

TEMA 2: LA COMUNICACIÓN

Definición:

La comunicación es un proceso que consiste en la transmisión e intercambio de mensajes entre un emisor y un receptor.

En este proceso, además del emisor y receptor, participan diferentes elementos:

- el código, que es el lenguaje empleado,
- el canal de comunicación, que es el medio usado,
- el contexto, que son las circunstancias donde se desarrolla la comunicación,
- el ruido o perturbaciones en la recepción del mensaje original, y
- la retroalimentación o feedback, que supone la respuesta hacia el primer mensaje.

El proceso comunicativo es esencial para la vida en sociedad: permite que los seres humanos se expresen y compartan información entre sí, establezcan relaciones, lleguen a acuerdos y sean capaces de organizarse.

La comunicación, además, puede llevarse a cabo de diferentes maneras: verbal, utilizando un lenguaje o idioma, o no verbal, valiéndose de gestos, lenguaje corporal o signos no lingüísticos.

La palabra comunicación deriva del latín *communicatio* que significa compartir, participar en algo o poner en común.

Por eso, el término comunicación también se utiliza en el sentido de conexión entre dos puntos. Por ejemplo, el medio de transporte que realiza la comunicación entre dos ciudades o los medios técnicos de comunicación (las telecomunicaciones).

Elementos de la comunicación

Los elementos que componen el proceso de la comunicación son:

Emisor: es quien transmite el mensaje

Receptor: es el que recibe el mensaje.

Código: es el conjunto de signos que serán utilizados para crear el mensaje (palabras, gestos, símbolos).

Mensaje: es la información o conjunto de datos que se transmiten.

Canal de comunicación: es el medio físico que se utilizará para enviar el mensaje, como carta, teléfono, televisión, internet, el propio aire, etc.

Ruido: son todas las distorsiones que pueden influir en la recepción del mensaje original, y pueden ser tanto del emisor, como del canal o del receptor.

Retroalimentación o feedback: en una primera instancia, es la respuesta del receptor hacia el mensaje recibido. Si posteriormente el emisor responde a lo enviado por el receptor, también se considera retroalimentación.

Contexto: son las circunstancias en las que se desarrolla el proceso de comunicación. Tienen influencia directa en la interpretación del mensaje (espacio físico, marco de referencia cultural del emisor y el receptor, contexto social, etc.)

Los 5 pasos en el proceso de comunicación

Para que la comunicación ocurra, son necesarios algunos pasos básicos que caracterizan a este proceso:

La intención de comunicar: se requiere de uno o varios emisores que quieran enviar a un mensaje.

La codificación del mensaje: el emisor prepara el mensaje según el tipo de comunicación que vaya

a emplear (verbal, no verbal, escrita o visual).

La transmisión del mensaje: implica la utilización de medios o canales adecuados al código empleado en el mensaje (un correo electrónico o un mensaje instantáneo para enviar un mensaje escrito, una llamada o charla para una comunicación verbal, etc.)

La recepción del mensaje: para que el mensaje pueda ser recibido, el receptor debe conocer el código en el cual le fue enviada la información. Por ejemplo, si se le envía una carta a una persona que no sabe leer, el proceso de comunicación no tendrá lugar.

La interpretación del mensaje: aquí entra en juego el contexto del receptor, ya que dependiendo de factores biológicos, psicológicos, emocionales o socio culturales, el mensaje puede ser interpretado de múltiples formas que no necesariamente tienen que coincidir con la intención que tenía el emisor al momento de comunicar.

Principales características de la comunicación

Requiere de un emisor y un receptor: para que el mensaje pueda ser enviado se requiere de la intervención de un emisor, del mismo modo que el receptor es esencial para que el mensaje pueda ser recibido e interpretado.

Es un proceso dinámico: los roles de emisor y receptor se pueden intercambiar en el proceso comunicacional. De esta forma, una vez que el receptor envía su retroalimentación o feedback, se convierte en emisor.

Es indispensable para la interacción de los individuos: la comunicación sirve para reafirmar al individuo al permitirle expresarse y transmitir un mensaje.

