

Comunicación Efectiva

Organización Empresarial

T.S.P. - UTN FRRQ

Comunicación efectiva

“Fluido vital de las organizaciones”

- Cualquier sector incomunicado, muere.
- Formas: conversar, reír, llorar, leer, callar, etc.
- Es un proceso:
 - Dinámico: los roles E-R se intercambian.
 - Inevitable: es imposible no comunicar.
 - Irreversible: no puede borrarse o ignorarse.
 - Bidireccional: en ambas direcciones.
 - Verbal y no verbal: se utilizan ambos lenguajes

Importancia de la comunicación

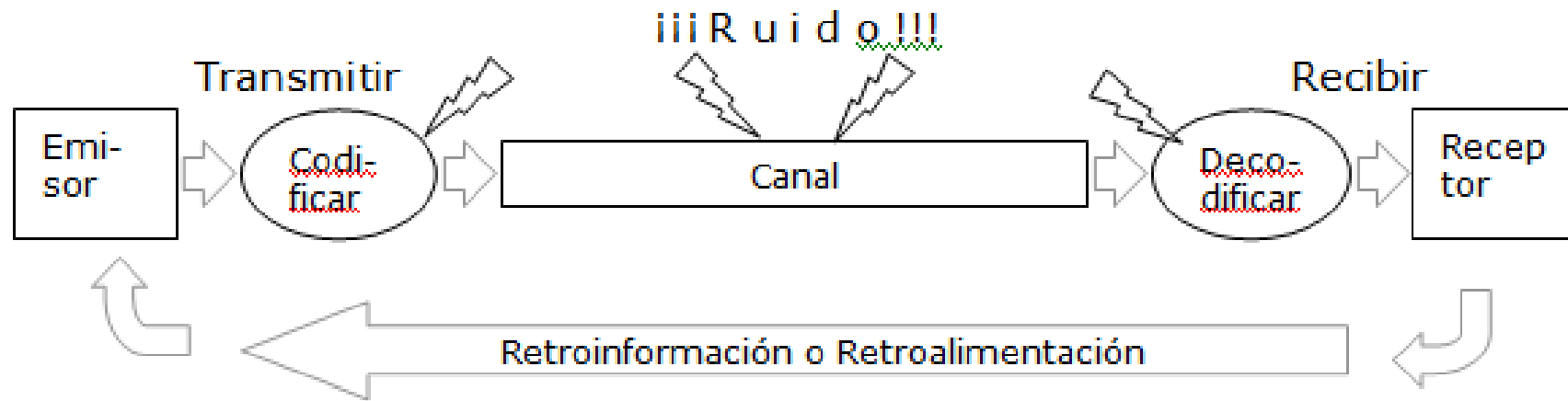
1. Vincula y da coherencia a las actividades
2. Saca a luz la diversidad de capacidades existentes dentro de la organización.
3. Los gerentes pasan mucho tiempo comunicándose:
 - Frente a frente, telefónicamente, digitalmente
 - Con empleados, supervisores, clientes, proveedores

Comunicación

Es el proceso mediante el cual las personas pretenden compartir significados por medio de la transmisión de mensajes simbólicos.

- Entender la forma en que las personas se relacionan unas con otras.
- Significados compartidos: reciprocidad de significados
- Mensajes simbólicos: representaciones aproximadas de las ideas.

Proceso de Comunicación



Efectividad de la comunicación

- Codificación: influye la cultura, formación, antecedentes del emisor, y el entorno de la comunicación.
- Decodificación: 1ro percibir, luego interpretar. Influye experiencia del receptor, evaluación personal de los símbolos, expectativas, y conocimiento previo entre receptor y emisor.
- Ruido: externo o interno (desconcentración del emisor o receptor, molestias físicas).
- Los mensajes claros y sencillos pueden ser entendidos en medios muy ruidosos.

Barreras para la comunicación

1. Diferencias de percepción

- Diferencia en sus antecedentes, experiencias y conocimientos.
- Diferencias en el lenguaje. Ejm: "en breve".
- Diferencias de sexo: los hombre son directos y expresan hechos, las mujeres son indirectas y expresan sentimientos y emociones.

Barreras para la comunicación

1. Diferencias de percepción, **recomendaciones:**

- Expresarse como para distintos tipos de receptores.
- Contemplar la situación desde el punto de vista del otro.
- Demorar las reacciones (tener una actitud más bien reflexiva tratando de entender bien).
- Hacer preguntas de retroalimentación.
- Propiciar un clima de preguntas.
- Ante innovaciones, dar a la gente la capacitación apropiada.

Barreras para la comunicación

2. Reacciones emocionales:

- Las emociones influyen en emisión y recepción de mensajes. Si percibimos amenaza, respondemos en forma defensiva.
- Recomendaciones. Los gerentes deberían:
 - Tratar de que los empleados hablen de lo que les preocupa.
 - Preparar a la gente para las crisis.
 - Tener en cuenta sus estados de ánimo y su influencia en los demás

Barreras para la comunicación

3. Inconsistencias entre com verbal y no verbal

Nuestros mensajes están influidos por:

- nuestros movimientos corporales,
- nuestra ropa,
- los gestos y
- el contacto físico.

