

Comunicación Eficaz

Curso de “Comercialización”
Ingeniería en Alimentos
Facultad de Ciencias Químicas y Farmacéuticas
Universidad de Chile

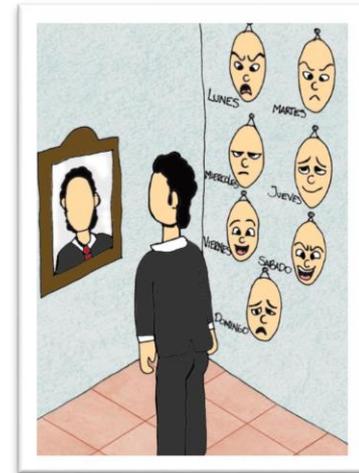
Fuente: La presente clase fue elaborada por el Prof. Gustavo Haase Bernal con la colaboración del Prof. Daniel Ignacio Burgos Bravo

¿Es racional la conducta humana?

- Depende desde el punto de vista de análisis.
- Existe una fuerte influencia de factores culturales.

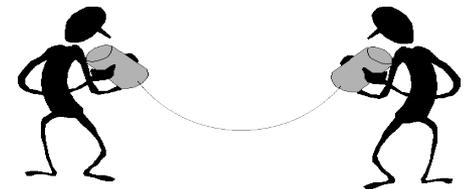
Teorías de la Comunicación Interpersonal

- Axioma Básico de la comunicación:
- “ES IMPOSIBLE NO COMUNICAR” (Paul Watzlawick)
- Todo comportamiento es una forma de comunicación.
- Siempre que entramos en escena estamos enviando mensajes a través de los diversos lenguajes con que contamos: el corporal, el gestual, el verbal, el social etc... todo es comunicación.
- Desde la niñez, y durante toda la vida, desarrollamos destrezas, habilidades y talentos para *responder* o para *entrar en relación* ante el medio social.



Comunicación como la base de la construcción social.

- La comunicación se construye en sociedad.
- Comunicar implica hacer participe al otro de algo en común.
- Comunicar permite la búsqueda de consensos y acuerdos sociales.
- Permite ponernos de acuerdo en principios básicos y normas de convivencia social.



¿Comunicar = Hablar?



¿Comunicar = Hablar?

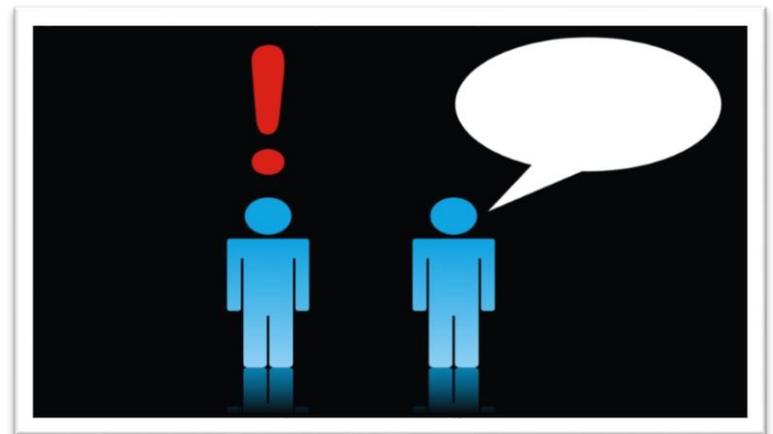
- Hablar tiene intrínsecamente asociada la utilización de palabras, ya sean grafemas (letras y números) o fonemas (sonidos del habla que permiten distinguir palabras en una lengua).
- Hablar es transmitir información, a través de diversos canales.
- Comunicar sin embargo es proveer mucho más que solo información codificada.
- Proceso multifactorial de complejidad estructural y cultural superior al acto de hablar.
- Intercambio de ideas, emociones, sentimientos, pensamientos entre dos o más personas.