Favorece la organización social: influye en la interacción de los grupos sociales que comparten un código común y les permite establecer acuerdos y organizarse.

Es imposible que no se lleve a cabo: la comunicación es un proceso que ocurre de forma continua y en diferentes niveles. Esto se describe en los cinco axiomas de la comunicación establecidos por el psicólogo Paul Watzlawick. El primer axioma estipula que es imposible no comunicarse.

Funciones de la comunicación

Dentro del proceso de comunicación se distinguen cinco funciones básicas:

Función informativa

El mensaje transmite una información objetiva y sustentada con datos verificables. Las noticias televisivas y de la prensa escrita tienen esta función.

Función persuasiva

Se trata de convencer al receptor del mensaje o de modificar su conducta con un fin específico. La propaganda política y la publicidad responden a esta función comunicacional.

Función formativa

La intención es transmitir mensajes que generen conocimiento novedoso en el receptor, y que este los incorpore a su sistema de creencias. Los procesos de comunicaciones en entornos educativos, como la escuela, sirven para eso.

Función de entretenimiento

Se trata de la creación de mensajes pensados para el disfrute del receptor. La música, las películas y las series generalmente cumplen esta función.

Tipos de comunicación

La comunicación se puede dividir en dos grandes tipos:

Comunicación verbal

La comunicación verbal es una forma de comunicación exclusiva de los seres humanos y, por ello, es la más importante. Tiene dos subcategorías:

Comunicación oral: es el intercambio de mensajes a través del habla.

Comunicación escrita: en este caso, el proceso comunicacional ocurre a través del lenguaje escrito.

Comunicación no verbal

Se expresa a través del lenguaje corporal, la proximidad, signos no lingüísticos y sonidos sin palabras.

Comunicación asertiva

La comunicación asertiva es aquella en la que el emisor logra expresar un mensaje de forma simple, oportuna y clara, considerando las necesidades del receptor o interlocutor.

Se trata de una habilidad social importante asociada a la inteligencia emocional y a la comunicación no verbal.

Fuente: Delgado I. (2018). La Comunicación. Disponible en línea: <https://www.significados.com/comunicacion/>

Comunicación Formal e Informal

La comunicación formal puede ser tanto escrita como oral, siendo la primera usada para el diseño de los deberes diarios, mientras que aquellas que tengan una mayor relevancia es más recomendable usar la comunicación escrita procurando siempre usar un lenguaje formal. En la comunicación informal, el intercambio de información es de manera no oficial, necesario para recabar información que de la manera formal sea difícil conseguir, pues nace de las relaciones sociales como las sugerencias, ya que hay más libertad en la comunicación informal. Continúa leyendo hasta el final y conviértete en un experto en comunicación.

Importancia de la comunicación formal e informal

Ambas son de igual importancia para el funcionamiento de la empresa, la comunicación formal es la manera jerárquica de transmisión de la información, entre jefes y subordinados, manteniendo la autoridad de los superiores. Se hace uso del lenguaje formal para la difusión de tareas por hacer o algún comunicado de relevancia, en estos casos se da lo que sería la comunicación descendente cuando es de los superiores a subordinados y comunicación ascendente, cuando los empleados envían un comunicado a sus superiores.

Saber qué es la comunicación formal e informal, con respecto a la comunicación informal, la importancia de este radica que al no estar dentro de la organización formal de la comunicación empresarial, se permite la resolución de problemas de manera más sencilla puesto que al venir del lenguaje informal, permite recabar información indispensable por medio de comentarios y sugerencias, un ejemplo es un jefe sociable, puede obtener mucha información por medio de la comunicación informal.

Ventajas y desventajas de la comunicación formal e informal

En las ventajas de la comunicación formal, está el mantenimiento de la autoridad entre superiores y subordinados, además que permite una clara y eficaz transmisión de la información, por lo que no hay

cabida en a malinterpretación del mensaje y un flujo ordenado de la información, ejemplo, si se transmite la información con un mapa conceptual.

En las desventajas está que la información puede estar distorsionada, pues recorre muchos pasos antes de llegar a su objetivo, que haya sobrecarga de trabajo y la indiferencia de los superiores ante las sugerencias formales de los subordinados.

