



TRABAJO DE GRADO
Opción Seminario-Diplomado.

Título del trabajo

La Comunicación como Estrategia para el Fortalecimiento del Apoyo Biopsicosocial en un Salón de Belleza

Corporación Universitaria Remington.
Nombre de la facultad.
Facultad de Ciencias Empresariales
Nombre del programa académico
Administración De Negocios Internacionales

Nombres de los estudiantes autores del trabajo de grado.

Kelly Johana Segura Arguello
Nombre del Tutor del trabajo de grado.
Dayana Angulo Gallego
Opción de Trabajo de grado Seminario-Diplomado.
Seminario
Año de presentación del trabajo de grado.
2025

Tabla de Contenidos

Resumen.....	
...5	
Palabra clave.....	5
Pregunta orientadora de la búsqueda.....	6
Metodología de búsqueda de información.....	7
Sustentación teórica de pregunta.....	8
Conclusiones.....	
11	
Referencias.....	142
Anexos.....	¡Error! Marcador no definido. 3

Resumen

La comunicación desde la parte biopsicosocial en salones de belleza es crucial para el éxito del negocio, y se basa en una interacción efectiva que abarca desde la recepción del cliente hasta los servicios, que incluye la comunicación verbal y no verbal, estableciendo expectativas claras, escuchando activamente al cliente y adaptándose a sus necesidades, todo ello para crear una experiencia positiva y de confianza manteniendo un tono de voz cercano y empático, así como un lenguaje corporal que genere confianza. Es por esta razón que este trabajo de grado es con el objetivo de analizar cómo se puede establecer mejor la comunicación y el fomento biopsicosocial para los cliente y trabajadores de la empresa.

Para que esta comunicación y empatía sea efectiva y asertiva es necesario que las dos partes estén conectas con la situación, se debe mantener una escucha activa, en donde se escucha mutuamente sin interrumpir y adoptando un lenguaje propio.

A demás de mantener un lenguaje visual, en donde se adopte una postura abierta y se utilice gestos adecuados, realizando preguntas abiertas, estableciendo expectativas claras; hablando en un lenguaje positivo el cual puede ser crucial a la hora de establecer una conversación los cuales son fundamentales para construir relaciones duraderas.,

También existen canales para que esta sea más positiva como son cara a cara, teléfono, mensaje de texto, redes sociales lo cual construye confianza, y personaliza la experiencia ya que se muestra empatía en cada sección en el que el cliente y el vendedor se encuentran.

En conclusión, una buena comunicación hace que el apoyo biopsicosocial sea más fácil ya que se entra en una relación afectiva que de cierta manera las dos partes se llenan de confianza, para poder dialogar sus problemas, buscando posibles soluciones y creando un ambiente cómodo y apto para que cualquier persona acceda a las instalaciones del salón de belleza.

Palabras clave

Comunicación asertiva

La comunicación asertiva es un estilo de comunicación que permite expresar pensamientos, sentimientos y necesidades de manera clara, directa y respetuosa, sin ser agresivo ni pasivo. Se basa en el equilibrio de defender los propios derechos al tiempo que se respetan los de los demás, promoviendo un diálogo abierto y honesto.

Empatía

es la capacidad de percibir, comprender y compartir los sentimientos de otras personas, poniéndose en su lugar para entender su perspectiva y sus emociones. Es una habilidad fundamental para la vida social, ya que nos permite conectar con los demás de manera genuina.

Lenguaje propio

puede referirse a una lengua oficial junto al español, al lenguaje que una persona o comunidad desarrolla para comunicarse de forma única, o incluso a un lenguaje inventado con fines específicos. El término se puede aplicar desde un proyecto de identidad cultural hasta la jerga de un grupo de amigos o una creación artística.

Experiencia personalizada

es una interacción con un cliente que se adapta a sus necesidades, preferencias e intereses individuales utilizando datos para ofrecer un servicio, contenido o producto relevante. Esta práctica busca que los clientes se sientan valorados y comprendidos, mejorando la satisfacción, la fidelidad y las ventas. Se puede aplicar en múltiples canales, como sitios web, correos electrónicos, anuncios y atención al cliente en persona o digital.

Ambiente cómodo

es un espacio que proporciona una sensación de bienestar, relajación y confort, ya sea en el hogar, el lugar de trabajo o cualquier otro entorno. Lograrlo implica cuidar tanto los aspectos físicos como los emocionales del entorno.

Pregunta orientadora de la búsqueda

¿Cómo mejorar la comunicación y el fomento del apoyo biopsicosocial de los clientes y equipo de trabajo de la empresa **ESTUDIO DE BELLEZA ENCANTO SAS** del municipio de Tumaco?

