encuesta a docentes.

Los resultados de la variable en la encuesta a estudiantes se reflejan en la figura 7.

Resultados obtenidos en la encuesta a empleadores

A continuación se presentan los resultados de cada dimensión y de la variable⁸, en la encuesta aplicada a empleadores.

Dimensión paralingüística. La dimensión paralingüística se encuentra entre los niveles alto y medio de formación en opinión de los empleadores. El 44,2 % de los empleadores encuestados así lo consideran. En el nivel medio los encuestados ubican al 22,9% de los estudiantes pasantes o graduados, y en nivel bajo o muy bajo de formación en comunicación no verbal, responden el 29,5%.

Dimensión kinésica. La dimensión kinésica presenta mejores resultados que la dimensión paralingüística. En nivel alto, es decir, respondiendo buena formación

8. La tabla con los resultados puede observarse en el Anexo 9.2.

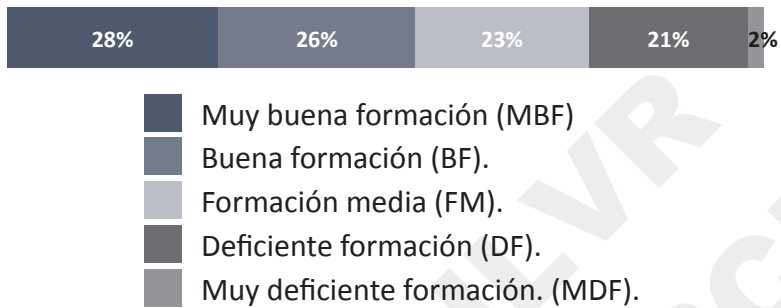


Figura 7. Encuesta a estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial de la ULVR en cuanto a su percepción respecto a su formación en comunicación no verbal.

o muy buena formación en estos indicadores se encuentra el 50,1% de los encuestados, el 22,9% la ubica en el nivel medio de formación y 23,7% ubica la dimensión en nivel bajo o muy bajo de formación.

Dimensión proxémica. En cuanto a la dimensión proxémica, los resultados son similares a la dimensión kinésica en las encuestas a docentes. Un 62,9% de los empleadores considera buena o muy buena la formación en estos indicadores, un 16,3% considera que la formación es media y un 23% la ubica en nivel bajo o muy bajo de formación.

Dimensión cronémica. La dimensión cronémica también muestra resultados altos. 47,5 % de los empleadores encuestados consideran que los estudiantes pasantes o graduados que llegan a sus empresas, poseen buena o muy buena formación en los indicadores cronémicos. Un 24,6% los ubica en nivel medio de formación y un 22,9% los ubica en nivel bajo o muy bajo.

Dimensión normas sociales de conducta. En cuanto a la dimensión normas sociales de conducta, los resultados en la encuesta a empleadores refleja que un 59,9% de las respuestas, considera como buena o muy buena la formación en esta dimensión, 19,6% de los empleadores considera que la formación es media y un 20,3 la considera baja o muy baja.

La variable Formación en Comunicación No Verbal en la observación en la encuesta a docentes se comportó en el estado deseado. Los resultados indican que un 22,9%

de los encuestados considera que esta dimensión tiene muy buen desarrollo y un 29,5% que tiene buen desarrollo, por lo que eso hace un total de 52,4% de respuestas en el nivel alto, estado deseado. Un 21,3% de los empleadores la ubica en el nivel medio y un 26,1% en el nivel bajo o no deseado, con respuestas en las opciones de baja o muy baja formación.

En los resultados de las dimensiones, los indicadores con resultados más bajos fueron en la dimensión paralingüística, *el volumen de la voz, la entonación y el uso de los silencios y pausas en el discurso*. En la dimensión kinésica, estuvieron afectados los indicadores *gestualidad, expresión de la cara y el rostro, la mirada y la postura*.

En la dimensión proxemia, los resultados fueron afectados en los tres indicadores: *grado de proximidad con el interlocutor, contacto visual con el interlocutor y apariencia personal*. La mayor afectación estuvo en los indicadores mencionados al igual que los de la dimensión cronemia: *capacidad de síntesis, manejo del tiempo y uso de recursos de apoyo*.

En la dimensión *normas sociales de conducta*, también se apreciaron buenas manifestaciones en los tres indicadores, aunque el indicador *forma de caminar* de la situación comunicativa recibió resultados poco favorables. Estos resultados son medianamente coincidentes con los obtenidos en las observaciones áulicas y en la encuesta a docentes, y un poco menos favorables que los de la encuesta a estudiantes. Los resultados de la variable en la encuesta a empleadores se refleja en la figura 8.

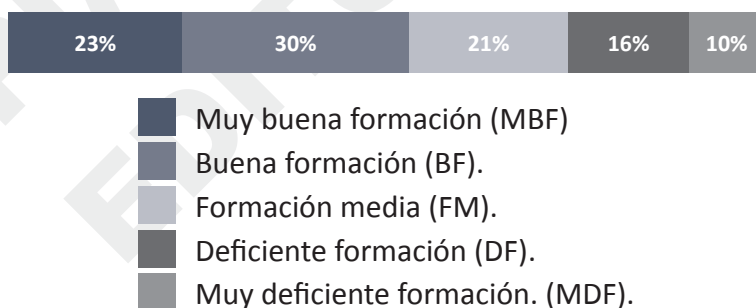


Figura 8. Encuesta a empleadores respecto a su percepción de la formación en comunicación no verbal de los estudiantes de Ingeniería Comercial de la ULVR que laboran en sus empresas.

Resultados de las entrevistas a Autoridades de la Carrera

Dado que el tema que motiva esta investigación es la formación en Comunicación No Verbal de los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial, se consideró necesario conocer el nivel de dominio que tienen otros actores en el mencionado proceso, por lo que se procedió a conseguir los criterios de las autoridades de la Facultad de Administración, con la finalidad de conocer su percepción referente a formación en Comunicación No Verbal como competencia vital de los futuros ingenieros comerciales de esta facultad.

A continuación se expone un resumen de las principales ideas recogidas en las entrevistas⁹:

Entrevista realizada a Coordinador de Carrera Ingeniería Comercial

El coordinador de carrera ratifica que los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial, se los forma desde los primeros años de estudio, así mismo confirma que la formación en Comunicación No Verbal es una herramienta que le sirve a los ingenieros comerciales para desenvolverse en el ámbito laboral, facilitando su integración a los equipos de trabajo, mejorando el clima laboral.

La docente entrevistada considera que la formación no verbal evoluciona en relación con el nivel académico de los estudiantes, ella afirma que al principio de la carrera los estudiantes no dominan la formación en Comunicación No Verbal, no obstante los estudiantes de los últimos semestres alcanzan mejores resultados.

Considera que en términos porcentuales, los estudiantes de los últimos semestres tiene un nivel del 60% de dominio de la proyección de la voz; y 80%, en fluidez. En *tiempos de disertación*, los estudiantes de los últimos semestres tienen un nivel del 50% de dominio; y en *gesticulación* alcanzan un 60% de dominio.

Entrevista realizada al Director de Carrera de Ingeniería Comercial

El director de la carrera expresa, con respecto a la relevancia que tiene la Comunicación No Verbal, que es una de las competencias más importantes durante el desarrollo de la carrera. Considera además que es una habilidad, que los estudiantes deben desarrollar como herramienta que les ayudará a desempeñarse

9. La transcripción completa de las entrevistas puede consultarse en Anexo 9.

como profesional en cualquier ámbito.

Sin embargo, es consciente que le ha faltado profundizar más o desarrollar esta habilidad en los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial, es decir incluir la Comunicación No Verbal como parte del proceso de formación de profesionales.

El entrevistado, indica que la carrera le ha dado mayor relevancia a la formación técnica, investigativa de los futuros Ingenieros comerciales, dejando a un lado la formación en Comunicación No Verbal.

Dentro de los aspectos más relevantes de la formación en Comunicación No Verbal, se considera la imagen, la mirada, la postura, gesticulación; todos estos aspectos son medulares e importantes para su desarrollo profesional y el desenvolvimiento.

Así mismo destaca el entrevistado, las diferencias marcadas que existen entre los estudiantes que recién comienzan la carrera, quienes tienen dificultad en el dominio de las habilidades antes detalladas, y los de los últimos semestres, notando una evolución en el segundo grupo; sin embargo, deja de manifiesto que a pesar de notarse esa mejora, a los estudiantes les falta potencializar la Comunicación No Verbal.

Conclusión

Resultados de la variable formación en Comunicación no Verbal de los estudiantes de la carrera Ingeniería Comercial de la ULVR

Para llegar a conclusiones acerca de los resultados de la variable en estudio se elaboraron tablas de contingencia y se aplicó el procedimiento metodológico del cálculo de frecuencias absolutas y relativas y la técnica de triangulación metodológica.

Para ello se consideraron tres categorías:

- Estado deseado de las dimensiones y de la variable: los valores de muy buena formación y buena formación.
- Estado alejado de lo deseado de las dimensiones y de la variable; los valores de formación media y;
- Estado no deseado de las dimensiones y de la variable: los valores de deficiente

formación y muy deficiente formación.

Los resultados obtenidos en la triangulación de las dimensiones de cada una de las dimensiones y de la variable se pueden consultar en Anexo 11.

Los resultados obtenidos reflejan que, aunque las dimensiones o a variable tienen las mayores frecuencias en el estado deseado, en todos los casos se detectan valores que se encuentran en rangos no deseados o alejados de lo deseado.

La dimensión que muestra más bajos resultados en el estado deseado es la dimensión paralingüística, lo que refleja más dificultades para utilizar adecuadamente los medios verbales relacionados con la modulación de la voz (volumen, entonación, fluidez, claridad; tiempo de habla, velocidad) y uso de los silencios en el discurso.

Las otras dimensiones se encuentran por encima del valor 50 en el cálculo de frecuencias. Sin embargo, no son despreciables los valores que se encuentran en la categoría de *alejado de lo deseado y no deseado*.

En el caso de la dimensión kinésica, hay 48 frecuencias de las calculadas entre las categorías *alejado de lo deseado y no deseado*.

En la dimensión proxémica, 48,8 frecuencias se encuentran entre las categorías *alejado de lo deseado y no deseado*.

En la dimensión cronémica, 44,5 frecuencias se encuentran entre las categorías *alejado de lo deseado y no deseado*.

Y en la dimensión normas sociales de conducta, 50,4 frecuencias se encuentran entre las categorías *alejado de lo deseado y no deseado*.

Se encuentra coincidencia entre las opiniones recogidas en las encuestas a docentes, estudiantes y empleadores en los distintos indicadores estudiados, resultados que se alejan de lo constatado en las observaciones áulicas.

En general, la variable formación en Comunicación No Verbal de los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial de la ULVR se encuentra en el estado *deseado*, con 49,5 frecuencias calculadas en esta categoría, 28,4 para el estado *alejado de lo deseado* y 22,6 en el estado *no deseado*.

La mitad de las frecuencias (50) se encuentran en valores *alejados de lo deseado* o *no deseados*, lo que a juicio de los investigadores, justifica la propuesta e implementación de acciones que contribuyan al mejoramiento de la formación en Comunicación No Verbal de los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial de la ULVR.

CAPÍTULO 3

Propuesta e
implementación de acciones
para el mejoramiento
de la Formación en
Comunicación No Verbal
de estudiantes de Ingeniería
Comercial

■ CAPÍTULO 3

Propuesta e implementación de acciones para el mejoramiento de la Formación en Comunicación No Verbal de estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial.

OBJETIVOS DEL CAPÍTULO

1. Describir la propuesta en comunicación no verbal a estudiantes de Ingeniería Comercial.
2. Describir los componentes y acciones de la propuesta.
3. Evaluar las aplicaciones de estas acciones en los estudiantes de Ingeniería Comercial en cuanto a resultados.

Propuesta e implementación de acciones para el mejoramiento de la Formación en Comunicación No Verbal de estudiantes de Ingeniería Comercial

Descripción de la propuesta de acciones para el mejoramiento de la Formación en Comunicación No Verbal.

El sistema de acciones para el mejoramiento de la formación en comunicación no verbal de estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial, va dirigido a los docentes que intervienen en la formación profesional de los estudiantes de la carrera mencionada a través de los diferentes métodos y técnicas de enseñanza que serán aplicados en las aulas de clases, así como a los propios estudiantes, los cuales son sujetos de su propio aprendizaje.

La propuesta de acciones considera vital el papel mediador que tiene el docente en la formación profesional de los estudiantes y el papel activo que este asume, en la unidad de educación y desarrollo; tomando como punto de partida, una zona de desarrollo actual, que condiciona el paso a una de desarrollo próximo nueva, donde el estudiante pueda construir y/o reconstruir los aspectos que integran la Comunicación No Verbal, sin ayudas. Esto solo es posible con la participación e integración de las acciones metodológicas que se realicen en el intercambio de conocimientos, habilidades y valores que integran el contenido en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Esta propuesta tiene sus fundamentos en la didáctica, porque en su concepción se tienen en cuenta los sujetos o protagonistas del proceso de enseñanza-aprendizaje universitario (estudiantes-docentes-tutores de las empresas donde realizan las prácticas pre profesionales) en interrelación con componentes del proceso no personales (objetivos, contenidos, metodología y evaluación), reconociendo a los objetivos como categoría rectora del proceso.