Respecto a la comunicación informal, en las ventajas está la rapidez de la trasmisión de la información, causando el mismo impacto; la resolución fácil de los problemas y la satisfacción de las necesidades de los empleados.

Con respecto a las desventajas tenemos que la información no es fiable pues puede que distorsione o sólo sean rumores, además que la información al no ser sistemática, puede que llegue a la persona incorrecta.

Fuente: Blog EuroInnova (2020). Comunicación Formal e Informal. Disponible en línea: <https://www.euroinnovaformacion.com.ve/blog/que-es-la-comunicacion-formal-e-informal>

Comunicación Organizacional

La comunicación organizacional se define como los canales y formas de comunicación que se producen dentro de las organizaciones, ya sean empresas, instituciones académicas, organizaciones no lucrativas u organismos gubernamentales. Incluye tanto la comunicación al interior de la organización como la comunicación hacia el público externo.

La comunicación organizacional se centra en gran medida en la construcción de relaciones y la interacción con los miembros internos de la organización y los públicos externos interesados.

Generalmente se conciben dos formas de ver la comunicación organizacional:

La comunicación dentro de las organizaciones (donde la comunicación es parte de la organización).

La comunicación como organización (es decir, las organizaciones son el resultado de la comunicación de quienes las integran).

Es importante resaltar que la comunicación no consiste únicamente en la transmisión de mensajes entre emisores y receptores, sino que se trata de un proceso complejo de significados, construcción de sentido y negociación de normas creadas por las personas implicadas en un contexto determinado, que en este caso se refiere a una organización.

¿Para qué se utiliza la comunicación organizacional?

La comunicación organizacional nos ayuda a:

Definir todos los pasos necesarios para realizar con éxito las tareas relacionadas con funciones y responsabilidades específicas de ventas, servicios y producción.

Afrontar los cambios inesperados a través de la creatividad y la adaptación individual y colectiva.

Completar tareas a través del desarrollo de políticas claras, procedimientos y reglamentos que apoyan las operaciones diarias y continuas.

Desarrollar mejores relaciones interpersonales entre los miembros de la organización, considerando aspectos emocionales, éticos y sensibles.

Coordinar, planificar y controlar las operaciones de toda la organización de acuerdo con los

objetivos planteados por la dirección.

Crear un clima y una cultura organizacional positiva, es decir, que sea consciente y promueva las actitudes, valores y objetivos que caracterizan a la organización y a sus miembros.

Desarrollar estrategias organizacionales que contemplen las necesidades de los colaboradores, con el fin de evitar el Burnout laboral y problemáticas de este alcance.

Importancia de la comunicación organizacional

La comunicación organizacional favorece la gestión empresarial a través de la generación de estrategias y canales de comunicación efectivos que propician una mayor productividad, calidad, integración del trabajo colectivo.

Diversos estudios sobre la comunicación organizacional demuestran que las organizaciones dependen de la comunicación eficaz y de las habilidades comunicativas eficientes de sus miembros.

Incluso, varias encuestas identifican la comunicación oral y escrita eficaces como las habilidades más buscadas por quienes dirigen las organizaciones.

Para prosperar en una organización, los empleados deben ser hábiles en la presentación en público, la escucha y la comunicación interpersonal.

En la actualidad, las organizaciones buscan personas que sepan seguir y dar instrucciones, escuchar con precisión, proporcionar comentarios útiles, llevarse bien con los compañeros de trabajo y los clientes, establecer redes, trabajar bien en equipo, resolver problemas de forma creativa y crítica y presentar ideas de manera comprensible.

Una comunicación organizacional eficaz implica saber crear e intercambiar información, trabajar con diversos grupos o individuos, comunicarse en circunstancias complicadas y cambiantes, así como tener la aptitud o la motivación para comunicarse de manera adecuada.

Tipos de comunicación organizacional

Ahora que ya conoces qué es la comunicación organizacional y cuál es su importancia, te presentaremos algunos de los tipos en los que suele clasificarse:

Comunicación direccional

La comunicación organizacional puede entenderse de acuerdo con su dirección, lo que significa que la información puede fluir hacia abajo, hacia arriba o en sentido horizontal.

