

Aprenda a Comunicarse con éxito en el trabajo

Referenciar: <http://www.ecobachillerato.com>

Autor: Luis Carlos Femia

INDICE

1° Esquema conceptual

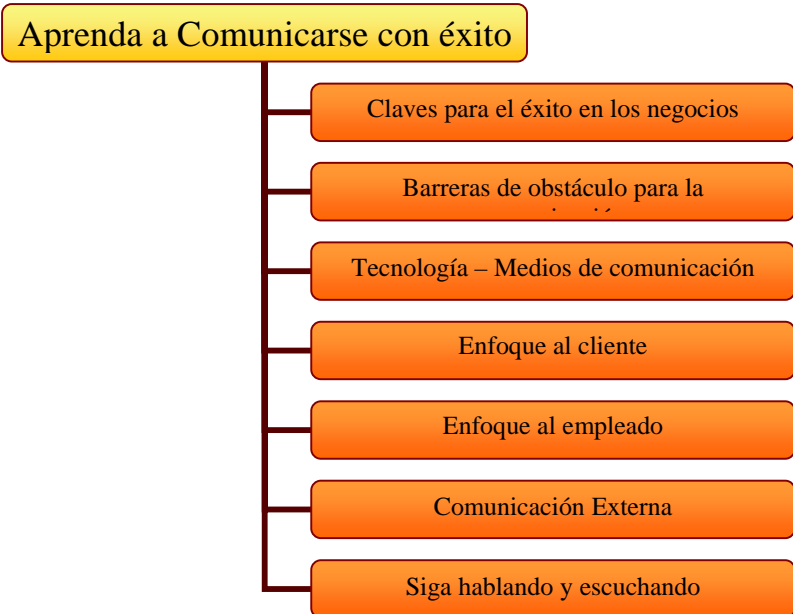
2° Síntesis del libro y desglose del mapa conceptual:

- Lunes: Claves para el éxito en los negocios
- Martes: Barreras que obstaculizan la comunicación
- Miércoles: Tecnología y medios de comunicación
 - Jueves: Enfoque al cliente
 - Viernes: Enfoque al empleado
 - Sábado: Comunicación externa
- Domingo: Siga hablando y escuchando

3° Vocabulario

4° Opinión Personal

Esquema Conceptual



Aprenda a comunicarse con éxito en el trabajo

Lunes – La clave para el éxito en los negocios

.El primer día de la semana nos enseñan que lo principal para tener éxito en los negocios es la forma de comunicación y expresión utilizada. Nos muestran que debemos utilizar un lenguaje apropiado, es decir un lenguaje empresarial. Este lenguaje debe ser un lenguaje diferente al lenguaje social o coloquial que empleamos habitualmente en nuestra vida. El lenguaje empresarial debe tener un argot y unos tecnicismos propios del mundo de la empresa y de los negocios.

Los *elementos que intervienen en toda comunicación* son los siguientes:

- Sujetos o partes de la comunicación: Son el emisor y receptor, es decir, las personas que intervienen en todo acto comunicativo.
- Canales directos: Los canales directos mas comunes son el verbal (por medio de palabras) que puede transmitirse oralmente o por escrito y el gráfico (el que incorpora imágenes)
- Canales Indirectos: Comportamiento, entorno, relevancia,...
- Interferencias: Impiden que un mensaje se transmita o se reciba de la manera o con el significado que se pretendía.

.Los *sistemas de comunicación*: Son sistemas o redes que implantan las empresas para gestionar la comunicación. Tipos:

- Redes de grupo: En las empresas pequeñas el sistema de comunicación es sencillo y directo, en las grandes se determina la responsabilidad de cada uno y de este modo quien habla con quien
- Red abierta: En este sistema cada miembro del grupo puede comunicarse con todos los demás, por lo que todos canales de comunicación están abiertos.
- Sistema Y: Adecuado para un grupo pequeño, difiere del sistema abierto en que se dirige la comunicación por unos canales muy claros. Una persona coordina la información procedente de diferentes niveles.
- Sistema en abanico: Utilizados habitualmente en empresas grandes, para asegurar que la comunicación tenga lugar únicamente a través de unos canales definidos muy claramente, sobre todo los supervisores y gerentes.
- El sistema margarita: Utilizado por un cierto número de individuos que dependen de un grupo central. Es directo y sencillo, pero elimina determinados niveles de empleados en el proceso de comunicación.
- La red combinada: Los sistemas estructurados que proporcionan un intercambio directo de información se combinan, cada vez más para construir una red en un sistema combinado. Esto proporciona máxima flexibilidad y eficiencia.