Los antecedentes de la comunicación en los salones de belleza se remontan a la necesidad básica de entender los deseos del cliente y se han adaptado a lo largo del tiempo para incluir técnicas más sofisticadas de conexión interpersonal y marketing. Históricamente, la comunicación se basaba principalmente en la interacción cara a cara para entender peticiones de cortes y peinados, mientras que hoy en día, los salones modernos han incorporado canales de comunicación digital como redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles para marketing y atención al cliente, como se muestra en el artículo de Monarca.

Comunicación tradicional

- **Interacción cara a cara:**

En sus inicios, la comunicación se basaba en la conversación directa entre el estilista y el cliente para discutir el servicio deseado.

- **Atención personalizada:**

Se daba importancia a la escucha activa y la observación para entender las necesidades y preferencias individuales de cada cliente.

- **Confianza y relación:**

Se construían relaciones profesionales basadas en la confianza y la empatía para lograr la satisfacción del cliente.

Evolución con la tecnología

- **Canales de comunicación digitales:**

La tecnología ha introducido una variedad de canales de comunicación, como:

- **Teléfono:** Para reservas y consultas.
- **Sitio web y redes sociales:** Para marketing, promoción y contacto con clientes.
- **Mensajería de texto y email:** Para confirmaciones, recordatorios y ofertas.
- **Gestión de datos:**

Se empezaron a utilizar herramientas tecnológicas como tablets para tomar notas sobre las preferencias de los clientes, mejorando la personalización.

- **Marketing y fidelización:**

Los salones utilizan la comunicación digital para atraer nuevos clientes y mantener una relación continua con los actuales, por ejemplo, enviando newsletters o compartiendo contenido de valor.

Comunicación moderna en el salón en la actualidad

- **Comunicación asertiva:**

Se promueve una comunicación honesta y clara, explicando procesos, resultados esperados y cuidados posteriores de manera realista, tanto entre el personal como con los clientes.

- **Comunicación no verbal:**

Se ha puesto mayor énfasis en la importancia de la comunicación no verbal (lenguaje corporal, expresiones faciales) y la empatía para crear un ambiente de confianza y profesionalismo.

- **Gestión de expectativas:**

Se trabaja activamente para gestionar las expectativas del cliente, asegurando que comprenda tanto las posibilidades como las limitaciones de ciertos servicios.

- **Comunicación interna:**

La comunicación clara y efectiva dentro del equipo es crucial para coordinar tareas, compartir información y mantener un ambiente de trabajo positivo.

Metodología de búsqueda de la información

Para hacer un análisis detallado de la situación que se vive en los salones de belleza y de cómo podemos mejorar dicha comunicación es necesario plantear una matriz FADO la cual fue tomada como referencia de datos secundarios que ya fueron analizados por otra empresa. Pero sirven como referencia a la situación real de esta empresa ya que tienen mucha similitud en sus ítems.

FORTAZA	AMENAZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Personal capacitación • Excelente atención • Ambiente positivo • Habilidades de comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia • Rotación de personal • Baja motivación del personal • Pérdida de clientes 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de recursos • Gestión del estrés • Falta de dirección estratégica • Problemas de comunicación interna 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación continua • Promoción de la salud y el bienestar • Marketing digital • Creación de equipos de trabajo

Análisis

FA

En la gran mayoría de las empresas día a día luchan con ciertos aspectos externos que en este caso amenazan el equilibrio de ella, pero, sin embargo, estas tienen ciertas fortalezas que ayudan a combatir y crear soluciones que les permite avanzar.

Por ejemplo si otras empresas tienen personal capacitado en cualquier área que les compete esta puede capacitar a sus trabajadores en el uso de marketing, lo que no solo permite que los empleados estén más activos en el tema, si no también permite que la empresa se ha mas fuerte porque si bien las herramientas de marketing hoy en día favorecen mucho a la empresa porque hasta incluso muchas de ellas enseñan hasta como tratar a un cliente además de cómo hacer que esa atención personalidad se convierta en un espacio seguro y de confianza para el cliente y para el empleado.

DO

Falta de recursos, escasez de personal, falta de dirección estratégica Y problemas de comunicación interna; pueden ser debilidades que afectan gravemente a la empresa, pero en su entortó existen oportunidades donde la empresa puede aprovechar al máximo.

Ejemplo ofrecer un ambiente tranquilo y saludable donde los empleados se sientan cómodos y donde se promueva estrategias de manejo de estrés con actividades de esparcimiento o distracción dentro de la empresa a de más de que crear equipos de trabajo solidos de amistad hace que se fomente un ambiente de colaboración y apoyo mutuo entre los empleados.