Comunicación direccional descendente. Parte de los directivos y mandos altos hacia los empleados de primera línea.

Este tipo de comunicación suele incluir instrucciones o tareas que los empleados deben realizar, y también puede incluir la política de la organización o las evaluaciones de rendimiento.

Aunque la mayor parte de la comunicación descendente se realiza por escrito, como los correos electrónicos, los memorándums y las directrices políticas, también puede realizarse de forma verbal a través de reuniones y llamadas telefónicas.

Comunicación direccional ascendente. En esta los mensajes fluyen desde los empleados de nivel inferior hacia los superiores. Este tipo de comunicación puede incluir proyectos o entregas que los empleados deben compartir entre sus jefes.

Por ejemplo, a través de una encuesta de feedback laboral, los empleados pueden hacer comentarios y sugerencias a los superiores sobre su trabajo, su rendimiento o los negocios de la empresa. Este tipo de comunicación suele proporcionar a la dirección información y datos que se utilizan para tomar decisiones importantes en las empresas.

Comunicación direccional horizontal. Este tipo de comunicación tiene lugar entre empleados que se encuentran en el mismo nivel de la jerarquía. Pueden estar en el mismo departamento o en otras áreas de la empresa.

Al igual que la comunicación informal, este tipo de comunicación es rápida y a menudo espontánea. La mayor parte de la comunicación horizontal es verbal y no escrita.

Comunicación interna

Tiene lugar entre los miembros de la organización. Puede ser entre toda la empresa o en pequeños grupos de personas, como departamentos o equipos de proyectos.

La comunicación interna puede ser formal e informal. La formal suele ser por escrito e incluye las evaluaciones de rendimiento, las actualizaciones de la empresa y los resultados de las ventas. Este tipo de información suele ser sólo para los empleados y no está disponible para personas externas a la organización.

La comunicación interna ayuda a crear un ambiente de cordialidad y a estimular las actividades laborales, ayudando a los empleados a conocer la organización y familiarizarse con ellas.

También es favorable para el reconocimiento del desempeño de los colaboradores, fomentar el intercambio de información en toda la organización.

Comunicación externa

Es aquella que está dirigida específicamente a personas ajenas a la organización, como clientes, clientes potenciales, socios, medios de comunicación, competidores u organismos reguladores como el gobierno.

Las empresas dedican tiempo a elaborar cuidadosamente los mensajes destinados al público externo para que la empresa sea percibida de forma positiva.

La mayor parte de la comunicación externa es formal y estructurada y se envía a través de canales específicos para que el público reciba el mensaje.

Por ejemplo, las promociones de ventas a clientes potenciales pueden enviarse a través de una campaña de correo electrónico dirigida, mientras que las noticias sobre el nombramiento de un nuevo director general pueden enviarse a los medios de comunicación y al gobierno a través de un comunicado de prensa.

Barreras de la Comunicación

Entre las barreras de la comunicación organizacional están:

1.- Falta o ausencia de planeación

Esta barrera se presenta muy frecuentemente dentro de las organizaciones, sobre todo en aquellas donde existe una falta de un buen liderazgo y la definición de las estrategias y herramientas más adecuadas para la comunicación de la organización.

Para que una comunicación organizacional sea adecuada y cumpla con sus objetivos, debe surgir

como consecuencia de una planeación basada en el análisis, los objetivos y las metas de la organización.

2.- Supuestos o hechos confusos

En muchas ocasiones la comunicación se realiza de forma incompleta y da paso a la interpretación errónea de ciertas situaciones en una organización. Cuando los supuestos o hechos no se aclaran entre las partes que intervienen, pueden generar confusiones y en ocasiones problemas de mayor tamaño.

3.- Información expresada deficientemente

Otra barrera común en la comunicación se presenta cuando a pesar de que el emisor de la información muestre claramente las ideas, pudo haber elegido las palabras incorrectas, o no haber explicado algunos términos o desvirtuar la información.

Hay que tener cuidado en nuestro mensaje porque un malentendido puede causar grandes problemas.