La propuesta de acciones considera como requisitos para su puesta en práctica, los siguientes:

1. Lograr un clima psicológico positivo, con acciones abiertas al debate grupal y al intercambio, a la estimulación de nuevas ideas, respeto a las diferencias y a ver el error como momento de aprendizaje. Para el logro de este objetivo se han considerado los siguientes puntos:
 - a. Aplicar las acciones de modo que se involucre al estudiante en diálogo constante, discusión de casos, donde se generen opiniones, debates, trabajos grupales y exposición de diferentes escenarios, para que de esta manera el ambiente educativo sea emotivo e invite a la reflexión.
 - b. Con lo antes dicho, se propone establecer la metodología de enseñanza en materias propias de la carrera de carácter social, analítico como lingüístico, por ejemplo las materias de: Administración, Ventas, Comunicación y Lenguaje, Marketing, Emprendimiento, entre otras.
2. Alcanzar un ambiente con carácter participativo, dada la posibilidad de intervenir todos (docentes y estudiantes) conscientes de sus posibilidades reales, estableciendo una interrelación sujeto-sujeto dirigido a satisfacer las necesidades previstas sobre la formación en Comunicación No Verbal. Esta participación es importante que sea fomentada por parte del docente, a través del desarrollo de las clases, por medio de preguntas y respuestas o aplicación de talleres didácticos que fomenten la acción al diálogo e intercambio de ideas.
3. Demostrativo, dado que la Comunicación No Verbal es una competencia comunicativa que se muestra mediante la expresión del cuerpo, movimientos y gestos, es muy importante que la participación en la clase sea protagonizada de forma activa por los estudiantes, donde se desarrollen sus habilidades comunicativas no verbales, a través de exposiciones, dinámicas y talleres

donde expresen y practiquen la Comunicación No Verbal, de esta forma se podrá evaluar, corregir y formar en la práctica.

4. Flexible, que puede ser adecuado a las condiciones específicas de desarrollo del proceso de enseñanza aprendizaje (en la universidad o en la empresa), permitiendo diversas alternativas en la utilización de los métodos y recursos en la planificación, ejecución y control de las acciones, en correspondencia con las necesidades de la formación profesional.

Propuesta de acciones. Componentes y relaciones

La propuesta de acciones tiene cuatro etapas:

1. Etapa de sensibilización, orientación y preparación.

Tiene por objetivo preparar las condiciones para que todos los involucrados se integren conscientemente en la consecución del resto de las acciones y entiendan su responsabilidad y compromiso. También se refiere a la preparación en aspectos básicos relacionados con la Formación en Comunicación No Verbal y sobre la metodología que se aplicará para contribuir a al mejoramiento de esta competencia en los estudiantes a través del proceso de enseñanza-aprendizaje.

2. Etapa de proyección conjunta de metodologías de enseñanza-aprendizaje favorecedoras de la formación en Comunicación No Verbal.

El objetivo de esta etapa, es diseñar las estrategias metodológicas que contribuyan al logro de la comunicación No Verbal a través de la clase y de las prácticas pre profesionales.

3. Etapa de ejecución, seguimiento y evaluación de las acciones.

Esta etapa tiene como objetivo, poner en práctica las acciones que conduzcan al mejoramiento de la Formación en Comunicación No Verbal de los estudiantes y definir los indicadores esenciales para el seguimiento de las acciones propuestas.

4. Etapa de cierre y rediseño de metodologías.

Esta etapa tiene como objetivos, tanto valorar la formación en Comunicación No Verbal de los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial como los logros obtenidos en la implementación del sistema de acciones.

Puesta en práctica de las acciones. Análisis de su viabilidad

La puesta en práctica de las acciones se estructuró a través de las etapas propuestas. A continuación se realiza una descripción de qué acciones se realizaron y los resultados obtenidos. Para ello se empleó el método de sistematización de la práctica y cuestionario de encuesta de salida a estudiantes de los Octavos Semestres.

1. Etapa de sensibilización, orientación y preparación

Tuvo por objetivo preparar las condiciones para que todos los involucrados se integraran conscientemente en la consecución del resto de las acciones y comprendieran su responsabilidad y compromiso. También, en relación con la preparación en aspectos básicos relacionados con la Formación en Comunicación No Verbal y, sobre la metodología que se aplicará, en la puesta en práctica de las acciones para contribuir al mejoramiento de esta competencia en los estudiantes, a través del proceso de enseñanza-aprendizaje.

En la etapa de sensibilización, orientación y preparación se realizaron las siguientes acciones:

- a) Se socializó el diagnóstico respecto a la formación en Comunicación No Verbal de los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial de la ULVR desde los diferentes criterios estudiados en relación con la percepción de la importancia de esta competencia en los profesionales en la rama. Para esto se expusieron los resultados de la encuesta realizada a: empresarios de la ciudad de Guayaquil, Docentes y estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial de la ULVR, así como los resultados de la entrevista a directivos de dicha carrera.

Esta exposición se la realizó ante todos los agentes educativos involucrados en el proyecto de investigación, como son docentes, estudiantes, directivos y empleadores, su vez se incentivó a la participación y diálogo entre los que acudieron a la exposición.

- b) Se concientizó y orientó a los estudiantes participantes del proyecto de investigación de la carrera de Ingeniería Comercial, sobre las deficiencias en relación a la Comunicación No Verbal que poseen los profesionales en su rama y la incidencia en su ejercicio profesional, ya sea en áreas administrativas,

servicio al cliente, ventas, dirección de grupos de trabajos, gerencias, jefaturas, entre otros cargos.

c) Se capacitó a docentes y estudiantes acerca de las características principales de la Comunicación No Verbal, formas de manifestación, y cómo desarrollarla a través del proceso de enseñanza aprendizaje. Esta etapa se la desarrolló en dos fases:

- *Fase uno:* Se capacitó a los docentes a través de dos charlas formativas respecto a la Comunicación No Verbal y su importancia en el ejercicio de la profesión, concatenándola con los objetivos de aprendizaje de la materia y de la carrera. Se busca lograr como resultado de la etapa formativa del estudiante, el fomento del liderazgo, el trabajo en equipo, el buen desenvolvimiento del graduado en el ejercicio de su profesión, con fin de que aquellas destrezas sean aplicadas de la mejor manera para beneficio de la empresa donde se encuentre laborando, e incluso beneficio propio.

En esta capacitación también se trataron temas sobre metodologías de enseñanza en el aula, que contribuyan a formar las competencias comunicativas no verbales en los estudiantes de la carrera. Es así que se explicó cómo aplicar talleres interactivos, exposiciones individuales y grupales, mismos que deben ir acompañados de la evaluación inmediata a través de un formato de competencias comunicativas no verbales, retroalimentando al o los expositores sobre sus falencias y posibles mejoras; también se explicó la aplicación de juego de roles a través de dramatizaciones realizadas por los estudiantes en las que ejemplifiquen, a través de expresiones corporales, situaciones habituales en el ejercicio de su profesión.

- *Fase dos:* Se capacitó a los estudiantes que entrarían en la etapa experimental del proyecto de investigación. Esta capacitación fue impartida por el equipo investigador a los estudiantes de octavos semestres, quienes son los que están en una etapa formativa de culminación, y han desarrollado su pensamiento crítico y destrezas de comunicación a más de estar en una etapa donde realizan sus prácticas pre profesionales. Precisamente se vio la oportunidad de que las enseñanzas impartidas puedan tener un efecto reactivo inmediato en el corto plazo, que serán de utilidad para la evaluación de las acciones planteadas.

2. Etapa de proyección conjunta de metodologías de enseñanza-aprendizaje favorecedoras de la formación en Comunicación No Verbal

El objetivo de esta etapa fue diseñar las estrategias metodológicas que contribuyan al logro de la Comunicación No Verbal a través de la clase y de las prácticas pre profesionales. Se contemplaron acciones como:

- a) Reunión metodológica con los docentes de las materias tomadas en consideración para la etapa de implementación, para intercambiar ideas, crear procesos y definir acciones que formen parte de las metodologías, las que serán aplicadas durante el desarrollo de las clases. Para fines de la implementación se empleó la materia de Administración de Ventas, dictada en los octavos semestres de la carrera de Ingeniería Comercial de la ULVR, la que por su estructura, contenido, objetivos y resultados esperados, aportan con los suficientes escenarios para una participación activa de los estudiantes y desarrollo de las metodologías planteadas como son: las exposiciones grupales, participación individual, talleres activos, y juegos de roles con dramatizaciones. Los docentes que impartieron la materia de ventas, tuvieron una capacitación en la que se les expuso la metodología a desarrollar en las aulas.
- b) Acompañamiento por el tutor de prácticas pre profesionales a los estudiantes, para la proyección de acciones metodológicas favorecedoras de la Comunicación No Verbal en las empresas.
- c) Revisión de los sílabos de las asignaturas de la carrera para incorporar métodos y técnicas activas y productivas, que favorezcan el desarrollo de los aspectos paralingüísticos de la Comunicación No Verbal, así como de los kinésicos, cronémicos y proxémicos. Esto se aplicará específicamente en las rúbricas de la materia (Anexo 14), en la sección de desenvolvimiento y comunicación del estudiante, ya que en la materia de Administración de Ventas se le dio un peso relevante para las evaluaciones de los estudiantes que están en el proceso de implementación de las acciones, de esta manera hay incentivos para mejorar su desempeño en esta competencia comunicativa.
- d) Incorporación de evaluaciones respecto a la Comunicación No Verbal en los proyectos formativos finales de la materia, a través de exposiciones

presentadas por los estudiantes, participaciones individuales, participación en talleres activos y juego de roles.

- e) Ejecución y seguimiento de las acciones propuestas a través de los informes semestrales propios de cada materia.

3. Etapa de ejecución, seguimiento y evaluación de las acciones.

Esta etapa tuvo como objetivo poner en práctica las acciones que condujeran al mejoramiento de la Formación en Comunicación No Verbal de los estudiantes y definir los indicadores esenciales para el seguimiento de las acciones propuestas.

Contiene acciones para:

- a) La implementación de metodologías de enseñanza enfocadas a la formación en Comunicación no verbal fueron aplicadas en la materia de Ventas, en los octavos semestres de la carrera de Ingeniería Comercial. Para el logro de este objetivo se realizó lo siguiente:

- La metodología se aplicó en la materia de Administración de Ventas, de octavo semestre de la carrera antes mencionada con una carga horaria de 6 horas semanales y un total de 96 sesiones.
- El curso contó con la participación de 40 estudiantes, divididos en seis grupos de trabajo; cuatro, con siete integrantes y dos, con seis.
- Las acciones aplicadas durante el proceso formativo en las primeras dos sesiones de clases, se explicó el contenido de la materia, y se anunció que el curso sería parte de una experiencia, para ello se solicitó la colaboración voluntaria de todos los estudiantes, con el fin de mejorar su Comunicación No Verbal al término del semestre. Las características metodológicas de mayor relevancia explicadas para la ejecución de la etapa de experimentación del proyecto fueron las siguientes:
 1. La materia tiene un enfoque participativo, se evaluará y dará puntaje a mayor protagonismo de los estudiantes, tanto en talleres, exposiciones y pro actividad durante las clases.
 2. Para las respectivas evaluaciones del desempeño de los estudiantes se contará con las rúbricas, cuyos criterios o indicadores están enfocados

a las habilidades comunicativas no verbales que categorizan o cuantifican el desenvolvimiento de ellos.

b) Evaluación inicial respecto a la Comunicación No Verbal de los estudiantes de octavo semestre de la carrera de Ingeniería Comercial de la ULVR. Esto se lo realizó en seis sesiones, equivalente a seis horas de clases.

1. A través de exposiciones grupales, para una evaluación previo a la aplicación de acciones metodológicas, en las que se evaluó el desempeño de la Comunicación No Verbal de los estudiantes respecto a los indicadores cronémicos, proxémicos, kinésicos, paralingüísticos y las normas sociales de conducta.
2. A través de talleres activos grupales se buscó medir el nivel de participación de los estudiantes, su pro actividad, su espontaneidad al expresarse y Comunicación No Verbal.

c) Capacitación a los estudiantes en Comunicación No Verbal, sus características e importancia en el ejercicio de su profesión. Esta actividad fue realizada durante dos sesiones de clases, equivalente a dos horas. Los objetivos, estructura y contenido de esta capacitación fueron:

1. ¿Qué es la Comunicación No Verbal?
2. Importancia de la Comunicación No Verbal en las personas.
3. Indicadores de la Comunicación No Verbal: paralingüísticos, kinésicos, proxémicos, cronémicos y las normas sociales de conducta.
4. Importancia de la Comunicación No Verbal en el ejercicio de la profesión, con un enfoque a los Ingenieros Comerciales.
5. Percepción del sector empresarial respecto a la Comunicación No Verbal en el ejercicio de la profesión de los Ingenieros Comerciales.

d. Aplicación de metodologías de enseñanza, que impulsen, promuevan la Comunicación No Verbal. Esto se efectuó durante 72 sesiones de clases, donde se realizaron las siguientes actividades:

1. Talleres activos: donde se realizaron lecturas de casos empresariales,

cuyo objetivo fue plantear preguntas abiertas que cuestionaran el conocimiento del estudiante y lo invitaran a sugerir una solución, criticar constructivamente, debatir en grupo, tomar la palabra y expresar ideas a su equipo de trabajo. Terminada la etapa de discusión grupal del caso, el docente realizó un conversatorio durante el cual incentivó la explicación del tema leído, exposición de las ideas y soluciones planteadas, las que debían ser defendidas por cada uno de los integrantes. En la intervención de cada estudiante, se fomentó y evaluó su Comunicación No Verbal, a través de la retroalimentación del docente al estudiante, sobre la expresión gestual que mostró durante la exposición. Esta actividad se la realizó una vez por semana, equivalente a 16 talleres activos durante todo el semestre, ocho en el primer parcial y ocho en el segundo parcial.

2. Exposiciones grupales: Fueron actividades donde se expuso al público trabajos investigativos pertenecientes a la asignatura de Administración de Ventas. Esta actividad se realizó tres veces en cada parcial, en total 6 veces durante un semestre, incluyendo en el proyecto formativo de la materia, actividad que fue realizada por grupos de trabajo, cuya finalidad fue la evaluación constante y mejoría continua del desempeño en la Comunicación No Verbal de cada estudiante al dirigirse a un público. Al final de cada exposición grupal, se dieron las correcciones y sugerencias a cada estudiante en cuanto a la materia y a su desenvolvimiento escénico, a su expresión corporal y Comunicación No Verbal en general, con la finalidad que tome apuntes y considere cada sugerencia para que, en la siguiente exposición, pueda mejorar su disertación.
 3. Juego de roles: Esta fue una actividad que se realizó 4 veces en el semestre, dos en cada parcial incluyendo la presentación final, cuyo objetivo fue que los estudiantes ejemplificaran el rol de un personaje a través de la actuación y dramatización con temas ligados a su profesión, como: la actitud de un gerente, un vendedor, servicios y atención al cliente, el cliente exigente, como empleado y otros. La finalidad fue fomentar la expresión corporal en el estudiante, los aspectos paralingüísticos de la Comunicación No Verbal, su creatividad y la pérdida de temor al público.
- e) Evaluación constante de los indicadores de la Comunicación No Verbal. Esta fue la estrategia principal, donde todos los estudiantes en cada actividad que

realizaban se les hacía una evaluación respecto a su mejoría y aspectos que debería corregir en su Comunicación No Verbal, situación que permitía la mejora continua a través de la retroalimentación.

