

Comunicación Organizacional y  
Gestión del Cliente/Usuario

# **Comunicación Organizacional y Gestión del Cliente/Usuario**

*Manual para relaciones comunicacionales eficaces  
efectivas y eficientes en empresas e instituciones*

**José Javier Cova-Gaspar**

## **Dedicatoria**

*A mi amor eterno, **Yrama Gaspar.***

Copyright © 2019 José Javier Cova-Gaspar

Todos los derechos reservados

Edición del Autor

Caracas, Venezuela

ISBN: 978-980-18-0460-4

Depósito Legal:

IfMO2019000002

Hecho el depósito de ley

Aviso: Ni la totalidad ni parte de este libro (incluido el diseño de portada) puede reproducirse, registrarse o transmitirse, por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio, sea electrónico, mecánico, fotoquímico, magnético o electroóptico, por fotocopia, grabación o cualquier otro, sin la autorización expresa y por escrito del autor y/o editor.

## Índice

	Pp.
<b>Dedicatoria</b> .....	3
<b>Introducción</b> .....	6
<b>Capítulo I</b> <i>Comunicación, Imagen e Identidad</i> <i>Corporativa: Una combinación necesaria en la</i> <i>atención al cliente y al usuario</i> .....	8
<b>Capítulo II</b> <i>Diferencia entre el Servicio y la Atención:</i> <i>Un camino hacia la excelencia en las</i> <i>relaciones institucionales</i> .....	13
<b>Capítulo III</b> <i>Gestión de los clientes/usuarios:</i> <i>¿Cómo atender a cada uno?</i> .....	21
<b>Capítulo IV</b> <i>Comunicación organizacional y</i> <i>documentos que circulan en</i> <i>las Instituciones y empresas</i> .....	34
<b>Apéndices</b> .....	47
Listado de conectivos y relacionantes .....	48
Auxilios en la configuración de un texto .....	51
<b>Referencias</b> .....	59

## **Introducción**

La comunicación y los procesos de interrelación humana, así como los servicios de atención al cliente y al usuario, son las vías para la convivencia y el intercambio entre las personas en la esfera institucional y comercial, pues constituyen canales de interacción que posicionan al individuo en la dinámica de adquisición de lo que le es necesario y también de satisfacer sus intereses y demandas en todos los planos. Por lo que un adecuado dominio de estas prácticas hace la diferencia y contribuye a la excelencia.

Ello significa que a través de estos intercambios los clientes y/o usuarios expresan su sentir frente a la realidad en la que se encuentran, pero además, exteriorizan las formas en las que requieren cubrir sus necesidades, por lo cual, resulta de vital importancia para las empresas de servicios, saber cómo asumir tales cuestiones, ya que en el mundo de hoy, en el que la tecnología y el acceso a la información son elementos que toman la delantera en todo, obliga a asumir el compromiso de poder gestionar al público de un modo

eficaz, eficiente y efectivo, desde el punto de vista comunicacional, a fin de que este se convierta en un aliado de la compañía, pues ve satisfechos sus pedidos en un tiempo prudencial, con unas condiciones justas y sobre todo con un manejo cordial y amigable.

Por lo anterior, a través de estas líneas se tiene la firme intención de referenciar los procesos comunicativo-relacionales y sus implicaciones en el adecuado manejo y gestión de las necesidades de los clientes y usuarios en el acceso a los bienes y servicios que requieren, promoviendo prácticas discursivas y comunicacionales sanas y ajustadas a los más idóneos métodos de intervención, garantizando el éxito en la práctica de servicios institucionales y empresariales.

## **Capítulo I**

***Comunicación, Imagen e Identidad Corporativa: Una combinación necesaria en la atención al cliente y al usuario***

*"No puedes subir la escalera del éxito vestido con el traje del fracaso".*

Zig Ziglar



## **Reflexiones en torno las interrelaciones**

El hombre en su complejidad como ser, siempre ha tenido la necesidad de manifestar su pensamiento para relacionarse y compartir lo que le agrada y lo que no. En ese sentido, es precisamente la comunicación su gran virtud, pues es a través de ella que logra realizar sus objetivos: desde decir lo que piensa hasta conseguir un puesto de trabajo.

De igual manera, la comunicación así como le permite al ser humano el hecho de decir lo que está en su pensamiento, también le asegura relaciones sociales, las cuales llevan consigo el fin de darle un nombre en la sociedad. Por tanto, quien es capaz de asumir el proceso de comunicar, es un individuo capaz de influir en sus semejantes y dejar huellas con cada palabra que dice o escribe.

Es por ello que hoy día, las comunicaciones son fundamentales para cualquier persona y organización que preste servicios o venda productos, pues sin ella sería casi imposible corresponderse con las necesidades

actuales. Así, han surgido las llamadas tecnologías de la comunicación y la información, las cuales ofrecen un abanico de opciones para consolidar la interacción entre usuarios que requieren expresar sus deseos, opiniones y manifestaciones al mundo.

### **Acerca de la Imagen Corporativa**

La imagen corporativa es la imagen que tienen todos los públicos de la organización en cuanto entidad. Es la idea global que tienen sobre sus productos, sus actividades y su conducta.

### **Identidad Corporativa**

La identidad viene siendo el conjunto coordinado de signos visuales por medios de las cuales la opinión pública reconoce instantáneamente y memoriza a una entidad o un grupo como institución.

Asimismo, se puede afirmar que los signos que integran el sistema de identidad corporativa tienen la misma función, pero cada uno posee características comunicacionales diferentes.