4.- Barreras de contexto internacional

Al momento de comunicar hay que tomar en cuenta factores como la cultura o el lenguaje para que la comunicación sea eficiente y se transmita el mensaje adecuadamente.

Un ejemplo se presenta al tratar de traducir lemas de empresas o dar a conocer conceptos de trabajo que pueden variar considerablemente de una cultura a otra, y en unos casos hasta ser un insulto si no se maneja bien.

5.- Pérdida de información por retención limitada

Este percance sucede cuando la información que se comparte de un individuo a otro va perdiendo precisión a lo largo de las transmisiones, dando paso a malentendidos que pueden ocasionar un problema de comunicación severo dentro de la organización. En este tipo de casos es importante realizar respaldos de toda la información de valor, repetición de datos y el uso de canales oficiales mediante los cuales se pueda llevar un mejor registro de las acciones realizadas.

6.- Uso no estratégico de canales de comunicación

El uso de diversos medios de comunicación que no forman parte de los canales oficiales de comunicación puede generar confusión en la transmisión de la información con los colaboradores.

Por ejemplo, si una organización no tiene establecido el uso de grupos de WhatsApp como parte de sus políticas y un líder transmite a través de este medio una orden importante, tendrá como consecuencia que la orden no llegue a todos los colaboradores o estos decidan no seguirla.

7.- Desconfianza o temores en la comunicación

Cuando los líderes no se han esmerado por mantener un clima organizacional favorable, la confianza y el ambiente laboral puede resultar demasiado hostil o amenazante, generando desconfianza y una actitud temerosa que puede bloquear la comunicación.

8.- Exceso de información

Cuando el flujo de información es demasiado grande puede resultar difícil de asimilar para los trabajadores.

Es por ello que hay que cuidar el contenido de la información de forma que se transmita de forma concisa y estar basada en objetivos y metas claras, para que pueden tomarse acciones a partir de esta.

Relación entre comunicación y cultura organizacional

La cultura y la comunicación son agentes que se retroalimentan de manera recíproca al interior de la organización. La cultura es difundida a través de la comunicación y establecerá el sistema de valores que se tienen en cuenta al interior de la misma.

En algunas organizaciones, la comunicación es la que construye la cultura y la establece como algo común entre los diferentes niveles, mientras que en otras organizaciones la cultura es la que establece las bases de comunicación.

Según las percepciones o lecturas que los individuos hacen de la organización a través de la comunicación, construirán una cultura organizacional como símbolo y esta tendrá un significado más importante, aumentado el compromiso de los empleados hacia la organización y la percepción de los beneficios que esta le ofrece.

Es importante que la cultura organizacional no solo se encuentre en carteles pegados por las paredes, sino que se encuentre implícitamente dentro de cada uno de los individuos que forman parte de la empresa, sabiendo que cada uno de ellos es parte fundamental de la misma, y entendiendo a la organización como un todo.

Actividades que promueven comunicación organizacional

Plantear una estrategia de comunicación es fundamental para el desarrollo organizacional. Si estás en este proceso o buscas ideas que te puedan ayudar a implementarlo, algunas de las actividades que puedes realizar son:

1.-Reuniones de equipo

Las reuniones de equipo son una parte importante de la comunicación organizativa. Todos los equipos deben compartir ideas con regularidad, solicitar comentarios y expresar libremente sus opiniones.

2.- Formación para el trabajo a distancia

La comunicación organizacional puede ser más difícil cuando los empleados no comparten el mismo espacio de trabajo. Por ello, las mejores empresas ofrecen formación sobre el trabajo a distancia para garantizar que todos los empleados sepan cómo comunicarse.

3.- Retroalimentación de los empleados

Una empresa de éxito crea un entorno en el que la comunicación con los empleados es prioritaria. Por ello, siempre buscan mejorar las técnicas de comunicación de la organización y fomentan una retroalimentación de empleados. Utilizan datos cualitativos y cuantitativos para mejorar la empresa y los sistemas de comunicación.

4.- Eventos y dinámicas de grupo

La realización de eventos sociales y dinámicas de equipo ayudan a crear relaciones abiertas y muestran a los empleados nuevas formas eficaces de comunicarse e interactuar.