Martes – Barreras que obstaculizan la comunicación

.Las *barreras* más importantes se pueden resumir como:

- Especialización y fortaleza departamentales: La especialización del trabajo consiste en dividir los procesos o actividades de trabajo en una serie de pequeñas actividades especializadas, consiguiendo así un incremento de la productividad. Las fortalezas departamentales consiste en que los departamentos cada vez se hacen más fuertes y competitivos y esto hace que los mismos departamentos de una empresa en lugar de trabajar de forma conjunta, compitan unos con otros para ver cual de ellos es mejor o más eficiente.
- División entre los que piensan y actúan: En una empresa siempre están los que piensan o toman las decisiones y los que las acatan o las cumplen. El supervisor o superior se limita a decir al trabajador lo que tiene que hacer, por lo tanto el es el que piensa mientras que el trabajador se limita a cumplir es orden y no tiene que pensar, únicamente llevarla acabo.
- Tradicción, cultura y estatus: Dentro de una misma empresa no todo el personal cuentan con la misma cultura, generalmente cuanto más nivel más estatus. No trabajan en equipo mientras que es el mensaje que envían al trabajador continuamente y son malos explicando sus decisiones. Ante esta actitud los trabajadores se sienten desconfiados y creen que ni se les escucha ni se les aprecia.
- Dinámicas ocultas – emociones en el trabajo: Se cree que es bueno separar los sentimientos del trabajo pero no es así, ya que muchas veces nuestro estado de ánimo puede ser utilizado para llevar acabo una comunicación y unos resultados positivos
- Miopías e influencias del país: Las culturas propias o utilización particular del idioma pueden crear puntos ciegos importantes o percepciones falsas que obstaculicen una comunicación. Los que causan el daño tienen una inmensa necesidad de un incremento de comunicación global.
- Falta de un lenguaje común: El lenguaje utilizado por los ejecutivos y los trabajadores es muy diferente, ya que los ejecutivos utilizan un lenguaje empresarial y los trabajadores un lenguaje social más coloquial. Por lo tanto, existe la necesidad de crear un lenguaje común para que la comunicación sea más rápida y efectiva.

Miércoles – La tecnología y los medios de comunicación

. En los últimos años la tecnología ha experimentado un gran cambio provocado por un avance progresivo de la misma. Al principio la tecnología era muy cara y ocupaba grandes espacios que solo se podían adaptar en fábricas mientras que hoy en día a disminuido muy

considerablemente el precios de la tecnología y se ha reducido también considerablemente el tamaño.

. También en los últimos años se ha procesado gran cantidad de información ya que el suministro de información que tenemos a nuestra disposición se duplica cada cinco años y el ritmo se está incrementando.

. También a cambiado la forma de trabajar ahora todo el trabajo está mucho más industrializado, cada vez más, con la incorporación de nuevas máquinas que hacen que disminuya el esfuerzo físico de los trabajadores.

Jueves – El enfoque al cliente

. La comunicación con los clientes debe ser una actividad pensada y organizada. Los elementos clave para la comunicación son:

- El marketing: Responsable de la investigación y definición de las necesidades de los clientes y del diseño de los productos para los clientes.
- Encuestas de mercado a los clientes: Método que prevalece para buscar opiniones y los clientes porque son baratas, su organización y su procesado son fáciles y proporcionan datos demográficos
- Grupos de enfoque al cliente: Proporciona información objetiva y subjetiva del sujeto. Involucran al cliente en su investigación y hasta cierto punto en sus decisiones.
- Relaciones con clientes especiales: Relaciones con aquellos clientes que proporcionan una combinación de ingresos y de credibilidad en el mercado por lo que se les da una mención especial.
- Inteligencia competitiva: Consiste en que una empresa se fija en como funciona otra del mismo sector pero esto no se debe confundir con el espionaje industrial.
- El bechmarking: Artilugio de la comunicación que se utiliza para identificar las mejores prácticas y adaptarlas a su propia organización.
- Técnicas de bases de datos: Los mecanismos de ventas con código de barras han ayudado a desarrollar datos detallados respecto al comportamiento de millones de clientes. Esta información de base de datos permite emparejar todas las decisiones de los clientes con las mercancías.