Sustentación teórica de la pregunta

Según diversos autores, la comunicación es una herramienta esencial e inseparable del apoyo biopsicosocial, un modelo propuesto por George L. Engel que concibe la salud y la enfermedad como el resultado de la interacción de factores biológicos, psicológicos y sociales. La comunicación eficaz permite aplicar este modelo de forma integral y centrada en la persona.

El modelo biopsicosocial y la comunicación según George Engel

- **George L. Engel (1977):** Es el psiquiatra estadounidense que propuso el modelo biopsicosocial como una mejora del modelo biomédico. Para Engel, la comprensión de una condición de salud requiere considerar no solo los aspectos biológicos, sino también la dimensión psicológica (pensamientos, emociones y conductas) y los factores sociales y culturales del individuo.
- **Rol de la comunicación:** Aunque Engel no desarrolló específicamente una teoría de la comunicación, la aplicación de su modelo requiere de una comunicación empática y compasiva para construir una relación de confianza con el paciente. A través de la comunicación, el profesional de la salud puede comprender las experiencias subjetivas del paciente, que son cruciales para un diagnóstico y tratamiento integral.

La comunicación como pilar del apoyo biopsicosocial

Otros autores han desarrollado la relación entre la comunicación y el modelo biopsicosocial en diversos campos:

- **Paul Watzlawick (1983):** Junto con Janet Beavin y Don Jackson, desarrolló la Teoría de la Comunicación Humana. Aunque no se centra en el modelo de Engel, sus axiomas son muy relevantes para entender la comunicación en el ámbito biopsicosocial, como:
 - **Es imposible no comunicar:** Todo comportamiento del profesional y del paciente (incluido el silencio y la comunicación no verbal) tiene un valor de mensaje.
 - **Hay un nivel de contenido y uno de relación:** La forma en que se transmite un mensaje (nivel relacional) puede ser más importante que el contenido verbal para construir confianza y apoyo.
- **P. Petrone (2021):** Sostiene que la comunicación efectiva en una organización de salud requiere de "contactos frente a frente en condiciones de apertura y confianza". Esto refleja la necesidad de una comunicación interpersonal que trascienda la simple transmisión de información técnica, permitiendo un apoyo más profundo.

- **T.A. Van Dijk** (2000): Aborda el discurso como interacción social, lo cual subraya cómo la comunicación no es un proceso lineal, sino un intercambio dinámico donde el contexto social y cultural influye en el mensaje. Esto es vital en el apoyo biopsicosocial, ya que el contexto del paciente moldea su experiencia de salud.
- **Ámbito de la fisioterapia:** La comunicación es considerada clave para el éxito del abordaje biopsicosocial. A través de ella, se establece la relación terapéutica y se comprenden las múltiples variables (biológicas, psicológicas y sociales) que influyen en el dolor y la salud del paciente.

Conclusiones.

La comunicación un proceso fundamental, complejo y esencial para la interacción humana y el éxito en todos los ámbitos de la vida. Una comunicación efectiva fortalece las relaciones, facilita la comprensión mutua y permite el desarrollo individual y social.

Su importancia radica en que, a través de ella, las personas intercambian ideas, emociones y opiniones, lo que requiere tanto una emisión clara como una escucha atenta fundamental para el apoyo biopsicosocial, ya que fomenta relaciones sólidas y de confianza, permitiendo resolver conflictos, creando un ambiente laboral positivo y aumentando la productividad.

Una buena comunicación asegura que clientes y empleados se sientan escuchados, valorados y respetados, lo que impacta positivamente en su salud mental y bienestar general. Si bien, El sentir que se es escuchado y valorado a través de una comunicación efectiva contribuye directamente a la salud mental y reduce el estrés, un componente esencial del bienestar biopsicosocial. Fomentando la colaboración y la productividad ya que al mejorar la coordinación y evitar malentendidos, la comunicación efectiva aumenta la eficiencia de los equipos y su capacidad para cumplir objetivos, lo cual es beneficioso para todos los involucrados.

En contraste, una mala comunicación puede generar estrés, confusión y aislamiento lo que puede causar un bajón rendimiento en la productividad de los trabajadores y en cuanto a los clientes un aislamiento y un concepto negativo hacia la empresa.

Referencias

- **George L. Engel** (1977): Es el psiquiatra estadounidense que propuso el modelo biopsicosocial como una mejora del modelo biomédico y rol de la comunicación.
- **P. Petrone** (2021): Sostiene que la comunicación efectiva en una organización de salud requiere de "contactos frente a frente en condiciones de apertura y confianza".
- **Van Dijk** (2000): Aborda el discurso como interacción social y el ámbito de la fisioterapia.