Recomendación: tener conciencia de la comunicación no verbal y evitar enviar mensajes en falsos.

Barreras para la comunicación

4. Desconfianza: la comunicación depende de la credibilidad del emisor en la mente del receptor.

La credibilidad depende básicamente de:

- Los conocimientos demostrados.
- El cumplimiento de los compromisos y promesas.
- El interés demostrado en el bienestar de los demás.
- No hay atajos para desarrollar un ambiente de confianza.

Comunicación organizacional

Factores que influyen

1. Canales formales:

- controlados por los gerentes.
- Boletines, memoranda, informes y reuniones de personal.
- Ventajas:
 - puede abarcar grandes distancias
 - es muy controlable en cuanto a su contenido.
- Desventajas
 - puede inhibir el libre flujo de la información entre distintos niveles.

Comunicación organizacional

Factores que influyen

2. La estructura de autoridad:

- determinar los circuitos de comunicación dentro de la empresa
- determina quien se comunicará cómodamente con quien.

Comunicación organizacional

Factores que influyen

3. Especialización de los trabajos:
 - Facilita la comunicación dentro de un grupo
 - Sus miembros comparten jerga, perspectivas, metas, tareas y estilos.
 - Se dificulta la comunicación entre distintos grupos especializados.

Comunicación organizacional

Factores que influyen

4. Propiedad de la información:

- Algunas personas no están dispuestas a compartirla pues lo ven como una pérdida de poder.
- Impide a las empresas de crecer técnicamente mediante la difusión de conocimientos.
- Está relacionada con el temor a perder el empleo o ser reemplazado.

Tipos de comunicación

Vertical

- Funciona a lo largo de la cadena de mando.
- Descendente: difundir, informar y dirigir.
- Ascendente: explicaciones, sugerencias, solicitudes.
- Puede ser filtrada, y modificada en cada nivel, según conveniencias personales.
- Puede generar empleados confundidos, mal informados sin poder cumplir sus tareas debidamente.
- La exactitud depende de:
 - Diferencia de posición entre superior y subalterno,
 - Deseo de ascender del empleado (dirá lo que su jefe quiera escuchar),
 - Falta de confianza entre ambos.

Tipos de comunicación

Lateral e informal

- Sigue el flujo de trabajo de la organización. Se da entre :
 - los miembros de un grupo de trabajo,
 - entre un grupo de trabajo y otro y
 - entre miembros de distintos departamentos.
- Propósito: ofrecer un canal directo para coordinar la organización y resolver problemas.
- Ventajas:
 - Más rápido que dirigirse a través de la cadena de mando.
 - Permite establecer relaciones entre miembros de la organización, lo que eleva la satisfacción de los empleados.
 - Reduce el tráfico innecesario de información de los niveles altos.
 - Reduce la imprecisión de la comunicación por ser más directa.

Tipos de comunicación

Cadena de rumores

- Es informal, compuesta por varias redes que se superponen y entrecruzan en forma vertical, horizontal y en diagonal.
- Fluye donde la gente se reúne en grupo:
 - pasillos,
 - máquinas de café,
 - botellones de agua
 - comedores.
- Es incontrolable,
- Es mucho más rápida que los canales formales.
- A veces es utilizada por los mismos gerentes.

Tipos de comunicación

Externas

- A la comunidad su compromiso con el medio ambiente.
- A los clientes
 - su compromiso con la calidad.
 - el estado de sus pedidos.
- Ala prensa sus planes de expansión.
- Acuerdos comerciales con los proveedores.

Negociación

Es un proceso en el cual interactúan 2 o más partes, para resolver un conflicto en forma conjunta.

- Es un hábito cotidiano para la mayoría de nosotros (comercios, familia, amigos, etc.)
- Conflicto implica un desacuerdo entre partes
 - la asignación de recursos escasos,
 - las metas, valores o percepciones.
- La negociación es una alternativa al uso del poder y la represión para manejar conflictos.

Negociación: condiciones

1. **Conflicto** de intereses: lo que quiere una es diferente de lo que quieren las otras.
2. **No** haya **reglas** establecidas para resolver el conflicto, o las partes deseen prescindir de ellas.
3. Haya **voluntad** de buscar un **arreglo** en lugar de pelear o romper la comunicación.

Negociación: condicionamientos

- Que c/parte considere que sus intereses dependen de la/s otra/s.
- El grado de confianza o desconfianza entre las partes.
- La capacidad de una parte de comunicar, convencer o coaccionar a la otra a aceptar su punto de vista.
- La idiosincrasia de las personas involucradas.

Negociación: lineamientos I

- Tener objetivos firmes y claros, y entender el contexto en el cual se establecen.
- Estar preparados con datos sólidos que apoyen los objetivos.
- No apresurarse, y menos cuando existen dudas.
- Medir cada paso en relación con los objetivos.
- Adoptar una posición flexible.

Negociación: lineamientos II

- Considerar el impacto que las negociaciones presentes tendrán en las futuras.
- Considerar los motivos de la otra parte.
- Entender a las personas y respetar su dignidad.
- Saber escuchar y controlar las emociones.
- Crearse fama de firme pero justo.
- Verificar bien el texto de cada cláusula negociada.