Una organización de éxito fomenta la actitud de los empleados organizando encuentros sociales y animándoles a interactuar. Estos encuentros crean culturas organizativas positivas y levantan el ánimo de los empleados.

Un ejemplo de este tipo de actividades son los quizzes online, que te permiten hacer trivias de forma gratuita y dinámica entre tus equipos de trabajo.

Herramientas de la comunicación organizacional

Algunas herramientas que puedes implementar como parte de tu estrategia de comunicación organizacional son:

- Encuestas de comunicación organizacional.
- Encuestas de clima laboral.
- Encuestas para empleados.
- Software para medir la cultura laboral.

Fuente: Pagina Web QuestionPro (2022). Comunicación Organizacional. Disponible en línea: <https://www.questionpro.com/blog/es/comunicacion-organizacional/>

Comunicación Efectiva

La comunicación efectiva es el proceso de compartir ideas, pensamientos, conocimientos e información de la forma más comprensible para el receptor del mensaje. Algunas de sus características son la claridad, la empatía y la escucha activa.

Importancia de la comunicación efectiva

La comunicación efectiva desempeña un papel esencial en el éxito tanto laboral como personal. Las personas que saben cómo comunicarse de manera eficaz impulsan su productividad y mejoran sus relaciones personales en todos los aspectos de su vida, ya que fomentan la confianza de los demás y ayudan a prevenir o solucionar problemas.

La importancia de la comunicación efectiva radica en que proporciona claridad en el mensaje y, por lo tanto, crea mejores relaciones laborales y personales. En las ventas por ejemplo, una comunicación efectiva te ayudará no solo a comunicar mejor los beneficios de tus productos, sino también a comprender mejor las dudas y necesidades de tus clientes; esto te permitirá cerrar más y mejores tratos.

Quiénes pueden beneficiarse al aplicar una comunicación efectiva

La comunicación efectiva es una parte integral en el lugar de trabajo. Para que un negocio o empresa sea eficiente y exitoso es necesario aplicar una comunicación óptima que favorezca a todos por igual. A continuación te decimos de qué manera se benefician los integrantes de una organización al llevar a cabo una comunicación efectiva:

Líderes de las empresas. Por medio de una comunicación efectiva pueden transmitir sus conocimientos y experiencia, que inspiran a sus trabajadores y generan confianza.

Vendedores. El valor principal es que les permite generar confianza que conduce al compromiso de sus clientes. Esto requiere no solo tener contactos frecuentes e informales con los proveedores.

Gerentes. La comunicación efectiva mejora la experiencia laboral para los gerentes, ya que les permite crear cohesión dentro de sus equipos de trabajo. Con esto alcanzarán de manera óptima sus objetivos y aumentar la productividad, además de que los integrantes de los equipos comprenderán mejor sus funciones.

Representantes de servicio al cliente. La comunicación efectiva contribuye a acrecentar la calidad de servicio al cliente y ayuda a los representantes a transmitir los mensajes de forma clara, para evitar cualquier tipo de confusión y brindar una experiencia exitosa al cliente.

Características de la Comunicación Efectiva

1. Es de fácil comprensión

La comunicación es efectiva cuando el receptor del mensaje logra comprender fácilmente la información; luego puede recordarla y actuar con base en ella.

2. Brinda información concisa

La información que se transmite a través de la comunicación efectiva debe ser concisa y completa. Esto evita cualquier tipo de dudas, confusiones o posibles interpretaciones equivocadas por parte del receptor.

3. Es de interés para el receptor

Otra de las características de la comunicación efectiva es que el mensaje es motivador e interesante para los que lo reciben.

4. Es objetiva

La comunicación efectiva tiene como característica la objetividad, es decir, la información transmitida por el emisor debe ser veraz, auténtica y lo más imparcial posible. Esto transmite confianza y genera credibilidad.

Elementos de la Comunicación Efectiva

1. Claridad

Clarifica tanto tu pensamiento como tu expresión, así evitarás dar mensajes ambiguos. Puedes comenzar por utilizar estos consejos que se enfocan en la psicología y en los comportamientos comunicativos:

Si sueles hablar rápido, reduce la velocidad.