Tipos de Comunicación

- **Comunicación Formal:** La comunicación se encuentra relacionada a aspectos institucionales. Tiende a ser lenta pues debe cumplir con todas las formalidades del contexto.
- **Comunicación Informal:** Contiene aspectos institucionales pero se diferencia de la comunicación formal en cuanto utiliza canales no oficiales (encuentros en lugares comunes, cafeterías, pasillos).
- **Comunicación Vertical:** comunicación que se genera en las áreas directivas (ápice estratégico) y desciende por la estructura de la organización utilizando los canales oficiales de esta.
- **Comunicación Horizontal:** Ubica a todos los actores en el mismo nivel de información y circulación de la comunicación. Personas del mismo nivel (jerárquico, intelectual, social) y tiende a ser de carácter informal.
- **Rumores:** Comunicación informal que recorre la organización sin respetar los canales de comunicación. Son versiones o interpretaciones de la realidad basadas en información parcial.

Axiomas de la Comunicación (Paul Watzlawick)

- Toda comunicación tiene un nivel de **CONTENIDO** y un nivel **RELACIONAL**.
- **Contenido:** Lo que decimos.
- **Relación:** A quién y cómo se lo decimos, como debe entenderse lo que decimos.
- **Connotación-Denotación**
- **Ejemplo:**
- “**Cuídate Mucho**”



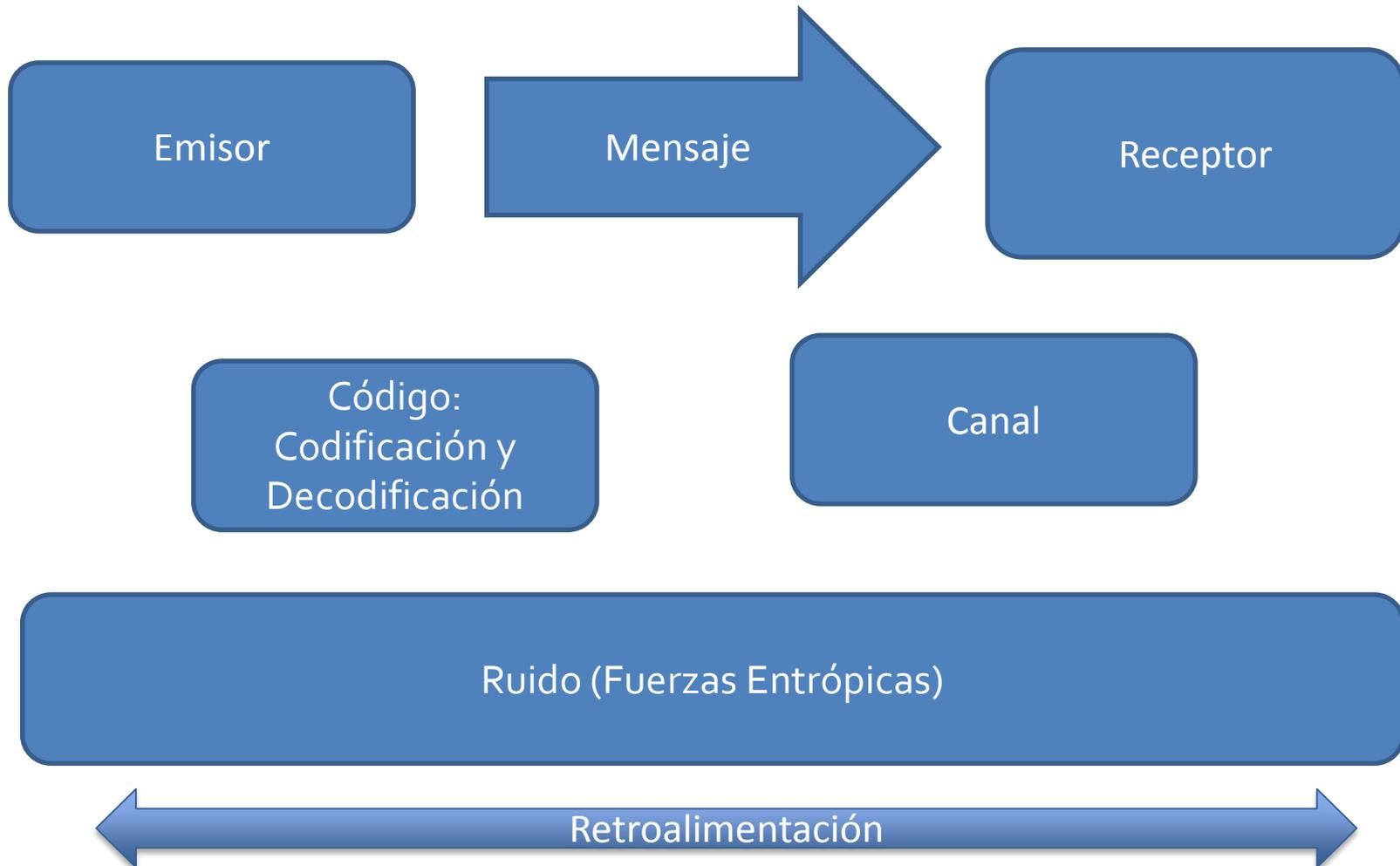
Axiomas de la Comunicación (Paul Watzlawick)