- f) Finalmente los estudiantes culminaron con la presentación de un producto a través de una exposición y una actuación (juego de roles), cuya finalidad era la de promocionar y vender el producto a un consumidor que se debería sentir atraído por su presentación.
- g) En las sesiones de prácticas pre profesionales de cada uno de los estudiantes, fueron evaluados y guiados por un docente que, visita al empleador para ver cuál ha sido su desempeño en las labores que ha realizado, obteniendo al mismo tiempo una retroalimentación directa. En el transcurso de la realización de las prácticas el docente guía y orienta al estudiante, tanto en su disciplina como en su Comunicación No Verbal con la finalidad de mostrar buena presencia, predisposición y atención a los requerimientos solicitados durante las prácticas ejercidas.

4. Etapa de cierre y rediseño de metodologías

Esta etapa tiene como objetivos, valorar la formación en Comunicación No Verbal de los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial así como los logros obtenidos en la implementación del sistema de acciones.

Para ello se desarrollaron acciones encaminadas a:

- a) Intercambio con docentes y estudiantes, para analizar los logros que se han producido en la Comunicación No Verbal de los estudiantes.
 - 1. Intercambio con docentes involucrados en la etapa de implementación: Dentro de las evaluaciones realizadas al final de la experimentación, se hizo una comparación del antes y después de la aplicación de las metodologías de enseñanzas en el fortalecimiento de la Comunicación No Verbal, donde se evidenciaron las siguientes mejoras en los estudiantes:
 - Dominio escénico, movimientos y gestualidad durante las exposiciones.
 - Presentación en cuanto a imagen y presentación de las diapositivas.

- Control del tiempo de su exposición. Todos los grupos llegaron a tener un control total sobre el tiempo de exposición.
- Interacción con el público, tanto así que en su exposición de evaluación inicial no hicieron ninguna interacción, se pasó a un escenario final de preguntas y respuestas durante la exposición, creando debate e incentivando la participación de los oyentes.
- Contacto visual no centrándose en las primeras filas, sino llegar a tener contacto con todo el público del auditorio.
- Perdieron el miedo escénico al presentar dramatizaciones y juegos de roles, logrando que se rompan barreras comunicativas y de expresión, así como la vergüenza y la limitación a la espontaneidad.

2. No hubo mejoras notorias en los siguientes aspectos:

- El tono de voz no evolucionó en gran medida, este es uno de los indicadores con menor desempeño, sin embargo no afectó en la disertación ya que el grupo mantenía la disciplina y respeto hacia los expositores.
- La entonación, fue un indicador que no tuvo ventaja, a los estudiantes les fue difícil resaltar o cambiar su tono en momentos de relevancia o resaltar alguna información.
- El grado de intimidad y formalidad durante la conversación, fue otro indicador que no tuvo mayor evolución, puesto que va de la mano con su desarrollo cultural y características personales, por lo que se considera que la etapa propia de la edad induce a que no haya un desempeño formal e íntimo de los expositores, incluso, no se evidenció en ninguna exposición una postura íntima, formal o seria al abordar un tema.

b) Otra acción fue la realización de un evento de socialización de las experiencias obtenidas con la aplicación de las acciones para el mejoramiento de la Formación en Comunicación No Verbal y en la aplicación de estrategias metodológicas favorecedoras. Actividad que se desarrolló con los docentes de la carrera de Ingeniería Comercial, una vez obtenidos los resultados.

- c) Intercambio en las empresas –con los tutores, empleadores y estudiantes– acerca de los logros en la Formación en Comunicación No Verbal a través de su práctica pre profesional.
- d) Valoración del desarrollo alcanzado por los estudiantes en la Formación en Comunicación No Verbal.

Se aplicó un cuestionario de salida –que se comparó con el cuestionario de diagnóstico inicial– a 64 estudiantes de los Octavos semestres (cuarto año en malla anual), para que valoraran los cambios que, en su opinión, se habían producido.

Para comparar el diagnóstico inicial se consideró solo el cuestionario aplicado a los estudiantes de séptimos semestres, los que fueron objeto de la implementación de las acciones en el semestre inmediato superior.

Como se puede observar en la figura 9, se produjeron cambios, sobre todo, en el parámetro que refiere deficiente formación, que las respuestas en el diagnóstico final se trasladaron a los parámetros de formación media, buena y muy buena formación. También disminuyó el parámetro muy deficiente formación.

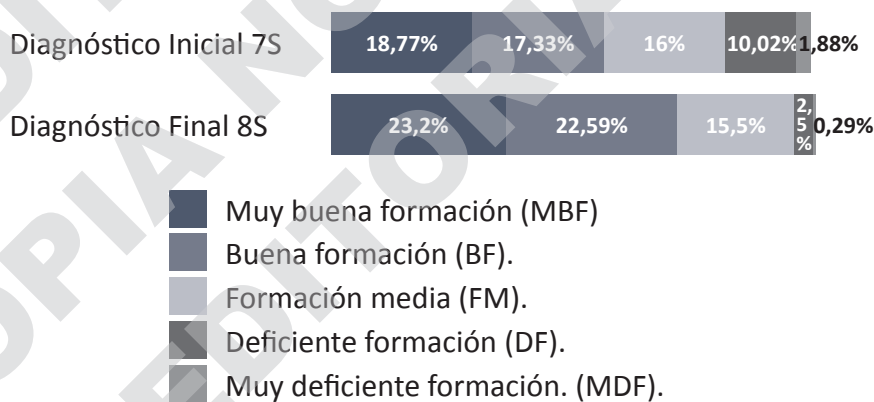


Figura 9. Resultado comparativo de diagnóstico inicial y final.
Fuente: Cuestionario a estudiantes.

- Conclusiones
- Recomendaciones
- Referencias
- Anexos

Conclusiones

El proyecto de investigación ha pretendido contribuir a la formación de un profesional de la carrera de Ingeniería Comercial de mayor calidad, con mejores competencias para insertarse en el mundo laboral para asegurar procesos de negociación de acuerdos comerciales y de protección a inversiones que fomenten la transformación productiva, la desagregación y transferencia tecnológica dentro del territorio nacional, así como el impulso a procesos soberanos de contratación pública que eviten una competencia desleal entre proveedores ecuatorianos e internacionales, y promuevan una prestación justa y de calidad en los servicios, todas aspiraciones del Plan Nacional para el Buen Vivir.

Los empleadores de las empresas privadas de la ciudad de Guayaquil consideran muy importante la formación en Comunicación No Verbal de los futuros ingenieros comerciales, sin embargo no siempre tienen en cuenta este aspecto en la selección del personal para sus empresas. Consideran que la formación en este tipo de comunicación de los egresados no alcanza el estado deseado de acuerdo con las exigencias del mundo laboral y empresarial.

La formación en Comunicación No Verbal de los futuros ingenieros comerciales se encuentra en un nivel medio de desarrollo, con mayores dificultades en las dimensiones paralingüística, proxémica y cronémica. La dimensión con menos dificultades en el estudio realizado fue la relacionada con las Normas sociales de conducta. La más afectada fue la dimensión paralingüística.

Una propuesta de acciones que considere metodologías de enseñanza aprendizaje favorecedoras de un aprendizaje activo y participativo, donde se potencie el rol

profesional de los estudiantes, contribuye a la formación en Comunicación No Verbal de los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial.

EDITORIAL ULVR
COPIA NO COMERCIAL
EDITORIAL ULVR

Recomendaciones

Para lograr la formación en Comunicación No Verbal, Albellán y Delgado (2007) hacen un conjunto de recomendaciones para ser consideradas en el proceso de enseñanza aprendizaje. De estas recomendaciones se han seleccionado aquellas que más se relacionan con la formación en Comunicación kinestésica de los estudiantes de Ingeniería Comercial, objeto de la investigación. Ellas son:

- Una correcta conducta expresiva dará mejor comunicación y entendimiento.
- El exceso de comunicación extraverbal puede ocasionar problemas muy graves.
- Sonría siempre, que su rostro dará un criterio sobre usted agradable.
- La manera de hablar aporta rasgos de nuestra personalidad.
- Un correcto contacto visual será bueno para que la comunicación fluya sin problemas.
- Mire siempre a la cara del interlocutor que se encuentra con usted; esto denota siempre franqueza y no evasivas.
- Combine la utilización de mímica facial con el contacto visual, dará mejor resultados.
- Cuando te comunicas busca una ocupación a las manos para que estas den una idea de tus verdaderos estados emocionales.

- Que exista una correcta postura cuando se entabla una comunicación o diálogo con las personas.
- Que se respete el empleo del espacio en la comunicación interpersonal.

Estas recomendaciones deben ser observadas por los docentes que imparten clases en la formación inicial de los ingenieros comerciales y a su vez, deben estimular su conocimiento por parte de los estudiantes a través de métodos y técnicas que propicien el desarrollo de la Comunicación No Verbal.

A partir de los resultados una vez implementada la propuesta, se recomienda ampliar el estudio diagnóstico realizado a la actual carrera de Administración de Empresas.

Analizar en los sílabos, de las distintas asignaturas de las carreras de Ingeniería Comercial y de Administración de Empresas, las estrategias metodológicas que permitan el mejoramiento de la formación en Comunicación No Verbal y su tratamiento como un eje transversal.

Incluir el análisis del tratamiento a la formación en Comunicación No Verbal en el desarrollo y evaluación curricular de la carrera en relación con la pertinencia del profesional que entrega para responder a las necesidades de las zonas de desarrollo según el Plan Nacional del Buen Vivir.

Hacer extensivo a otras carreras el estudio científico realizado.

Referencias

- Albellán, O. y Delgado, I. (25 de marzo, 2007). *Las habilidades en la comunicación y la competencia comunicativa. Página 2*. [Ensayo en línea]. Recuperado de <https://bit.ly/2k1AAWM>
- Álvarez, M. (2008). El lenguaje corporal. En A. Fernández, M. Álvarez y C. Reinoso. *Comunicación educativa y grupo escolar* (pp. 32-38). [Material de maestría]. Recuperada de <https://bit.ly/2k8ibb0>
- Ander-Egg, E. y Aguilar, M. (1985). *Cómo aprender a hablar en público*. Recuperado de <https://bit.ly/2lArkJQ>
- Arellano, N. (julio 2006). Las barreras en la comunicación no verbal entre docente – alumno. *Revista ORBIS. Ciencias Humanas*, 2(4), 3-38. Recuperado de <https://bit.ly/2k3Pfkp>
- Bermúdez, R y Pérez, L. (2008). Comunicación Positiva en Educación. En *EcuRed* [Blog]. Recuperado de <https://bit.ly/2kmuYqw>
- Bermúdez, R. y León, M. (2014). *Pedagogía de la Educación Técnica y Profesional*. La Habana, Cuba: Editorial Pueblo y Educación.
- Borisoff, D. y Victor, D. (1991). *Gestión de conflictos: Un enfoque de las técnicas de comunicación*. Madrid, España: Díaz de Santos.
- Bris, E. (2012). *Sistema de acciones de superación para la preparación en comunicación no verbal de los egresados de periodismo y comunicación social en el medio televisivo*. (Tesis de maestría, Universidad de Ciencias Pedagógicas “Héctor Alfredo Pineda Zaldívar”, La Habana, Cuba).

- Cantillo, M. (2014). *El uso del lenguaje no verbal en la comunicación docente universitaria, implicaciones y efectos en la eficacia comunicativa*. (Tesis doctoral, Universidad de Alicante, Alicante, España) Recuperada de <https://bit.ly/2IW4T1E>
- Carral, E. (2005). *Propuesta metodológica para el desarrollo de la comunicación profesor alumno en las clases de la secundaria básica* (Tesis de doctorado, Instituto Superior Pedagógico “Félix Varela y Morales”, Villa Clara, Cuba). Recuperada de <https://bit.ly/2IArCQW>
- Centro Virtual Cervantes. (s. f.). *Competencias comunicativas*. En *Diccionario de términos clave de ELE* [Blog]. Recuperado de <https://bit.ly/1Cx0ezT>
- Chávez, J., Suárez, A. y Permuy, L. (2003). *Un acercamiento necesario a la Pedagogía General* [Clase virtual]. Recuperada de <https://bit.ly/2OoyYom>
- Fonseca, M., Correa, A., Pineda, M. y Lemus, F. (2016.) *Comunicación Oral y Escrita* (2ª ed.). Recuperado de <https://bit.ly/2IGu7Ru>
- Givens, D. (2016). The Nonverbal Dictionary of Gestures, Signs & Body Language Cues. En *Center for Nonverbal Studies* [Diccionario en línea]. Recuperado de <https://bit.ly/2k43Tbg>
- Goleman, D. (1997). *Inteligencia Emocional*. New York, EEUU: Bantam Books.
- Hall, E. (1959). *The Silent Language*. Recuperado de <https://bit.ly/2fIR0OP>
- _____. (1966). *The hidden dimension*. Nueva York, USA: Editorial Doubleday.
- León, M., Gallegos, F, Iturralde, R. y Rodríguez, V. (2015). La formación en Comunicación No Verbal de los ingenieros comerciales en la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil. Proyecto de investigación. *YACHANA Revista Científica. Edición Especial*, 4, 122-128. Recuperado de <https://bit.ly/2IArFw6>
- Leontiev, A. (1981). *Psychology and the Language Learning Process* [Capítulo 3]. Recuperado de <https://bit.ly/2IGu8Vy>
- _____. (1987). La Actividad y la Comunicación. En: *Cuestiones de la Filosofía* (pp. 25-36). La Habana, Cuba: Editorial de Ciencias Sociales.