Evita las referencias a situaciones o contextos culturales que no entienda tu interlocutor, como libros o series, sobre todo si lo conoces recientemente.

Practica tu pronunciación y proyecta tu voz.

2. Propiedad

Selecciona tus palabras de forma escrupulosa, de acuerdo con el nivel de formalidad entre tus clientes y con los propósitos que tienes en mente. Además, cuida la ortografía, la gramática, el contenido y el formato si envías un mensaje por escrito.

3. Concisión

Ofrece únicamente la información relevante: la regla es que reduzcas al mínimo la cantidad de palabras, mientras no esté en peligro la claridad. Un mensaje conciso ahorra tiempo, atrae la atención de tus clientes y reduce el ruido. Primero asegúrate de que el material siga una secuencia lógica y coherente, y luego ve al grano.

4. Feedback

La comunicación es una calle de dos vías: necesita del emisor y del receptor para ser efectiva. Es un proceso complejo. En ocasiones, a pesar de todos los esfuerzos, la comunicación falla porque el receptor es incapaz de brindar retroalimentación o el emisor interpreta sus comentarios de forma incorrecta.

Asegúrate de no tergiversar lo que expresan tus clientes y que tus mensajes sean tan claros que no haya lugar a dudas. En la resolución de problemas, 23 % de los clientes prefiere una atención personalizada y abierta.

5. Empatía

Usa frases tan sencillas como «entiendo lo que dices». Esto demuestra que tienes una actitud abierta y sintonizas con lo que tu compañero de conversación piensa y siente. Esto, a su vez, hará que sea más fácil crear empatía.

Así, aunque no siempre es posible, debes tener la disposición de reconocer los sentimientos y anticipar las reacciones de tus interlocutores.

6. Escucha activa

Saber escuchar es una de las mejores características de un comunicador efectivo. Haz un espacio en tu día para practicar la escucha activa. Esta involucra prestar mucha atención a lo que la persona dice y pregunta.

A veces puedes apoyarte en reafirmar lo que el emisor dijo, con una frase como: «Entonces, lo que quisiste decirme es que...». De esta manera podrás responder mejor.

7. Comunicación no verbal

Tu lenguaje corporal (como el contacto visual, el movimiento de tus manos y tu cuerpo) sustenta el mensaje que tratas de transmitir.

Procura tener una postura relajada y abierta con los brazos abiertos y las piernas relajadas, así como usar un tono amistoso. Esto te hará parecer accesible y alentará a tus clientes a hablar abiertamente contigo.

Presta atención a las señales no verbales de los otros mientras hablas. A menudo, estas transmiten cómo se siente realmente una persona. Por ejemplo, si no te mira a los ojos, es un indicador de que se siente incómoda o prefiere ocultar alguna información.

En realidad, 93 % de la comunicación es no verbal. Utilízala lo mejor posible.

8. Respeto

La persona se comprometerá más si la tratas con respeto. Una acción tan simple como llamarla por su nombre la hará sentirse apreciada. Si la comunicación es telefónica, concéntrate en la conversación y evita distraerte.

Cuando sea por correo, detente en construir y editar tu mensaje, y dirígete al receptor por su nombre.

Ejemplos de Comunicación Efectiva en las Empresas

1. Correos electrónicos empresariales

Los correos electrónicos son uno de los canales más utilizados dentro de una organización para transmitir información entre sus miembros. Por ello el uso de herramientas que permitan una buena redacción son fundamentales para llevar a cabo una comunicación efectiva, que contribuya a la productividad y el cumplimiento de los objetivos.

Los correos electrónicos bien hechos logran respuestas puntuales y concretas. Se trata de correos que han sido leídos varias veces antes de ser enviados, tienen un objetivo concreto y contienen un mensaje importante transmitido de manera eficaz.

2. Mensajes de texto publicitarios

Los mensajes de texto en publicidad son un ejemplo de comunicación efectiva que permite enviar datos relevantes a los clientes y algunas veces están acompañados de elementos visuales. La información que se les envía suele ser significativa, como descuentos y promociones; esto permite a las marcas dar a conocer sus productos o servicios, así como aumentar las ventas.