- La Naturaleza de una relación depende de la FORMA DE PUNTUAR las secuencias de comunicación que cada participante establece.
- Tanto el emisor como el receptor estructuran el flujo comunicativo de forma diferente.
- Cada uno interpreta el comportamiento del otro como una reacción al suyo propio.
- Por tanto en las relaciones entre personas la posición de cada uno se desarrollara conforme a su comportamiento (predominio, dependencia, iniciativa).

Axiomas de la Comunicación (Paul Watzlawick)

- Las personas utilizan tanto la comunicación DIGITAL como la comunicación ANALÓGICA
- DIGITAL: Aquella que se transmite a través de símbolos lingüísticos o escritos, y será el vehículo del contenido de la comunicación.
- ANALÓGICA: Está determinada por la conducta no verbal (tono de voz, gestos, etc) y será el vehículo de la relación.

Proceso Comunicativo



Proceso Comunicativo

- **Emisor:** Unidad que transmite un mensaje, es quien codifica el mismo según el contexto y objetivo.
- **Mensaje:** Conjunto de ideas que se transmiten en el proceso de comunicación. Implica Contenido (según el objetivo), Estructura (orden del mensaje) y Códigos.
- **Receptor:** Destinatario de la comunicación, realiza el proceso inverso al Emisor, decodifica el mensaje recibido.
- **Códigos (decodificación):** Unidades que se combinan de cierta manera para dar a conocer algo, pueden ser verbales como no verbales. Traduce los pensamientos a un medio manteniendo su significado.
- **Canal:** Es la ruta (medio físico) que sigue el mensaje del emisor al receptor. La riqueza de la información está en la capacidad del canal utilizado.
- **Ruido:** Señal que no contiene información, o bien, esfuerzo comunicacional que impide el entendimiento.
- **Retroalimentación:** Proceso permanente de enriquecimiento de la comunicación a través de la iteración de roles entre Emisor y Receptor.

Barreras de la Comunicación.

- Personas se comunican en un código distinto.
- El código en el que transmite el mensaje ha sido alterado dentro del canal.
- Existe una falsa interpretación de la situación.
- Se confunde el nivel de relación por el nivel de contenido.
- La comunicación digital no concuerda con la comunicación analógica.