- Lomov, B. (1989). *El problema de la comunicación en Psicología*. La Habana, Cuba: Editorial de Ciencias Sociales.
- López, J., Esteba, M., Rosés, M., Chávez, J, Valera, O. y Ruíz, A. (2002). Marco conceptual para la elaboración de una teoría pedagógica. En G. García (Comp.). *Compendio de Pedagogía* (pp. 45-60). Recuperado de <https://bit.ly/2kvXDt7>
- Losada, F. (febrero, 2001). El espacio vivido. Una aproximación semiótica. *Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy*, 17, 270-294. Recuperado de <https://bit.ly/2sZziMk>
- Marsellach, G. (30 de junio, 2007). Comunicación y habilidades sociales. En *Mariadelancomar's* [Texto en un Blog]. Recuperado de <https://bit.ly/2kmrLY1>
- Montes, J. (1 de febrero, 2012). Fundamentos de la comunicación en su vínculo (1ª parte). En *Monografias.com* [Blog]. Recuperado de <https://bit.ly/2kmrODb>
- Ojalvo, V. (1999). *¿Cómo hacer más efectiva la comunicación?* La Habana, Cuba: CEPES.
- Ojalvo V. y Castellanos, A. (2000). *La comunicación educativa*. La Habana, Cuba: Centro de Estudios de Perfeccionamiento de la Educación Superior.
- Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española* (23ª ed.). Madrid, España: Autor.
- Sánchez, G. (2009) La Comunicación No Verbal. *Suplementos*, 8, 1-16. Recuperado de shorturl.at/krsA4
- Sandoval, J. (s. f.). *Elementos paralingüísticos* (Ensayo). Recuperado de <https://bit.ly/2k1B67a>
- Shannon, C. (Julio-octubre, 1948). A Mathematical Theory of Communication [Reimpreso con correcciones]. *The Bell System Technical Journal*, 27, 379-423, 623-656. Recuperado de <https://bit.ly/2IW58K6>
- Sorolla, I. (2002). *Modelo pedagógico de la actuación discursiva con fines*

profesionales. (Tesis doctoral sin publicar, Universidad de La Habana, La Habana, Cuba).

_____. (agosto-octubre, 2010). La comunicación profesional en la gestión migratoria internacional [Artículo en línea]. *Razón y Palabra*, 73. Recuperado de <https://bit.ly/2Yzkovd>

Torres, G., Pérez, O. y Cuevas, C. (2005). *Comunicación y manejo de conflictos en la dirección de la escuela politécnica*. La Habana, Cuba: UCPETP.

Valcárcel, N. (2001a). *La comunicación profesional*. Ciudad de La Habana, Cuba; Centro Nacional de Educación Avanzada (CENESEDA).

_____. (2001b). *Comunicación Empresarial*. La Habana. Cuba: Centro de Capacitación del Ministerio de la Construcción.

Van Dijk, T. (1996). *Estructura y funciones del discurso. Una introducción interdisciplinaria a la lingüística del texto y a los estudios del discurso* (10ª ed.). Recuperado de <https://bit.ly/VsXvRK>

anexos

Anexo 1. Entrevista a Especialista en Comunicación

Objetivo

Obtener la opinión de expertos en comunicación respecto a los indicadores determinados de Formación en Comunicación No Verbal en general y específicamente, de los egresados universitarios, con énfasis en los ingenieros comerciales, así como, las acciones que deben emprenderse desde el proceso de enseñanza-aprendizaje para la formación de los futuros profesionales.

Datos generales.

Nombre del experto: EABR

Título académico/Grado Científico: Máster en Pedagogía Profesional

Lugar donde trabaja: Instituto Superior de Diseño. Universidad de La Habana.

Estimado profesor:

Nuestro equipo de investigación está realizando un estudio con el fin de contribuir a la formación en Comunicación No Verbal (CNV) de los futuros ingenieros comerciales de la ULVR de Guayaquil. Nos interesa sobre manera su opinión respecto a qué debe caracterizar la Comunicación No Verbal de los profesionales en sentido general, pero especialmente, la de los ingenieros comerciales, profesionales que se desempeñan en la concreción de planes, proyectos y negocios con las distintas empresas públicas y privadas, así como las acciones que deben emprenderse desde el proceso de enseñanza-aprendizaje para su formación en los futuros profesionales.

De antemano le agradecemos el tiempo que nos dediquen y sus valiosas opiniones.

1. Cómo definiría la Comunicación No Verbal y qué características esenciales le atribuye.

La Comunicación No Verbal se refiere a todos aquellos elementos del acto comunicativo que se asocian a las palabras para conseguir que estas adquieran determinados significados. Así, todos los gestos de la cara, de las manos, del cuerpo, posiciones que adoptamos es Comunicación No Verbal.

La Comunicación No Verbal prescinde por completo del uso de palabras, ya sean escritas o pronunciadas, utilizando en su lugar formas, colores, gestos, lenguaje corporal, expresión facial, el contacto visual, la comunicación de objetos tales como ropa, peinados o incluso la arquitectura, símbolos visuales, la infografía, entre otros recursos eventualmente efectivos como la proxemia y el sistema háptico, propios de la comunicación interpersonal. Son las formas visuales, sus atributos (color, forma, proporciones, movimiento) los principales recursos de la Comunicación No Verbal. Aunque pueden resultar eficaces donde las barreras idiomáticas tornen compleja la comunicación, no logran desligarse de los vínculos culturales que imponen una determinada estrategia de codificación/decodificación a realizarse entre los participantes de un determinado intercambio de información.

2. En el caso especial de los ingenieros comerciales o (administradores de empresas o de áreas funcionales de la empresa), ¿cuáles serían en su opinión las características esenciales de la Comunicación No Verbal?

Las características esenciales de la Comunicación No Verbal serían aquellas que permitan enfatizar la comunicación interpersonal, es decir, todos aquellos recursos que permitan acceder a las emociones de los demás, dicha entrada radicaría en la capacidad del receptor para y captar los mensajes no verbales (el tono de voz, los gestos, la expresión facial, entre otros).

3. Le damos un término para que Ud. nos diga, qué importancia le concede a este aspecto en la Comunicación No Verbal de los ingenieros comerciales: (Importante, no es importante).

1.1. El volumen de la vozImportante

1.2. La entonación. Importante

- 1.3. La fluidez. ...Importante
- 1.4. La claridad. ...Importante
- 1.5. El tiempo de habla...Importante
- 1.6. La velocidad (o el ritmo)...Importante
- 1.7. El uso de los silencios y las pausas en el discurso. ...No es tan importante
- 2.1. La gestualidad. Importante
- 2.2. La expresión de la cara y el cuerpo Importante
- 2.2.1. La mirada Importante
- 2.2.2. La sonrisa Importante
- 2.2.3. La expresión facial... Importante
- 2.3. La postura... Importante
- 2.4. Grado de intimidad/formalidad de la relación durante la conversación.... No es tan importante
- 3.1. Grado de proximidad con el interlocutor...No es tan importante
- 3.2. Contacto visual con el interlocutor... Importante
- 3.3. Apariencia personal... Importante
- 4.1. Capacidad de síntesis... No es tan Importante
- 4.2. Manejo del tiempo en el discurso... Importante
- 5.1. Uso adecuado de recursos de apoyo (catálogos, trípticos, poster, diapositivas)... Importante
- 6.1. Forma de caminar de acuerdo a la situación comunicativa no es tan Importante
- 6.2. Modales que demuestra en reuniones sociales... Importante
- 6.3. Ajuste a las características del contexto cultural en el que se encuentra Importante

4. En su opinión, ¿qué acciones (metodologías) deberían realizarse en el proceso de enseñanza aprendizaje para formar (desarrollar) en los futuros egresados ingenieros comerciales la Comunicación No Verbal?

Los profesores tendrían que aplicar métodos que permitan desarrollar en la práctica estos aspectos, así sugiero métodos activos como la simulación y los juegos de roles. Ellos ponen a los futuros ingenieros en situaciones comunicativas que les permiten entrenar todos los elementos que caractericen la CNV en estos profesionales

5. ¿Qué sugerencias puede hacer desde el punto de vista del diseño curricular, respecto al tratamiento que debe darse a la Comunicación No Verbal de los futuros ingenieros comerciales?

Considero que debe ser un eje transversal en la carrera y tratarse en cada materia como parte de las competencias profesionales que hay que desarrollar

Anexo 2. Guía de observación al proceso de enseñanza-aprendizaje

Objetivo

Comprobar en la práctica la formación en Comunicación No Verbal de los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial de la ULVR.

Orientaciones al observador

Nuestro equipo de investigación está realizando un estudio con el fin de contribuir a la formación en Comunicación No Verbal (CNV) de los futuros ingenieros comerciales de la ULVR de Guayaquil.

Una característica importante de todo profesional que emplee la comunicación como medio de trabajo, es el dominio de los medios no verbales de comunicación. Estos son el empleo comunicativo de un conjunto de elementos de carácter no verbal, que acompañan, modifican o sustituyen los medios del lenguaje verbal o las palabras. Entre ellos se encuentran elementos paralingüísticos, dentro de los que están la modulación de la voz, el uso de las pausas, los silencios en el discurso, las expresiones de la cara y el cuerpo, la distancia que mantiene la persona durante la conversación, el acercamiento interpersonal con el interlocutor, su apariencia personal, el contacto visual que mantiene así como el uso que hace de la capacidad de síntesis y el manejo del tiempo.

Nos interesa que anote de la manera más objetiva posible, cómo usted percibe la formación en CNV de los estudiantes de la carrera. Al observar, marque con una X el nivel de desarrollo que le concede a estas características en la actividad observada., donde 1 es el valor más bajo y 5 es el valor más alto de desarrollo.

Gracias anticipadas

Anote objetivamente, ¿qué grado de desarrollo manifiestan los estudiantes en cada una de estas características de la Formación en Comunicación No Verbal? Recuerde que los parámetros seguidos son los siguientes:

- 5. Muy buena formación (MBF).
- 4. Buena formación (BF).
- 3. Formación media (FM).
- 2. Deficiente formación (DF).
- 1. Muy deficiente formación. (MDF).

#	Características	1	2	3	4	5
		MDF	DF	FM	BF	MBF
1.1.	Volumen de la voz					
1.2.	La entonación.					
1.3.	La fluidez.					
1.4.	La claridad.					
1.5.	El tiempo de habla					
1.6.	La velocidad (o el ritmo).					
1.7.	El uso de los silencios y las pausas en el discurso.					
2.1.	La gestualidad.					
2.2.	La expresión de la cara y el cuerpo					
2.2.1.	La mirada					
2.2.2.	La sonrisa					
2.2.3.	La expresión facial					
2.3.	La postura.					
2.4.	Grado de intimidad/formalidad de la relación durante la conversación u exposición					
3.1.	Grado de proximidad con el interlocutor					
3.2.	Contacto visual con el interlocutor					
3.3.	Apariencia personal					
4.1.	Capacidad de síntesis					
4.2.	Manejo del tiempo en el discurso					
5.1.	Uso adecuado de recursos de apoyo (catálogos, trípticos, poster, diapositivas).					
6.1.	Forma de caminar de acuerdo a la situación comunicativa					
6.2.	Modales que demuestra					
6.3.	Ajuste a las características del contexto cultural en el que se encuentra					

Anexo 3. Encuestas aplicadas a Docentes, Estudiantes y Empleadores

Anexo 3.1. Encuesta dirigida a Empleadores

Facultad de Ciencias Administrativas

Proyecto de Investigación Código: IC-ULVR-14-31

Formación en Comunicación No Verbal de los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial.

Objetivo

Identificar la percepción del mercado laboral respecto a la formación en Comunicación No Verbal de los egresados ingenieros comerciales, así como su importancia y cuánto la tienen en cuenta en la selección del personal de su empresa.

Datos generales

Nombre de la empresa: _____

Cargo: _____ Años de experiencia en el cargo: _____

Nombre del entrevistado: _____

Estimado empleador:

Nuestro equipo de investigación está realizando un estudio con el fin de contribuir a la formación en Comunicación No Verbal (CNV) de los futuros egresados de Ingeniería Comercial de la ULVR de Guayaquil.

Nos interesa sobre manera su opinión respecto a qué importancia le concede a este aspecto como parte de la formación profesional de los ingenieros comerciales. También interesa saber, cómo usted percibe la formación en CNV de estos profesionales, y de qué manera ha considerado este aspecto en la aceptación o no de los optantes a ocupar plazas en su empresa.

De antemano le agradecemos el tiempo que nos dedique, así como sus valiosas opiniones.

Explicación necesaria

Una característica importante de todo profesional que emplee la comunicación como medio de trabajo, es el dominio de los medios no verbales de comunicación. Estos son el empleo comunicativo de un conjunto de elementos de carácter no verbal, que acompañan, modifican o sustituyen los medios del lenguaje verbal o las palabras.

Entre ellos se encuentran la modulación de la voz y el uso de las pausas y los silencios en el discurso, las expresiones de la cara y el cuerpo, la distancia que mantiene la persona durante la conversación, el acercamiento interpersonal con el interlocutor, su forma de caminar, su apariencia personal y el contacto visual que mantiene así como el uso que hace de la capacidad de síntesis y el manejo del tiempo.

La tabla que aparece a continuación, recoge los elementos que deben caracterizar la CNV de los ingenieros comerciales. Marque con una X en una escala de 1 al 5 la importancia que le concede a estos aspectos como parte de la formación profesional de los ingenieros comerciales, en la que 1 es la menor importancia y 5 es la mayor importancia.