3. Encuestas de atención al cliente

Las encuestas son un tipo de comunicación directa con la cual las marcas pueden recopilar comentarios de los clientes. El departamento de atención al cliente implementa estrategias de comunicación, ya sea para sus representantes online como telefónicos.

Fuente: Ortiz, K. (2021) para el Blog Hubspot. Comunicación Efectiva. Disponible en línea: <https://blog.hubspot.es/sales/comunicacion-efectiva>

Elementos de la comunicación efectiva

- **Claridad:** evita la ambigüedad.
- **Propiedad:** va de acuerdo con el nivel de formalidad.
- **Concisión:** usa el número óptimo de palabras.
- **Feedback:** permite el intercambio de ideas.
- **Empatía:** mantiene una actitud abierta y de interés en el interlocutor
- **Escucha activa:** presta atención a lo dicho por la otra persona.
- **Comunicación no verbal:** muestra un tono correcto con el cuerpo y los movimientos.
- **Respeto:** involucra la atención plena.



Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)

Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) son el resultado de poner en interacción la informática y las telecomunicaciones. Todo, con el fin de mejorar el procesamiento, almacenamiento y transmisión de la información.

Consiguiendo de esta manera mejorar el nivel de nuestras comunicaciones. Creando nuevas formas de comunicación más rápida y de mayor calidad. Mejoras que reducen costes y tiempo, de aplicación tanto al mundo de los negocios como a la vida misma. Proporcionándonos una mayor comodidad y mejorando nuestra calidad de vida a la vez que se aboga por el medio ambiente.

¿Qué componen las tecnologías de la información y comunicación?

Los terminales, las redes y los servicios, por tanto, también pueden ser clasificadas según hagan un uso u otro de estos elementos.

En relación a los dispositivos mucho es lo que se ha avanzado. El ordenador ha evolucionado desde su aparición y sigue haciéndolo a un ritmo vertiginoso. Al igual que los aparatos periféricos que lo complementan, ofreciendo otras posibilidades.

La tecnología no se ha estancado en los ordenadores. Nos va sorprendiendo introduciendo nuevos tipos de terminales en nuestras vidas o mejorando sus características. Qué fue de aquel teléfono móvil cuya única función era llamar. Ahora son dispositivos mucho más sofisticados que han revolucionado la comunicación. La vídeo llamada, las aplicaciones de mensajes de texto gratuitas, las redes sociales, etc. son algunos ejemplos.

En cuanto a las redes que permiten que los dispositivos estén interconectados, la piedra angular sería el internet. Su impacto en la sociedad no se puede explicar en unas líneas, pero es lo que hace girar este mundo. Las TICs han hecho un arduo trabajo en el campo de las redes. Mejorando la telefonía fija, la telefonía móvil, el propio internet pasando de la conexión telefónica a la banda ancha, después a la fibra óptica y llevando la conexión a los móviles. Permitiendo así que estemos informados al momento.

El otro elemento que conforman las tecnologías de la información y la comunicación, son los servicios. Cada vez es más grande el abanico de servicios que se nos ofrece: correo electrónico, búsqueda de información, banca online, comercio electrónico, e-administración, e-gobierno*, servicios privados, servicios de ocio, etc.

¿Qué aportan las TICs a la empresa?

A nivel de información: Reduce costes y mejora el uso y la transmisión de la misma. (véase gestión de documentos)

Nivel de estructura de la empresa: Mejora la comunicación y relaciones personales de los trabajadores.

A nivel comercial: Extensión del mercado (comercio electrónico), disminución de costes logísticos, facilita el feedback con los clientes y mejora la imagen de marca.

En conclusión, las tecnologías de la información y la comunicación son una herramienta que sirve para hacer más fácil y cómoda nuestra vida, tanto a nivel personal como profesional y además, le da un poco de aliento a nuestro planeta. Por tanto, por qué no dar luz verde a estos avances.

Fuente: Jimenez, D. (2021). Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs). Disponible en línea: <https://economipedia.com/definiciones/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-tic.html>