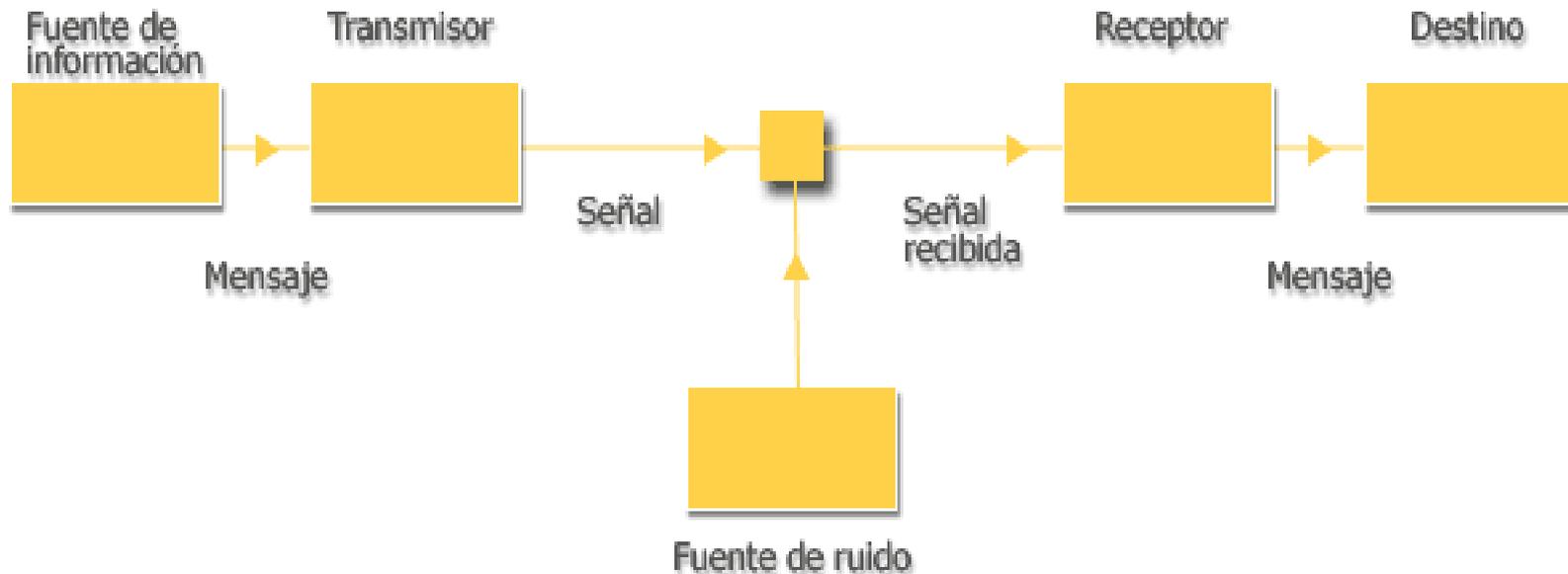
Existen otras consideraciones

- El ser humano no es 100 % racional. La conducta humana es compleja y los móviles cambian.
- Los sentimientos por tanto comunican.
- Muchas veces es necesario conocer la verdad que necesita percibir nuestro receptor.
- Existen Opiniones.
- La mayor parte de la comunicación hoy en día es visual... (La Imagen es Todo)
- Debemos no solo transmitir IDEAS... hay que transmitir SENTIMIENTOS.