#	Indicadores de formación en CNV	1	2	3	4	5
1.1.	El volumen: proyección de la voz al auditorio					
1.2.	La entonación, variación del tono de voz respecto a lo que siente o expresa la persona.					
1.3.	La fluidez, facilidad y espontaneidad para expresar una idea.					
1.4.	La claridad los mensajes son entendibles.					
1.5.	La velocidad, tiempo de articulación de las palabras.					
1.6.	El uso de los silencios y las pausas en el discurso.					
2.1.	La gestualidad.					
2.2.	La expresión de la cara y el cuerpo.					
2.2.1.	La sonrisa.					
2.2.2.	La expresión facial.					
2.3.	La postura.					
2.4.	Grado de intimidad/formalidad de la relación durante la conversación.					
3.1.	Grado de proximidad con el interlocutor.					
3.2.	Contacto visual con el interlocutor					

#	Indicadores de formación en CNV	1	2	3	4	5
3.3.	Apariencia personal.					
4.1.	Capacidad de síntesis.					
4.2.	Manejo del tiempo en el discurso					
5.1	Uso adecuado de recursos de apoyo (catálogos, trípticos, poster, diapositivas).					
6.1	Forma de caminar de acuerdo a la situación comunicativa					
6.2	Modales que demuestra en reuniones sociales					
6.3.	Ajuste a las características del contexto cultural en el que se encuentra					

Si desea hacer alguna referencia a algún aspecto particular, escriba aquí sus opiniones _____

Comente

Marque con una X de qué manera Ud. ha tenido en cuenta estos indicadores en la aceptación o no de los optantes a ocupar plazas en su empresa. Recuerde que 1 es cuando menos lo tuvo en cuenta y 5 es cuando lo tuvo en cuenta en mayor grado.

#	Indicadores de formación en CNV	1	2	3	4	5
1.1.	El volumen: proyección de la voz al auditorio					
1.2.	La entonación, variación del tono de voz respecto a lo que siente o expresa la persona.					
1.3.	La fluidez, facilidad y espontaneidad para expresar una idea.					
1.4.	La claridad los mensajes son entendibles.					
1.5.	La velocidad, tiempo de articulación de las palabras.					
1.6.	El uso de los silencios y las pausas en el discurso.					
2.1.	La gestualidad.					
2.2.	La expresión de la cara y el cuerpo.					
2.2.1.	La sonrisa.					
2.2.2.	La expresión facial.					
2.3.	La postura.					
2.4.	Grado de intimidad/formalidad de la relación durante la conversación.					
3.1.	Grado de proximidad con el interlocutor.					

#	Indicadores de formación en CNV	1	2	3	4	5
3.2.	Contacto visual con el interlocutor					
3.3.	Apariencia personal.					
4.1.	Capacidad de síntesis.					
4.2.	Manejo del tiempo en el discurso					
5.1	Uso adecuado de recursos de apoyo (catálogos, trípticos, poster, diapositivas).					
6.1	Forma de caminar de acuerdo a la situación comunicativa					
6.2	Modales que demuestra en reuniones sociales					
6.3.	Ajuste a las características del contexto cultural en el que se encuentra					

Si desea hacer alguna referencia a algún aspecto particular, escriba aquí sus opiniones _____

Marque con una cruz, cómo Ud. percibe la formación en CNV que tienen los profesionales ingenieros comerciales de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, que ha recibido en su empresa. Tenga en cuenta que 1 es una deficiente formación y 5 es muy buena formación. Recuerde que los parámetros seguidos son los siguientes:

- 5. Muy buena formación (MBF).
- 4. Buena formación (BF).
- 3. Formación media (FM).
- 2. Deficiente formación (DF).
- 1. Muy deficiente formación. (MDF).

#	Indicadores de formación en CNV	1	2	3	4	5
		MDF	DF	FM	BF	MBF
1.1.	El volumen: proyección de la voz al auditorio					
1.2.	La entonación, variación del tono de voz respecto a lo que siente o expresa la persona.					
1.3.	La fluidez, facilidad y espontaneidad para expresar una idea.					

#	Indicadores de formación en CNV	1	2	3	4	5
		MDF	DF	FM	BF	MBF
1.4.	La claridad los mensajes son entendibles.					
1.5.	La velocidad, tiempo de articulación de las palabras.					
1.6.	El uso de los silencios y las pausas en el discurso.					
2.1.	La gestualidad.					
2.2.	La expresión de la cara y el cuerpo.					
2.2.1.	La sonrisa.					
2.2.2.	La expresión facial.					
2.3.	La postura.					
2.4.	Grado de intimidad/formalidad de la relación durante la conversación.					
3.1.	Grado de proximidad con el interlocutor.					
3.2.	Contacto visual con el interlocutor					
3.3.	Apariencia personal.					
4.1.	Capacidad de síntesis.					
4.2.	Manejo del tiempo en el discurso					
5.1	Uso adecuado de recursos de apoyo (catálogos, trípticos, poster, diapositivas).					
6.1	Forma de caminar de acuerdo a la situación comunicativa					
6.2	Modales que demuestra en reuniones sociales					
6.3.	Ajuste a las características del contexto cultural en el que se encuentra					

Si desea hacer alguna referencia a algún aspecto particular, escriba aquí sus opiniones

Anexo 3.2. Encuesta dirigida a Estudiantes acerca de su Formación en Comunicación No Verbal

Facultad de Ciencias Administrativas

Proyecto de Investigación Código: IC-ULVR-14-31

Formación en Comunicación No Verbal de los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial.

Objetivo

Identificar la opinión de los estudiantes respecto a su formación en Comunicación No Verbal como exigencia en su formación profesional.

Datos generales

Año que cursa: _____ ¿Estrabajador? _____ ¿Es solo estudiante? _____

Valoración que tiene de su conocimiento del mercado laboral:

Alto ____ Medio ____ Bajo ____

Estimado estudiante:

Nuestro equipo de investigación está realizando un estudio con el fin de contribuir a la formación en Comunicación No Verbal (CNV) de los futuros egresados de Ingeniería Comercial de la ULVR de Guayaquil. Nos interesa sobre manera su opinión respecto a qué valoración tienen acerca de su formación en Comunicación No Verbal, sobre todo, durante su estancia en la carrera.

Explicación necesaria

Una característica importante de todo profesional que emplee la comunicación como medio de trabajo, es el dominio de los medios no verbales de comunicación. Estos son el empleo comunicativo de un conjunto de elementos de carácter no verbal, que acompañan, modifican o sustituyen los medios del lenguaje verbal o las palabras. Entre ellos se encuentran elementos paralingüísticos, como la modulación de la voz y el uso de las pausas y los silencios en el discurso; también las expresiones de la cara y el cuerpo, la distancia que mantiene la persona durante la conversación, el acercamiento interpersonal con el interlocutor, su apariencia personal y el contacto visual que mantiene así como el uso que hace de la capacidad de síntesis y el manejo del tiempo.

¿Qué valoración tienen acerca de su formación en Comunicación No Verbal? Le solicitamos muy comedidamente, autoevalúe este aspecto. Tenga en cuenta que los parámetros para su opinión son los siguientes:

5. Muy buena formación (MBF).
4. Buena formación (BF).
3. Formación media (FM).
2. Deficiente formación (DF).
1. Muy deficiente formación. (MDF).

#	Características	1	2	3	4	5
		MDF	DF	FM	BF	MBF
1.1.	Volumen de la voz					
1.2.	La entonación.					
1.3.	La fluidez.					
1.4.	La claridad.					
1.5.	El tiempo de habla					
1.6.	La velocidad (o el ritmo).					
1.7.	El uso de los silencios y las pausas en el discurso.					
2.1.	La gestualidad.					
2.2.	La expresión de la cara y el cuerpo					
2.2.1.	La mirada					
2.2.2.	La sonrisa					
2.2.3.	La expresión facial					
2.3.	La postura.					
2.4.	Grado de intimidad/formalidad de la relación durante la conversación u exposición					
3.1.	Grado de proximidad con el interlocutor					
3.2.	Contacto visual con el interlocutor					
3.3.	Apariencia personal					
4.1.	Capacidad de síntesis					
4.2.	Manejo del tiempo en el discurso					
5.1.	Uso adecuado de recursos de apoyo (catálogos, trípticos, poster, diapositivas).					
6.1.	Forma de caminar de acuerdo a la situación comunicativa					
6.2.	Modales que demuestra					
6.3.	Ajuste a las características del contexto cultural en el que se encuentra					

Anexo 3.3. Encuesta dirigida a Docentes sobre Formación en Comunicación No Verbal de los estudiantes, futuros Ingenieros Comerciales

Facultad de Ciencias Administrativas

Proyecto de Investigación Código: IC-ULVR-14-31

Formación en Comunicación No Verbal de los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial.

Objetivo

Identificar la opinión de los docentes respecto a la formación en Comunicación No Verbal de sus estudiantes en la carrera de Ingeniería Comercial de la ULVR.

Estimado docente:

Nuestro equipo de investigación está realizando un estudio con el fin de contribuir a la formación en Comunicación No Verbal (CNV) de los futuros egresados de Ingeniería Comercial de la ULVR de Guayaquil. Nos interesa sobre manera su opinión respecto a la formación en CNV de nuestros estudiantes, futuros ingenieros comerciales, por lo que le hacemos unas preguntas al respecto.

De antemano le agradecemos el tiempo que nos dedique, así como sus valiosas opiniones.

Explicación necesaria

Una característica importante de todo profesional que emplee la comunicación como medio de trabajo, es el dominio de los medios no verbales de comunicación. Estos son el empleo comunicativo de un conjunto de elementos de carácter no verbal, que acompañan, modifican o sustituyen los medios del lenguaje verbal o las palabras. Entre ellos se encuentran elementos paralingüísticos, como la modulación de la voz y el uso de las pausas y los silencios en el discurso; también las expresiones de la cara y el cuerpo, la distancia que mantiene la persona durante la conversación, el acercamiento interpersonal con el interlocutor, su apariencia personal y el contacto visual que mantiene así como el uso que hace de la capacidad de síntesis y el manejo del tiempo.

¿Cómo categoriza la formación en Comunicación No Verbal de sus estudiantes? Tenga en cuenta que los parámetros para su opinión son:

5. *Muy buena formación (MBF).*
 4. *Buena formación (BF).*
 3. *Formación media (FM).*
 2. *Deficiente formación (DF).*
 1. *Muy deficiente formación. (MDF).*

#	Características	1	2	3	4	5
		MDF	DF	FM	BF	MBF
1.1.	Volumen de la voz					
1.2.	La entonación.					
1.3.	La fluidez.					
1.4.	La claridad.					
1.5.	El tiempo de habla					
1.6.	La velocidad (o el ritmo).					
1.7.	El uso de los silencios y las pausas en el discurso.					
2.1.	La gestualidad.					
2.2.	La expresión de la cara y el cuerpo					
2.2.1.	La mirada					
2.2.2.	La sonrisa					
2.2.3.	La expresión facial					
2.3.	La postura.					
2.4.	Grado de intimidad/formalidad de la relación durante la conversación u exposición					
3.1.	Grado de proximidad con el interlocutor					
3.2.	Contacto visual con el interlocutor					
3.3.	Apariencia personal					
4.1.	Capacidad de síntesis					
4.2.	Manejo del tiempo en el discurso					
5.1.	Uso adecuado de recursos de apoyo (catálogos, trípticos, poster, diapositivas).					
6.1.	Forma de caminar de acuerdo a la situación comunicativa					
6.2.	Modales que demuestra					
6.3.	Ajuste a las características del contexto cultural en el que se encuentra					

Si desea hacer alguna referencia a algún aspecto particular, escriba aquí sus opiniones _____

Anexo 4. Entrevistas a Directivos de la Carrera

Objetivo

Conocer la opinión que tienen los directivos de la carrera, respecto a la formación en Comunicación No Verbal de los estudiantes de Ingeniería Comercial

Estimado/a directivo:

Nuestro equipo de investigación está realizando un estudio con el fin contribuir a la formación en Comunicación No Verbal (CNV) de los futuros ingenieros comerciales de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil. Nos interesa sobremanera su opinión respecto a cómo Ud. percibe la formación en CNV de los estudiantes de la carrera.

De antemano le agradecemos el tiempo que nos dedica y sus valiosas opiniones.

Explicación necesaria

Una característica importante de todo profesional que emplee la comunicación como medio de trabajo, es el dominio de los medios no verbales de comunicación. Estos son el empleo comunicativo de un conjunto de elementos de carácter no verbal, que acompañan, modifican o sustituyen los medios del lenguaje verbal o las palabras. Entre ellos se encuentran elementos paralingüísticos, dentro de los que se encuentran la proyección de la voz en un auditorio, cómo varían el tono de voz de acuerdo a lo que siente o expresa la persona, si la exposición de las ideas es fluida, si se expresan con facilidad y espontaneidad, si logran claridad en la comunicación de ideas, es decir, los mensajes son entendibles así como la velocidad al hablar, es decir, el tiempo de articulación de las palabras y si emplean adecuadamente los silencios y las pausas en el discurso.

También se encuentran aspectos kinésicos que tienen que ver con la gestualidad en los estudiantes, cómo manejan la expresión de la cara y el cuerpo en el discurso oral, o en exposiciones, si se sonríen al hablar cuando la situación lo precisa, cómo emplean la expresión facial, si es correcta la postura que asumen durante las exposiciones y si logran los estudiantes un adecuado grado de intimidad/formalidad de la relación durante la conversación.

En relación con los aspectos de proxemia, se trata de si los estudiantes de la

carrera logran proximidad adecuada con el interlocutor, si existe contacto visual con el interlocutor y cuál es su apariencia personal en exposiciones y actividades formales.

Sobre la cronemia que es el manejo del tiempo, si sus estudiantes tienen capacidad de síntesis en el discurso, si manejan el tiempo en el discurso y si utilizan adecuadamente los recursos de apoyo (catálogos, trípticos, poster, diapositivas).

Por último las normas sociales de conducta que ellos han desarrollado; es decir, adecuada la forma de caminar de acuerdo a la situación comunicativa en modos de actuación profesional, modales que demuestra en reuniones sociales o profesionales y ajuste que logran a las características del contexto cultural en el que se encuentra?.

1. Exprese su opinión acerca de cómo los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial expresan su formación en Comunicación No Verbal.

Si desea hacer alguna referencia a algún aspecto particular, escriba aquí sus opiniones _____

Anexo 5. Procedimientos para cálculos de muestras

Estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial que trabajan son 391. Esta es la población de número de empresas. Las empresas en estudio, fueron las mismas donde los estudiantes trabajaban en ese momento.