. Otra cosa importante es la *producción* cuyo papel es la captación de posibles clientes. Esto se puede hacer mediante publicidad, relaciones públicas, publicaciones, ... También son importantes las ventas.

. El servicio es el factor clave para contar con la confianza de los clientes. Cuanto más completo, cuidado y personalizado sea el servicio mayor comodidad y confianza manifestara el cliente.

Viernes – El enfoque al empleado

. La dirección de una empresa debería considerar a sus empleados clientes internos, ya que cuanto mas contentos y mejor tratados se sientan los empleados serán más eficientes en su trabajo. Para esto:

- Hay que establecer una red de comunicación que evite los chismorreos entre trabajadores y que les transmita información veraz de forma clara.
- La dirección debe eliminar los mensajes opuestos e incompatibles, no emitir mensajes que contradigan los dicho por ellos anteriormente, esto hace que tengan credibilidad entre los trabajadores
- Los supervisores deben escuchar las opiniones y sugerencias de los trabajadores y proponerlas a sus superiores y debe colaborar con sus empleados
- Dar ciertas responsabilidades a los empleados: permitirles dirigirse a la dirección, exhibir medidas, ...
- El trabajado en equipo que además de contribuir a la coordinación entre si de los empleados y a la mejor realización del trabajo, hace que se relacionen entre si y fomenten sus relaciones personales.

Sábado – La comunicación externa

. Relación con sujetos externos:

- Proveedores: La relación con estos casi siempre a sido de confrontación. Siempre intentan comprarles productos al menor precio posible lo que hace que se cree desconfianza entre las empresas y estos. Los intereses de ambos son similares
 - Suministradores: Son los que aportan el capital. Aportan una cantidad determinada y luego cuando se producen beneficios reciben en función de lo aportado
 - Organismos reguladores: Todas organizaciones están reguladas o protegidas por diversas regulaciones. La administración pública a nivel nacional, regional, local y las diferentes asociaciones son las que llevan a cabo estas regulaciones.
 - Grupos de interés especial: Son grupos que solicitan apoyo (donaciones) a las empresas, medios de comunicación social, ...
 - Comunidad en general: La comunidad es importante para las empresas, que son conscientes de que cuanto más reputación ganen dentro de esta más clientes podrán captar.
-

Domingo – Siga hablando y escuchando

Medidas para evitar las barreras:

- Es importante que las empresas realicen una *evaluación* para saber cuales son sus barreras y poder evitarlos o corregirlos
 - Deben marcar una *estrategia de comunicación*, para que la comunicación sea abierta y no se creen barreras de comunicación
 - Un ejecutivo debe hacer debe encabezar junto con otros supervisores la *puesta en práctica* del plan
 - Los gerentes y supervisores deben saber *escuchar de forma real y eficaz* a los trabajadores y estudiar sus propuestas
 - Hay que fijarse en que el *entorno físico* donde se realiza la comunicación sea adecuado y propio para esa comunicación
 - Se deben fijar y marcar unas *normas de comunicación* por todos los miembros de la empresa
-

Vocabulario

.Marketing: Conjunto de técnicas comerciales para hacer más rentable un producto

.Bechmarking: Referenciamiento con empresas que han tenido casos de éxito en desarrollo de procesos de Gestión del Conocimiento

.Feedback:

.Percepciones: Consiste en recibir un bien (dinero, sueldo, ...)

.Opinión Personal:

. Me parece un buen libro ya que para ser un libro que explica la comunicación con éxito en una semana es bastante denso en cuanto a la información que tiene y analiza todo de forma muy objetiva. También me parece bien la apreciación que hace de que los ejecutivos o los que tienen el control de las empresas también tienen fallos, que al igual que los del resto son corregibles.