MODELOS COMUNICATIVOS

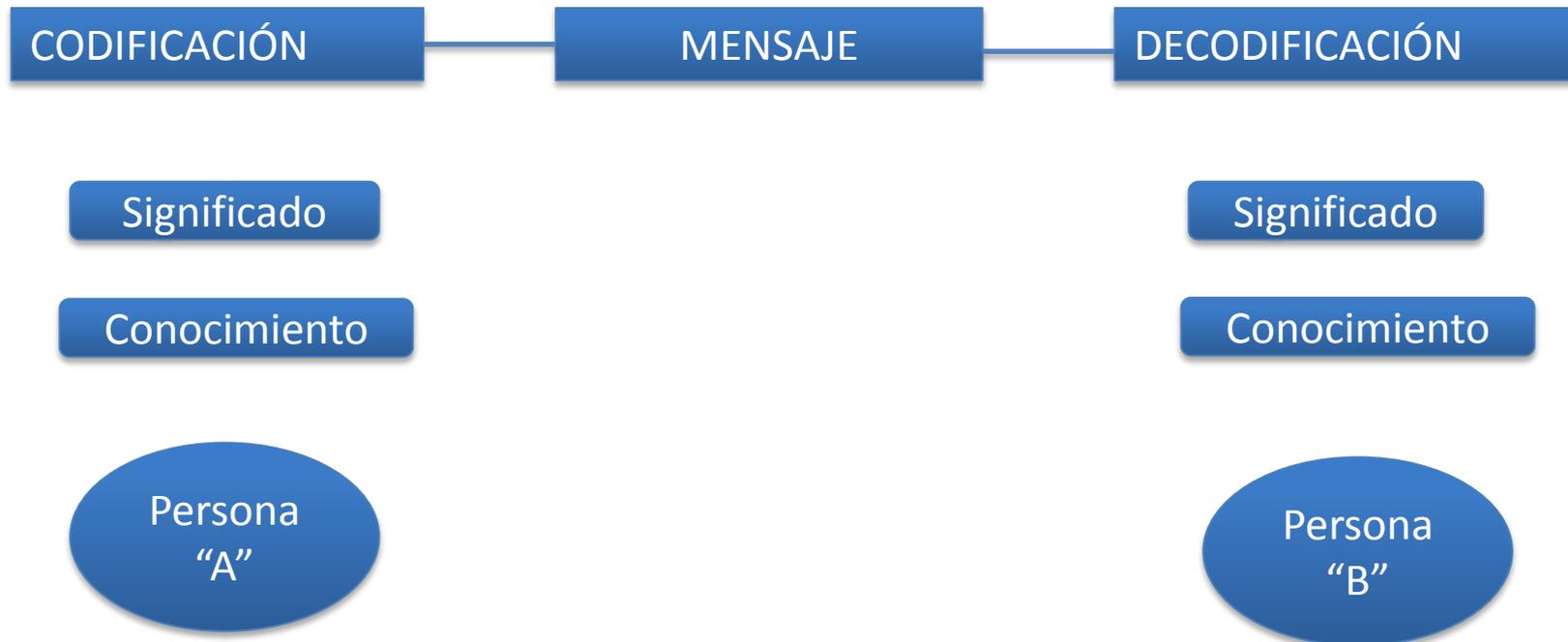
Modelos Comunicativos

- Modelo Unidireccional de Comunicación (Modelo de Shannon, 1948)