La muestra para el presente estudio se calculó de 58 empresas donde estaban trabajando los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial de la Facultad de Ciencias Administrativas de la ULVR. Sin embargo se logró la participación de 61 empresas privadas, (sus empleadores), donde laboran estudiantes de la carrera de ingeniería comercial de la ULVR.

Donde:

n	Tamaño de la muestra.	58
N	Tamaño de la población.	391
E	Error admisible que lo determina el investigador en cada estudio, 10% (0,1).	0,10
p	Posibilidad de que ocurra un evento (p = 0,5).	0,50
q	Posibilidad de no ocurrencia del evento (q = 0,5).	0,50
z	Nivel de confianza, que para el 94% es de Z = 1,65.	1,65

$$n = \frac{z^2 N p q}{e^2 (N - 1) + z^2 p q} \quad (\text{Ecuación 1})$$

$$n = \frac{(391)(0,50)^2(1,65)^2}{(1514-1)(0,05)^2 + (0,50)(1,65)^2}$$

$$n = 58$$

Cálculo de la muestra de estudiante para el diagnóstico inicial.

$$n = \frac{(977)(0,50)^2(1,88)^2}{(977-1)(0,06)^2 + (0,50)(1,88)^2}$$

$$n = 196$$

Donde:

n	Tamaño de la muestra.	196
N	Tamaño de la población.	977
E	Error admisible que lo determina el investigador en cada estudio, 5% (0,05).	0,06
p	Posibilidad de que ocurra un evento (p = 0,5).	0,50
q	Posibilidad de no ocurrencia del evento (q = 0,5).	0,50
k	Nivel de confianza, que para el 94% es de Z = 1,96.	1,88

A su vez, se determinó los estudiantes que iban a ser encuestados de forma aleatoria solo excluyéndose a los estudiantes del primer semestre, en tanto aun no tienen la influencia de los docentes en la carrera. Los datos se presentan en la tabla 5.1

Tabla 5.1. Estudiantes encuestados, por semestre.

Semestre que cursa	# de encuestados	Trabaja	Solo Estudia	Conoce el mercado laboral		
				Alto	Medio	Bajo
3er. semestre	43	21	22	8	34	1
5to. semestre	42	19	23	3	36	3
7mo. semestre	64	41	23	11	48	5
9no. semestre	47	44	3	17	27	3
Total Encuestados	196					

Anexo 6. CRITERIO 1: Resultados de las encuestas a empleadores.

IMPORTANCIA QUE LE CONCEDEN LOS EMPLEADORES A LA CNV

La tabla 6.1 recoge los elementos que deben caracterizar la CNV de los ingenieros comerciales. Marque con una X en una escala de 1 al 5 la importancia que le concede a estos aspectos como parte de la formación profesional de los ingenieros comerciales, donde 1 es la menor importancia y 5 es la mayor importancia.

Tabla 6.1. Resultados de las encuestas a empleadas a empleadores: Criterio 1. Importancia que le conceden los empleadores a la Comunicación No Verbal.

#	Indicadores de formación en CNV en los ingenieros comerciales	1	2	3	4	5	Total
1.1.	El volumen de la voz	1	0	5	22	33	61
1.2.	La entonación.	0	3	4	20	34	61
1.3.	La fluidez.	1	0	0	12	48	61
1.4.	La claridad.	0	1	3	8	49	61
1.5.	El tiempo de habla	1	1	3	17	39	61
1.6.	La velocidad (o el ritmo)	2	0	12	24	23	61
1.7.	El uso de los silencios y las pausas en el discurso.	0	2	9	19	31	61
	Dimensión paralingüística	1	1	5	17	37	61
2.1.	La gestualidad.	0	2	11	18	30	61
2.2.	La expresión de la cara y el cuerpo	0	4	14	16	27	61
2.2.1.	La mirada	0	2	13	20	26	61
2.2.2.	La sonrisa	0	2	6	16	37	61
2.2.3.	La expresión facial	0	2	12	23	24	61
2.3.	La postura.	2	1	13	20	25	61
2.4.	Grado de intimidad/formalidad de la relación durante la conversación.	1	0	6	14	40	61
	Dimensión kinésica	1	2	11	18	30	61
3.1.	Grado de proximidad con el interlocutor	1	3	1	8	48	61
3.2.	Contacto visual con el interlocutor	1	0	5	17	38	61
3.3.	Apariencia personal	1	0	4	20	36	61
	Dimensión proxémica	1	1	3	15	41	61
4.1.	Capacidad de síntesis	1	1	6	10	43	61
4.2.	Manejo del tiempo en el discurso	2	1	7	16	35	61
5.1.	Uso adecuado de recursos de apoyo (catálogos, trípticos, poster, diapositivas)	3	2	10	10	36	61
	Dimensión cronémica	2	1	8	12	38	61
6.1.	Forma de caminar de acuerdo a la situación comunicativa	2	2	7	13	37	61
6.2.	Modales que demuestra en reuniones sociales	2	1	12	22	24	61
6.3.	Ajuste a las características del contexto cultural en el que se encuentra	0	3	8	12	38	61
	Dimensión Nomas de Conducta	1	2	9	16	33	61

Nota de la tabla: Leyenda: 1. Menor importancia 2. No tan importante 3. Importancia media 4. Importante 5. Muy importante

Anexo 7. Transcripción de lo acontecido en el grupo focal con empleadores.

1. Exposición del proyecto a cargo del MBA Franklin Gallegos, quien manifestó que la comunicación es un proceso social de interacciones. La Comunicación No Verbal se asume como un medio fundamental de la comunicación entre los hombres a través del cual se transmiten significados sin palabras. Constituye una de las competencias ligadas a la profesión. Aspectos: proxémicos (distancia, contacto físico), paralingüístico (modulación de la voz, uso de silencios), kinésicos (expresiones corporales y faciales), cronemia (uso adecuado del tiempo), normas sociales de conducta (formas de comportamiento en ambientes profesionales).
2. Intervención del Máster Ab. Otto Cevallos, indicando la moderación de la reunión. Solicita la opinión de los presentes que se encuentran en la sala. Comenta acerca de tomar en consideración el comportamiento del consumidor y pone un ejemplo de la relación compra y venta y su relación con el tema.
3. Brian Castillo: “Me parece muy bien que la ULVR considere este aspecto de la formación ya que tiene que ver con la problemática diaria de las personas y que estas deben aprender mejores posturas y consecuentemente ayudar al crecimiento empresarial, búsqueda de clientes, mayor productividad, es bueno este tipo de ayuda a los jóvenes”. Indica que la ULVR debería ayudar en la dimensión de la predisposición, cada empresa capacita en su línea, y más bien el tema va por la predisposición a acoplarse a las necesidades de la empresa.
4. Máster Esther Arroba: Indica la importancia de la actitud y aptitud, cuando un colaborador tiene una actitud negativa, obstruye el fin y daña el slogan disfrutar el momento. Manifiesta que es un aspecto clave la actitud corporal, los gestos, la vestimenta, dependiendo del lugar, el corte del cabello, el uso de accesorios –para una dama–. Las empresas que quieren tener éxitos lo buscan, felicita a la facultad de Administración y a la carrera de Ing. Comercial y sugiere que se extienda a todas las carreras de la Universidad. Sweet and Cofee se preocupa del talento humano en temas de capacitación. Hoy, cuando se entrevista a las personas, se busca actitud y lenguaje corporal,

miden el tiempo de espera para conocer su tolerancia y adaptación. Sugiere trabajar grupos donde no se conozcan para desarrollar la habilidad de adaptabilidad. En todos los campos es importante la comunicación verbal y no verbal. Indica que se toma muy en cuenta la apariencia incluso desde la entrega del currículum, luego la apariencia personal, miden calidad de voz, su mirada, sonrisa, postura. Le dan mucho peso a la forma de caminar, expresiones faciales, en particular cuando se trata de cargo relacionados con clientes externos.

5. Lissette Tumbaco: Se debe invertir en el tema en los primeros años de la carrera, identificar la base de educación secundaria, llegar a las personas es muy difícil, ya que hay mucha variedad en los estudiantes que ingresan y, siendo su formación responsabilidad de la ULVR, se debe establecer la dispersión de la variable Comunicación No Verbal ya que en su opinión es muy amplia. Los jóvenes tienen que conocer y manejar el tema de la apariencia personal como primera llave en una empresa, dependerá del perfil que se busque y que el Ing. Comercial debe estar preparado para todo.
6. Luis Amador: Indica que es un tema que puede extenderse a otras carreras, por ejemplo, cuando hay que manejar el tiempo en una ponencia, se pasa el tiempo y no se puede decir cuál es el resultado y se quedan en introducción y objetivos.
7. Ramiro Morales (Corporación Nacional de Telecomunicaciones): De su experiencia los puntos más fuertes son la mirada, expresión de cara y cuerpo, gestualidad, el cliente siente que está siendo atendido, ellos perciben a la CNV como una de las mayores debilidades de su área comercial que atienden a clientes multidiversos, multiculturales. Los vendedores no miran a sus clientes.
8. Carlos Garcés: Tiene una empresa de construcciones, dice que en todo momento estamos sujetos a ser evaluados en todos los aspectos y más allá de lo que haga la ULVR, considera que es más importante aprender a interpretar la comunicación y aplicarla. Los estudiantes deben saber interpretar, no fingir, sino interpretar el comportamiento de los demás. Él considera que el nerviosismo afecta y que eso va de la mano con el conocimiento.

9. José Luis Silva: Fundador de Mailing Ecuador, los estudiantes de las universidades salen perdidos de las realidades del mercado. Felicita lo que se está haciendo. Hay ciertos momentos en los que se deben aplicar comportamientos y conductas, no considera que uno sea más importante que otro. Son muchas personas que han entrado en su organización con más de 25 mil miembros. Indica que la CNV es aplicada. No está de acuerdo con Carlos Garcés, ya que no es para aparentar nada, es para comunicar, pues no sabemos comunicar.
10. José Maximiliano Rivera: La mirada y expresión facial es considerado lo más relevante
11. Luis Alfredo Buchelli: Considera que no es la forma de aceptar o negar la incorporación de personas al área de trabajo. El perfil de la Espol no cumple, pero por el hecho de no cumplir los parámetros no los descalifica. Considera que los gestos son importantes. La mirada y a gestualidad, también.
12. Fabricio Echeverría: La transformación social familiar está afectando. Cuando el estudiante llega a la U, llega con hábitos buenos o malos. Hace referencia al “Club del humo”. Sugiere clases de etiqueta para el relacionamiento con los clientes. Dice que los primeros treinta segundos son muy importantes en la relación personal. La vestimenta es importante. Sugiere clases de actuación para corregir inconductas de los estudiantes, la manera de vestirse, la talla de ropa que usa y que se relaciona con los cambios culturales. Cree que lo más importante es lo que trata de transmitir en los primeros momentos. Sugiere la lectura acerca de la tendencia de la administración de personal de google ya que quieren a la mejor persona capacitada y no formarla.

Anexo 8. CRITERIO 2: Resultados de la encuesta a empleadores.**CÓMO TIENEN EN CUENTA LOS EMPLEADORES LA CNV EN LA ACEPTACIÓN DE OPTANTES**

Marque con una X de qué manera Ud. ha tenido en cuenta estos indicadores en la aceptación o no de los optantes a ocupar plazas en su empresa. Recuerde que 1 es cuando menos lo tuvo en cuenta y 5 es cuando lo tuvo en cuenta en mayor grado.

En la tabla 8.1 se muestran los resultados de las encuestas.

Tabla 8.1. Resultados de las encuestas a empleadores: Criterio 2. Cómo tienen en cuenta los empleadores la Comunicación No Verbal en la aceptación de optantes.

#	Indicadores de formación en CNV en los ingenieros comerciales	1	2	3	4	5	Total
1.1.	El volumen de la voz	1	3	9	17	31	61
1.2.	La entonación.	0	0	14	18	29	61
1.3.	La fluidez.	0	0	5	16	40	61
1.4.	La claridad.	0	1	5	13	41	60
1.5.	El tiempo de habla	0	1	8	12	40	61
1.6.	La velocidad (o el ritmo)	0	2	15	21	22	60
1.7.	El uso de los silencios y las pausas en el discurso.	1	2	16	14	28	61
	Dimensión paralingüística	0,28	1,28	10,29	15,86	33	60,7
2.1.	La gestualidad.	1	2	10	18	30	61
2.2.	La expresión de la cara y el cuerpo	1	1	10	16	33	61
2.2.1.	La mirada	0	0	5	19	37	61
2.2.2.	La sonrisa	1	3	9	13	35	61
2.2.3.	La expresión facial	0	1	9	16	35	61
2.3.	La postura.	0	0	9	15	37	61
2.4.	Grado de intimidad/formalidad de la relación durante la conversación	0	3	9	19	30	61
	Dimensión kinésica	0,428	1,42	8,71	16,57	33,86	61
3.1.	Grado de proximidad con el interlocutor	0	3	9	14	35	61
3.2.	Contacto visual con el interlocutor	1	0	8	11	41	61
3.3.	Apariencia personal	0	2	7	11	41	61
	Dimensión proxémica	0,33	1,66	8	12	39	61
4.1.	Capacidad de síntesis	0	4	7	15	35	61
4.2.	Manejo del tiempo en el discurso	1	2	5	16	37	61
	Dimensión cronémica	0,5	3	6	15,5	36	61
5.1.	Uso adecuado de recursos de apoyo (catálogos, trípticos, poster, diapositivas)	1	1	3	19	37	61
6.1.	Forma de caminar de acuerdo a la situación comunicativa	0	1	7	15	38	61
6.2.	Modales que demuestra en reuniones sociales	1	2	8	15	35	61
6.3.	Ajuste a las características del contexto cultural en el que se encuentra	1	1	10	14	35	61
	Dimensión Nomas de Conducta	0,75	1,25	7	15,75	36,25	61

Nota de la tabla: Leyenda: 1. Menor importancia 2. No tan importante 3. Importancia media 4. Importante 5 Muy importante

Anexo 9. CRITERIO 3: Niveles de Formación en Comunicación No Verbal de los futuros Ingenieros Comerciales.