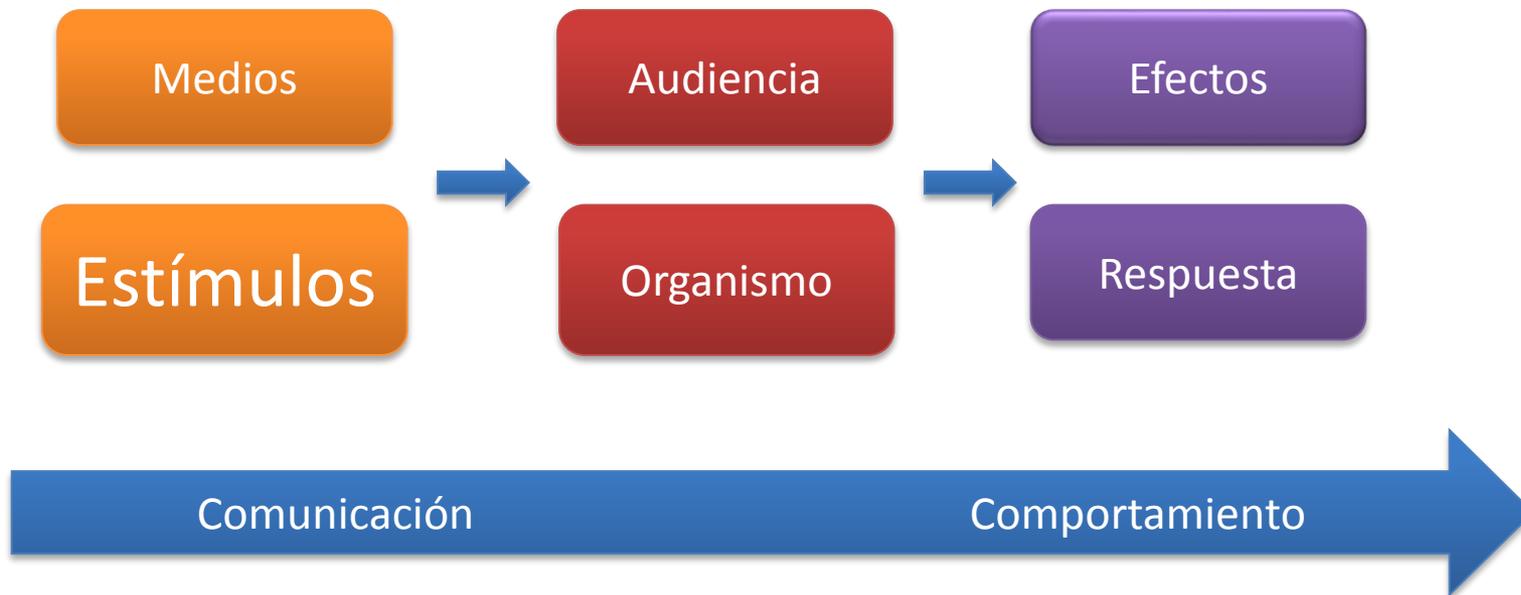
Modelos Comunicativos

- Modelo de Codificación/Decodificación



Modelo E-O-R (Estímulo-Organismo-Respuesta)

H. Laswell



TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EFECTIVA

Técnicas de Comunicación Efectiva

- Escucha Activa
- El Comunicador Competente



Técnicas de Comunicación Efectiva

- ESCUCHA ACTIVA:
- Expresar atención física.
- Comunicación psicofísica del otro.
- comunicación verbal del otro.

- Empatía
- Asertividad

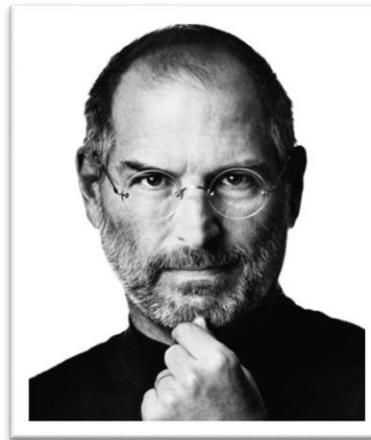


Técnicas de Comunicación Efectiva

- El COMUNICADOR COMPETENTE
- Persona que tiene desarrollada como una fortaleza su EXPRESIVIDAD, entendida como un repertorio de conductas sustentadas en:
 - Actitudes
 - Conocimientos
 - Habilidades

Técnicas de Comunicación Efectiva

- Expresividad: “huella comunicacional” personal que nos permite alcanzar objetivos de interacción. En el ámbito de la comunicación, es el modo como configuramos nuestros desempeños para satisfacer nuestros intereses.



Ventajas de la Comunicación Efectiva.

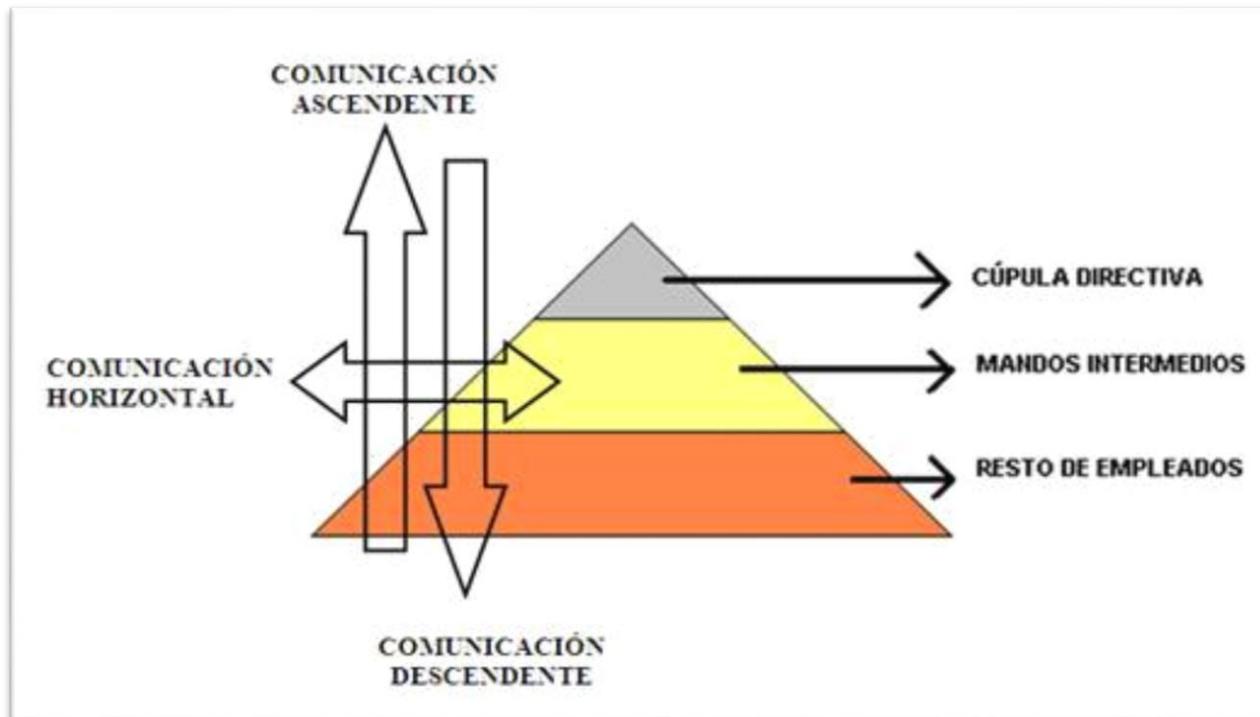
- Contribuye a la resolución de conflictos personales y organizacionales.
- Facilita los procesos de negociación.
- Permite hacer partícipe a la contraparte del proceso comunicativo.
- Fomenta el respeto y el trato cordial.
- Utilizada estratégicamente permite desarrollar relaciones que benefician mutuamente a las partes.
- Desarrollo de la Inteligencia Emocional, esto es la capacidad para aplicar el poder de las emociones, su fuerza e influencia, en los demás (Daniel Goleman)

ASPECTOS COMUNICATIVOS EN LAS ORGANIZACIONES.

Tipos de Comunicación en la Organización.

- **Comunicación Ascendente:** Son todos aquellos medios a través de los cuales los empleados pueden comunicarse con los niveles jerárquicos superiores de la organización.
- Sugiere deliberadamente la existencia de retroalimentación por parte de los receptores de los mensajes provistos a través de los medios descendentes.
- **Comunicación Descendente:** Son todos aquellos medios de los que dispone la gerencia para enviar mensajes a los empleados.
- Suele ser unilateral, por tanto no existe retroalimentación.

Tipos de Comunicación en la Organización.



Tipos de Comunicación en la Organización.

- **Comunicación Interna:** Vertical, ascendente-descendente.
- Relación de comunicación entre la organización y sus miembros.
- Su función consiste en dar a conocer lo que el ápice estratégico piensa o decide, hacia los trabajadores (mandos medios y núcleo operativos).
- Opera también de forma inversa.
- **Comunicación Externa:** Orientada al público ajeno a la organización (Relaciones Públicas).
- Consumidores, proveedores, distribuidores, agencias gubernamentales.
- Inserción con el medio social y comercial en que la organización se encuentra inserta.