Anexo 9.1 RESULTADOS OBTENIDOS DE LAS OBSERVACIONES ÁULICAS.

OBSERVACIONES ÁULICAS

Marque con una X, lo que Ud. observe acerca de la formación en CNV que tiene los estudiantes futuros ingenieros comerciales de la ULVR. Tenga en cuenta que en una escala de 1 al 5, 1 es una deficiente formación y 5 es muy buena formación.

En la tabla 9.1 se muestran los resultados de las encuestas.

Anexo 9.2 RESULTADOS OBTENIDOS EN LA ENCUESTA APLICADA A DOCENTES

ENCUESTAS A DOCENTES

Estimado docente: Marque con una X, su opinión acerca de la formación en CNV que tienen los estudiantes futuros ingenieros comerciales de la ULVR. Tenga en cuenta que en una escala de 1 al 5, 1 es una deficiente formación y 5 es muy buena formación.

En la tabla 9.2 se muestran los resultados de las encuestas.

Anexo 9.3 RESULTADOS OBTENIDOS EN LA ENCUESTA APLICADA A ESTUDIANTES

ENCUESTAS A ESTUDIANTES

Estimado estudiante: Marque con una X, su opinión acerca de su formación en Comunicación No Verbal. A partir de los indicadores que se le presentan. Tenga en cuenta que en una escala de 1 al 5, 1 es una deficiente formación y 5 es muy buena formación.

En la tabla 9.3 se muestran los resultados de las encuestas.

Anexo 9.4 RESULTADOS OBTENIDOS EN LA ENCUESTA APLICADA A EMPLEADORES

ENCUESTAS A EMPLEADORES

Estimado empleador: Marque con una cruz, cómo Ud. percibe la formación en CNV que tienen los profesionales ingenieros comerciales que ha recibido en su empresa. Tenga en cuenta que 1 es una deficiente formación y 5 es muy buena formación.

En la tabla 9.4 se muestran los resultados de las encuestas.

Tabla 9.1. Resultados de las observaciones áulicas Criterio 3: Niveles de Formación en Comunicación No Verbal de los futuros Ingenieros Comerciales.

#	Indicadores de formación en CNV en los ingenieros comerciales	1	2	3	4	5	Total
1.1.	El volumen de la voz	1	1	3	3	2	10
1.2.	La entonación.	3	2	3	2	0	10
1.3.	La fluidez.	1	2	3	4	0	10
1.4.	La claridad.	1	2	5	2	0	10
1.5.	El tiempo de habla	2	1	5	2	0	10
1.6.	La velocidad (o el ritmo)	2	3	3	1	1	10
1.7.	El uso de los silencios y las pausas en el discurso.	2	3	4	1	0	10
	Dimensión paralingüística	2	2	4	2	0	10
2.1.	La gestualidad.	3	3	3	1	0	10
2.2.	La expresión de la cara y el cuerpo	3	3	4	0	0	10
2.2.1.	La mirada	5	0	4	1	0	10
2.2.2.	La sonrisa	3	3	4	0	0	10
2.3.	La postura.	2	4	4	0	0	10
2.4.	Grado de intimidad/formalidad de la relación durante la conversación	2	5	3	0	0	10
	Dimensión kinésica	3	3	4	0	0	10
3.1.	Grado de proximidad con el interlocutor	2	3	3	2	0	10
3.2.	Contacto visual con el interlocutor	3	4	1	2	0	10
3.3.	Apariencia personal	0	2	3	3	2	10
	Dimensión proxémica	2	3	2	2	1	10
4.1.	Capacidad de síntesis	2	3	3	2	0	10
4.2.	Manejo del tiempo en el discurso	3	5	1	1	0	10
5.1.	Uso adecuado de recursos de apoyo (catálogos, trípticos, poster, diapositivas)	0	1	4	3	2	10
	Dimensión cronémica	2	3	3	2	1	10
6.1.	Forma de caminar de acuerdo a la situación comunicativa	1	1	3	4	1	10
6.2.	Modales que demuestra en reuniones sociales	0	1	1	6	2	10
6.3.	Ajuste a las características del contexto cultural en el que se encuentra	0	1	1	7	1	10
	Dimensión Normas de Conducta	0	1	2	6	1	10

Nota de la tabla: Leyenda: 1. Menor importancia 2. No tan importante 3. Importancia media 4. Importante 5. Muy importante

Tabla 9.2. Resultados de las encuestas a docentes. Criterio 3: Niveles de Formación en Comunicación No Verbal de los futuros Ingenieros Comerciales.

#	Indicadores de formación en CNV en los ingenieros comerciales	1	2	3	4	5	Total
1.1.	El volumen de la voz	2	5	16	6	1	30
1.2.	La entonación.	3	10	8	8	1	30
1.3.	La fluidez.	4	11	11	3	1	30
1.4.	La claridad.	1	12	12	4	1	30
1.6.	La velocidad (o el ritmo)	1	1	8	14	6	30
1.7.	El uso de los silencios y las pausas en el discurso.	1	4	8	10	7	30
Dimensión paralingüística							
		2	7,16	10,5	7,5	2,83	30
2.1.	La gestualidad.	1	5	10	8	6	30
2.2.	La expresión de la cara y el cuerpo	0	3	12	10	5	30
2.2.1.	La mirada	1	5	15	4	6	30
2.2.2.	La sonrisa	1	5	5	7	12	30
2.3.	La postura.	3	6	10	5	6	30
2.4.	Grado de intimidad/formalidad de la relación durante la conversación	3	4	6	9	8	30
Dimensión kinésica							
		1,5	4,66	9,5	7,2	7,2	30
3.1.	Grado de proximidad con el interlocutor	4	6	7	5	8	30
3.2.	Contacto visual con el interlocutor	2	5	7	8	8	30
3.3.	Apariencia personal	2	2	12	8	6	30
Dimensión proxémica							
		2,7	4,33	8,66	7	7,33	30
4.1.	Capacidad de síntesis	1	5	10	8	6	30
4.2.	Manejo del tiempo en el discurso	3	6	4	9	8	30
5.1.	Uso adecuado de recursos de apoyo (catálogos, trípticos, poster, diapositivas)	3	2	6	7	12	30
Dimensión cronémica							
		2,33	4,33	6,67	8	8,67	30
6.1.	Forma de caminar de acuerdo a la situación comunicativa	6	7	7	6	4	30
6.2.	Modales que demuestra en reuniones sociales	8	6	8	5	3	30
6.3.	Ajuste a las características del contexto cultural en el que se encuentra	3	6	7	8	6	30
Dimensión Nomas de Conducta							
		5,66	6,33	7,33	6,33	4,33	30

Nota de la tabla: Leyenda: 1. Menor importancia 2. No tan importante 3. Importancia media 4. Importante 5 Muy importante

Tabla 9.3. Resultados de las encuestas a estudiantes. Criterio 3: Niveles de Formación en Comunicación No Verbal de los futuros Ingenieros Comerciales.

#	Indicadores de formación en CNV en los ingenieros comerciales	1	2	3	4	5	Total
1.1.	El volumen de la voz	1	8	44	53	28	134
1.2.	La entonación.	2	12	42	53	25	134
1.3.	La fluidez.	3	18	32	52	29	134
1.4.	La claridad.	3	32	29	25	45	134
1.6.	La velocidad (o el ritmo)	3	43	22	33	33	134
1.7.	El uso de los silencios y las pausas en el discurso.	3	35	21	45	45	134
Dimensión paralingüística							
		2,5	24,67	31,67	41	34,2	134
2.1.	La gestualidad.	2	34	25	28	45	134
2.2.	La expresión de la cara y el cuerpo	4	28	27	22	53	134
2.2.1.	La mirada	2	20	25	22	65	134
2.2.2.	La sonrisa	3	45	21	31	34	134
2.3.	La postura.	3	43	21	33	34	134
2.4.	Grado de intimidad/formalidad de la relación durante la conversación	3	34	25	40	32	134
Dimensión kinésica							
		2,83	34	24	29,3	43,8	134
3.1.	Grado de proximidad con el interlocutor	4	32	32	23	43	134
3.2.	Contacto visual con el interlocutor	3	23	32	36	40	134
3.3.	Apariencia personal	4	33	41	25	31	134
Dimensión proxémica							
		3,67	29,33	35	28	38	134
4.1.	Capacidad de síntesis	3	39	31	29	32	134
4.2.	Manejo del tiempo en el discurso	3	35	39	23	34	134
5.1.	Uso adecuado de recursos de apoyo (catálogos, trípticos, poster, diapositivas)	3	43	24	21	43	134
Dimensión cronémica							
		3	39	31,33	24,3	36,3	134
6.1.	Forma de caminar de acuerdo a la situación comunicativa	6	19	42	49	18	134
6.2.	Modales que demuestra en reuniones sociales	1	12	23	53	45	134
6.3.	Ajuste a las características del contexto cultural en el que se encuentra	3	15	36	52	28	134
Dimensión Normas de Conducta							
		3,33	15,3	33,7	51,3	30,3	134

Nota de la tabla: Leyenda: 1. Menor importancia 2. No tan importante 3. Importancia media 4. Importante 5 Muy importante

Tabla 9.4. Resultados de las encuestas a empleadores. Criterio 3: Niveles de Formación en Comunicación No Verbal de los futuros Ingenieros Comerciales.

#	Indicadores de formación en CNV en los ingenieros comerciales	1	2	3	4	5	Total
1.1.	El volumen de la voz	8	10	14	14	15	61
1.2.	La entonación.	10	11	17	10	13	61
1.3.	La fluidez.	6	11	14	19	11	61
1.4.	La claridad.	6	12	17	10	15	61
1.6.	La velocidad (o el ritmo)	6	16	14	33	33	61
1.7.	El uso de los silencios y las pausas en el discurso.	10	8	12	20	11	61
Dimensión paralingüística							
		7	11	14	14	13	61
2.1.	La gestualidad.	10	8	16	16	11	61
2.2.	La expresión de la cara y el cuerpo	11	6	19	14	11	61
2.2.1.	La mirada	12	8	14	12	15	61
2.2.2.	La sonrisa	6	9	10	24	12	61
2.3.	La postura.	10	5	13	22	11	61
2.4.	Grado de intimidad/formalidad de la relación durante la conversación	8	4	11	24	14	61
Dimensión kinésica							
		9	6,57	14,28	18,3	12,8	61
3.1.	Grado de proximidad con el interlocutor	2	13	12	19	15	61
3.2.	Contacto visual con el interlocutor	2	10	9	24	16	61
3.3.	Apariencia personal	1	11	9	20	21	61
Dimensión proxémica							
		1,67	11,33	10	21	17,3	61
4.1.	Capacidad de síntesis	3	17	17	17	7	61
4.2.	Manejo del tiempo en el discurso	3	10	17	20	11	61
5.1.	Uso adecuado de recursos de apoyo (catálogos, trípticos, poster, diapositivas)	4	12	13	19	13	61
Dimensión cronémica							
		3,33	13	15,67	18,7	10,3	61
6.1.	Forma de caminar de acuerdo a la situación comunicativa	4	10	19	16	12	61
6.2.	Modales que demuestra en reuniones sociales	3	9	6	22	21	61
6.3.	Ajuste a las características del contexto cultural en el que se encuentra	3	8	11	19	20	61
Dimensión Nomas de Conducta							
		3,33	9	12	19	17,7	61

Nota de la tabla: Leyenda: 1. Menor importancia 2. No tan importante 3. Importancia media 4. Importante 5 Muy importante

Anexo 10. Entrevistas realizadas a Directivos de Carrera

Coordinadora de Carrera

La Magister Aquino, ratifica que los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial, se los forma desde los primeros años de estudio, así mismo confirma que la formación en Comunicación No Verbal es una herramienta que le sirve a los ingenieros comerciales para desenvolverse en el ámbito laboral, facilitando su integración en los equipos de trabajos, mejorando el clima laboral.

La docente entrevistada considera que la formación no verbal evoluciona en relación con el nivel académico de los estudiantes; afirma que al principio de la carrera los estudiantes no dominan la formación verbal, lo cual cambia en los últimos semestres.

La proyección de voz de los estudiantes de los últimos semestres tiene un nivel del 60% de dominio.

La fluidez de los estudiantes de los últimos semestres tiene un nivel del 80% de dominio.

Los tiempos de disertación de los estudiantes de los últimos semestres tienen un nivel del 50% de dominio.

La gesticulación de los estudiantes de los últimos semestres tiene un nivel del 60% de dominio.

Director de Carrera

La apreciación del Ing. Iturralde es clara con respecto a la importancia que tiene la Comunicación No Verbal, el entrevistado considera que es una de las competencias más importantes durante el desarrollo de la carrera, considera que es una habilidad que los estudiantes deben desarrollar como herramienta que le ayudará a desempeñarse como profesional en cualquier ámbito.

Sin embargo, es consciente que le ha faltado profundizar más o desarrollar esta habilidad en los estudiantes de la carrera de Ingeniería comercial, es decir incluir la CNV como parte del proceso de formación de profesionales.

El entrevistado, es muy claro, al indicar que la carrera le ha dado mayor relevancia

a la formación técnica, investigativa de los futuros Ingenieros comerciales, dejando a un lado la formación en Comunicación No Verbal.

Dentro de los aspectos más relevantes de la Comunicación No Verbal, están la imagen, la mirada, la postura y la gesticulación, aspectos que considera críticos e importantes para el desarrollo y el desenvolvimiento de la habilidad en el ejercicio de la Comunicación No Verbal.

Así mismo, destaca el entrevistado las diferencias marcadas que existen entre los estudiantes que recién comienzan la carrera, quienes tienen dificultad en el dominio de las habilidades antes detalladas, así como la evolución que tienen los alumnos de los últimos semestres, sin embargo deja de manifiesto que a pesar de notar esa evolución, a los estudiantes les falta potencializar la Comunicación No Verbal.

Anexo 11. Resultados de la triangulación metodológica de cada una de las dimensiones y de las variables.

Tabla 11.1. Triangulación Dimensión Paralingüística.