Aspectos comunicativos en las Organizaciones.

- El Proceso comunicativo en la organización puede sufrir las mismas interferencias que el proceso interpersonal, dado que son personas las que ejecutan principalmente este proceso.
- La toma de decisiones no necesariamente se asocia al proceso comunicativo; dependerá del estilo de Dirección la consideración que el Directivo entregue a las comunicaciones en la toma de decisiones.

Aspectos comunicativos en las Organizaciones.

- Liderazgo: Capacidad que un individuo puede tener para influir en un colectivo de personas, haciendo que este colectivo trabaje con entusiasmo en el logro de objetivos comunes.
- Tipos de Liderazgo:
- Autocrático: Ordena y espera obediencia.

-Estricto

-Benevolente

-Incompetente



Aspectos comunicativos en las Organizaciones.

- Liderazgo Democrático: Aquellos que ordenan después de consultar al grupo
- Existen dos tipos de Líderes Democráticos:
- Auténtico: informan, capacitan, delegan, dividen el trabajo de forma apropiada, tienden a la imparcialidad
- Pseudodemocrático: aun cuando valoran las decisiones colectivas tienden a desconfiar de su grupo de trabajo.
- Siempre él toma las decisiones difíciles.



Aspectos comunicativos en las Organizaciones.

- Liderazgo Paternalista.
- Opta por la súper protección.
- Le gusta hacer todo solo y sin ayuda.
- Le gusta ser quien resuelva los problemas de los demás



Aspectos comunicativos en las Organizaciones.

- Liderazgo “Laissez-Faire”
- Falta de liderazgo.
- No se dirige ni ordena al grupo.
- Tendencia a la desorganización.



Aspectos comunicativos en las Organizaciones.

- Finalmente...
- En todos los tipos de liderazgo los aspectos comunicativos determina, de buena forma, la relación del Líder con sus subalternos.
- Un Líder puede ser de un tipo o de otro dependiendo de sus características comunicacionales y del contexto.



CLIMA Y CULTURA ORGANIZACIONAL

Clima Organizacional

- El clima organizacional es uno de los factores determinantes y facilitadores de los procesos organizacionales y de gestión, así como de los de innovación y cambio.
- El clima es el conjunto de características objetivas de la organización, perdurables y en cierto modo medibles que distinguen una entidad de otra.
- Percepción colectiva de la organización. Los miembros de las organizaciones comparten una visión global de la institución a la que pertenecen.
- Es un constructo personal: cada persona elabora su propia visión de la organización y de las cosas que en ella suceden.

Clima Organizacional, su importancia.

- La satisfacción, el comportamiento y la identificación de los trabajadores.
- La integración y la cohesión de los grupos de trabajo.
- La eficiencia y la productividad empresarial.
- La atención y el trato al cliente.
- La configuración de la cultura organizacional.
- El estilo de liderazgo y el ejercicio de la autoridad.
- La percepción de la imagen empresarial y de la marca.

Cultura Organizacional

Un conjunto de significados, principios, valores y creencias compartidas por los miembros de la organización que dan a ésta una identidad propia y determinan la conducta peculiar de los individuos que la forman y la de la propia institución.



Cultura Organizacional

- Incluye las **Normas** que comparten los grupos de trabajo de una organización.
- **Valores** dominantes que mantiene la organización, que es lo malo y que es lo bueno (v.gr. “mejores precios que la competencia”, “el cliente siempre tiene la razón”)
- La **Filosofía** que guía el trabajo de una organización tanto interna como externamente.
- Las **Reglas del Juego** que existen en la organización, los “trucos” que las personas deben comprender para insertarse en ella.

Comunicación Eficaz

Curso de “Comercialización”
Ingeniería en Alimentos
Facultad de Ciencias Químicas y Farmacéuticas
Universidad de Chile

Fuente: La presente clase fue elaborada por el Prof. Gustavo Haase Bernal con la colaboración del Prof. Daniel Ignacio Burgos Bravo