	No deseado	Alejado de lo deseado	Deseado
OBS AL PEA	25,0	48,7	26,4
ENC A EMPLEADORES	29,0	31,0	41,3
ENC A ESTUDIANTES	12,8	38,0	49,2
ENC A DOCENTES	31,5	35,0	33,2
DIMENSIÓN PARALINGÜÍSTICA	24,6	38,2	37,5

Tabla 11.2. Triangulación Dimensión Kinésica.

	No deseado	Alejado de lo deseado	Deseado
OBS AL PEA	24,0	24,0	52,0
ENC A EMPLEADORES	25,0	34,0	40,8
ENC A ESTUDIANTES	15,0	18,0	67,0
ENC A DOCENTES	21,8	30,0	47,5
DIMENSIÓN KINÉSICA	21,5	26,5	51,8

Tabla 11.3. Triangulación Dimensión Proxemia.

	No deseado	Alejado de lo deseado	Deseado
OBS AL PEA	13,0	23,0	64,0
ENC A EMPLEADORES	26,0	30,0	44,6
ENC A ESTUDIANTES	25,0	26,0	49,0
ENC A DOCENTES	23,2	28,8	55,5
DIMENSIÓN PROXEMIA	21,8	27,0	53,3

Tabla 11.4. Triangulación Dimensión Cronemia.

	No deseado	Alejado de lo deseado	Deseado
OBS A PEA	20,0	13,3	66,6
ENC A EMPLEADORES	24,0	25,6	50,0
ENC A ESTUDIANTES	25,0	26,0	49,0
ENC A DOCENTES	21,9	22,1	55,5
DIMENSIÓN CRONEMIA	22,7	21,8	55,3

Tabla 11.5. Triangulación Dimensión Normas de Conducta.

	No deseado	Alejado de lo deseado	Deseado
OBS A PEA	13,0	23,0	64,0
ENC A EMPLEADORES	18,0	23,5	58,5
ENC A ESTUDIANTES	36,0	43,0	21,0
ENC A DOCENTES	22,0	24,0	54,0
DIMENSIÓN NORMAS DE CONDUCTA	22,3	28,4	49,4

Tabla 11.6. Triangulación de la Variable Formación en Comunicación No Verbal.

	No deseado	Alejado de lo deseado	Deseado
PARALINGÜÍSTICA	24,6	38,2	37,5
KINÉSICA	21,5	26,5	51,8
PROXÉMICA	21,8	27,0	53,3
CRONÉMICA	22,7	21,8	55,3
NORMAS CONDUCTA	22,3	28,4	49,4
VARIABLE	22,6	28,4	49,5

Anexo 12. Rúbrica para evaluar la comunicación no verbal en presentaciones orales: Exposición, Disertación, Ponencia, Conversatorio, Debate y otros.

Aspectos	Excelente 10	Muy Bueno 9 - 8	Bueno 7	Regular 6 ó menos
PROYECCIÓN Y VOLUMEN DE LA VOZ	Volumen de la voz apropiado (proyección), el ritmo es constante y pronuncia correctamente las palabras (dicción).	El volumen de la voz (proyección), el ritmo y la pronunciación (dicción) son bastante apropiados	Masculla un poco o grita a veces. El ritmo y la pronunciación (dicción) son razonables.	Volumen de la voz muy bajo o muy alto mientras que el ritmo es muy lento o muy rápido.
LENGUAJE CORPORAL, POSTURA	Tiene buena postura y muestra desenvolvimiento escénico con naturalidad. Además, es entusiasta, proyecta seguridad.	Tiene buena postura y muestra desenvolvimiento escénico con la audiencia casi todo el tiempo. Es entusiasta, proyecta seguridad.	Necesita mantener mejor postura. Mantiene poco desenvolvimiento escénico con la audiencia. El entusiasmo y la seguridad son aceptables.	No mantiene la postura ni posee desenvolvimiento escénico adecuado con la audiencia. No muestra entusiasmo ni seguridad.
FLUIDEZ Y CLARIDAD DEL DIÁLOGO	El lenguaje es fluido y apropiado. No utiliza muletillas ni comete errores en la construcción de las oraciones. Expresa con claridad sus ideas.	El lenguaje es apropiado. Utiliza muy pocas muletillas y comete muy pocos errores en la construcción de las oraciones. Expresa en la mayoría de las veces con claridad sus ideas.	El lenguaje es muy poco apropiado. Utiliza algunas muletillas y comete errores en la construcción de sus oraciones. Expresa con dificultad sus ideas.	El lenguaje no es apropiado y/o es ofensivo. Utiliza demasiadas muletillas y tiene demasiados errores en la construcción de las oraciones. No consigue expresar sus ideas.

Anexo 12. Rúbrica para evaluar la comunicación no verbal en presentaciones orales: Exposición, Disertación, Ponencia, Conversatorio, Debate y otros (cont.).

Aspectos	Excelente 10	Muy Bueno 9 - 8	Bueno 7	Regular 6 ó menos
VELOCIDAD, ÉNFASIS Y USO DE PAUSAS	Tiene una pronunciación clara de las palabras y hace énfasis en las que se necesitan remarcar. Usa correctamente las pausas en el discurso.	Tiene una pronunciación buena de las palabras y algunas veces hace énfasis en las que se necesitan remarcar. Hace uso de pausas en el discurso.	Tiene una pronunciación aceptable de las palabras y pocas veces hace énfasis en las que se necesitan remarcar. Pocas veces hace pausas en el discurso.	Tiene una inadecuada pronunciación de las palabras y no hace énfasis en las que se necesitan remarcar. No hace uso de las pausas en el discurso.
EXPRESIONES Y GESTOS DE CARA Y CUERPO	Sus expresiones gestuales y corporales demuestran dominio del tema y ayudan a causar interés en el público oyente.	Sus expresiones gestuales y corporales son adecuadas, mostrando que domina aceptablemente el tema y le ayudan a cautivar al público oyente.	Sus expresiones gestuales y corporales son aceptables.	Sus expresiones gestuales y corporales son deficientes, no posee dominio escénico, causando pérdida de atención de los oyentes en el discurso.
INTIMIDAD, FORMALIDAD Y PROXIMIDAD EN LA EXPOSICIÓN	El grado de proximidad, formalidad e intimidad abordada en la exposición son adecuadas, logrando el respeto e interés del público oyente.	El grado de proximidad, formalidad e intimidad abordada en la exposición son aceptables. Capta la atención de sus oyentes.	El grado de proximidad, formalidad e intimidad abordada en la exposición es ligeramente percibida por los oyentes.	No posee una adecuada proximidad con el público. Su formalidad e intimidad en el discurso son deficientes.

Anexo 12. Rúbrica para evaluar la comunicación no verbal en presentaciones orales: Exposición, Disertación, Ponencia, Conversatorio, Debate y otros (cont.).

Aspectos	Excelente 10	Muy Bueno 9 - 8	Bueno 7	Regular 6 ó menos
APARIENCIA PERSONAL	Posee una excelente apariencia personal.	Posee una buena apariencia personal.	La apariencia personal es aceptable.	La apariencia personal no es adecuada.
MODALES Y AJUSTE AL CONTEXTO CULTURAL QUE SE ENCUENTRA	Presentación y desarrollo de la exposición con altura, demostrando respeto, ajustando acertadamente su léxico y comportamiento al público oyente.	Presentación y desarrollo de la exposición con altura, con respeto.	Presentación y desarrollo de la exposición con altura, no ajustando acertadamente su léxico y comportamiento al público oyente.	Presentación y desarrollo de la exposición inadecuada, saliendo de contexto su léxico, teniendo un comportamiento inadecuado con el público.
CAPACIDAD DE SÍNTESIS Y MANEJO DEL TIEMPO	Hace uso adecuado del tiempo durante el discurso, sintetiza correctamente todos los aspectos de su presentación	Termina a tiempo el discurso, aunque en algunos momentos con prisa o demasiada lentitud.	Confronta problemas menores en el manejo del tiempo del discurso, no logra sintetizar apropiadamente.	No tiene un adecuado manejo del tiempo, termina demasiado rápido o no logra terminar en el tiempo asignado, no logra sintetizar apropiadamente.

Anexo 13. Tabulación de datos de las encuestas dirigidas a estudiantes. Diagnóstico inicial: 7mo. Semestre. Diagnóstico final: 8vo. Semestre.

Tabulación de datos encuesta dirigida a estudiantes Séptimo Semestre: Inicio							
INDICADORES DE FORMACIÓN EN COMUNICACIÓN NO VERBAL							
#	Indicadores Paralingüísticos	MDF	DF	FM	BF	MBF	Σ
1.1	El volumen	1	3	15	18	27	64
1.2	La entonación	1	5	19	25	14	64
1.3	La fluidez	2	9	20	16	17	64
1.4	La claridad	1	9	13	21	20	64
1.5	La velocidad	1	16	9	10	28	64
1.6	Uso de silencios y pausas en los discursos.	1	18	12	17	16	64
Dimensión paralingüística		1,17	10	14,7	17,8	20,3	64
Indicadores Kinésicos							
2.1	La gestualidad	1	14	12	16	21	64
2.2	La expresión de la cara y el cuerpo.	2	12	13	12	25	64
2.2.1	La sonrisa.	1	10	12	14	27	64
2.2.2	La expresión facial	1	15	13	12	23	64
2.3	La postura.	1	14	12	12	25	64
2.4	Grado de intimidad/formalidad de la relacion durante la conversacion	1	11	14	16	22	64
Dimensión kinésica		1,17	12,7	12,7	13,7	23,8	64
Indicadores Proxémicos							
3.1	Grado de proximidad con el interlocutor.	2	14	13	15	20	64
3.2	Contacto Visual con el interlocutor.	1	16	14	15	18	64
3.3.	Apariencia personal.	2	19	18	13	12	64
Dimensión proxémica		1,67	16,3	15	14,3	16,7	64
Indicadores Cronémicos							
4.1	Capacidad de síntesis.	1	14	22	14	13	64
4.2	Manejo de tiempo en el discurso.	1	11	27	13	12	64
5.1	Uso adecuado de recursos de apoyo (catálogo, trípticos, poster, diapositivas)	1	12	23	16	12	64
Dimensión cronemia		1	12,3	24	14,3	12,3	64
Indicadores Normas Sociales de Conducta							
6.1	Forma de caminar/ situación comunicativa.	3	10	21	18	12	64
6.2	Modales que demuestra en reuniones sociales.	0	6	22	19	17	64
6.3	Ajuste a la características del contexto cultural en el que se encuentra.	1	9	23	16	15	64
Dimensión Normas sociales de conducta		1,33	8,33	22	17,7	14,7	64
Variable Formación en Comunicación No Verbal		1,88	10	16	17,3	18,8	64

Tabulación de datos encuesta dirigida a estudiantes Octavo Semestre: Final. INDICADORES DE FORMACIÓN EN COMUNICACIÓN NO VERBAL							
#	Indicadores Paralingüísticos	MDF	DF	FM	BF	MBF	Σ
1.1	El volumen	0	0	19	22	23	64
1.2	La entonación	0	1	23	20	22	66
1.3	La fluidez	0	2	20	22	20	64
1.4	La claridad	0	2	15	23	24	64
1.5	La velocidad	0	2	10	22	30	64
1.6	Uso de silencios y pausas en los discursos.	0	3	14	27	20	64
Dimensión paralingüística		0	1,67	16,8	22,7	23,2	64,3
Indicadores Kinésicos							
2.1	La gestualidad	0	3	18	20	23	64
2.2	La expresión de la cara y el cuerpo.	1	2	13	22	26	64
2.2.1	La sonrisa.	0	1	15	18	30	64
2.2.2	La expresión facial	0	1	9	18	36	64
2.3	La postura.	0	1	16	20	27	64
2.4	Grado de intimidad/formalidad de la relación durante la conversación	0	1	11	24	28	64
Dimensión kinésica		0,17	1,5	13,7	20,3	28,3	64
Indicadores Proxémicos							
3.1	Grado de proximidad con el interlocutor.	1	3	19	19	22	64
3.2	Contacto Visual con el interlocutor.	1	2	19	22	20	64
3.3.	Apariencia personal.	0	3	16	29	16	64
Dimensión proxémica		0,67	2,67	18	23,3	19,3	64
Indicadores Cronémicos							
4.1	Capacidad de síntesis.	0	5	16	20	23	64
4.2	Manejo de tiempo en el discurso.	0	5	27	16	16	64
5.1	Uso adecuado de recursos de apoyo (catálogo, trípticos, poster, diapositivas)	0	2	22	20	20	64
Dimensión cronemia		0	4	21,7	18,7	19,7	64
Indicadores Normas Sociales de Conducta							
6.1	Forma de caminar/ situación comunicativa.	0	2	20	26	16	64
6.2	Modales que demuestra en reuniones sociales.	0	2	16	23	23	64
6.3	Ajuste a la características del contexto cultural en el que se encuentra.	0	3	21	20	20	64
Dimensión Normas sociales de conducta		0	2,33	19	23	19,7	64
Variable Formación en Comunicación No Verbal		0,29	2,5	15,5	22,6	23,2	64

La ULVR a través del Departamento de Investigación Científica, Tecnológica e Innovación, desarrolla investigaciones cuyos resultados se publican en la colección *Cuadernos de Investigación*, como un medio de transferencia del conocimiento, a través del cual los resultados de las investigaciones, enmarcadas en los dominios y líneas de investigaciones institucionales, son evidenciados.

En este cuarto volumen *Comunicación no verbal y la percepción en el campo de los negocios*, se explora la literatura que aborda el conocimiento de la comunicación y comunicación no verbal, los elementos, componentes y aspectos paralingüísticos, proxémicos, kinésicos, cronémicos, normas de conducta consideradas dimensiones de la comunicación no verbal.

La obra no se limita a presentar el abordaje teórico ya estudiado, sino que investiga la percepción del mercado laboral con relación a este tipo de comunicación, la importancia de entender que los negocios y las actividades y labores que emplean la comunicación no verbal de forma cotidiana en las cuales, comprender este lenguaje, se vuelve de vital importancia para cerrar negocios o solucionar aspectos relevantes a la estructura de grupos, de socialización y de interacción social dentro de las empresas.

ISBN: 978-9942-920-65-2

