



CAMEX
Cámara Peruana de Comercio Exterior

**LES DAMOS LA BIENVENIDA A NUESTRAS
CONFERENCIAS MAGISTRALES**



HABILIDADES GERENCIALES

UNIDAD 4: CANALES Y PRINCIPIOS DE LA COMUNICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

Tema I: Canales y Principios de la Comunicación

ZELA MAMANI, MARTIN OSWALDO

LICENCIADO

GERENTE GENERAL DE APRENDER JUNTOS SAC

¿Qué son los canales de comunicación?



Un canal de comunicación es el medio físico a través del cual se lleva a cabo un acto comunicativo, es decir, que sirve para el intercambio de información entre un emisor y uno o varios receptores.

Los canales de comunicación



La presencia y disponibilidad de este medio específico es sólo uno de los elementos indispensables para que el circuito de la comunicación se cumpla de manera efectiva. Es sumamente importante, ya que todo acto de comunicación requiere de la transmisión de información a través de un elemento físico, concreto.

Un ejemplo:



En este mismo instante, la información contenida en este texto está llegando a sus lectores luego de haber sido transmitida en una red informática, empleando para ello señales satelitales (microondas), cables de fibra óptica o emisiones de radio (WiFi). Estos son ejemplos de canales de comunicación.

Canales de comunicación en lo corporativo



Sin embargo, un uso frecuente de este término, en el mundo corporativo, se refiere a las vías disponibles para los clientes de un negocio en su comunicación con quienes lo conducen: correo electrónico, números de teléfono, casillas de mensaje, etc.

Tipos de canales de comunicación



Personales. Aquellos en los que se da la comunicación directamente con un receptor, generalmente de uno a uno, aunque bien podría ser de uno a varios. Por ejemplo, al hablar con alguien cara a cara, nuestro receptor nos escucha directamente, pero bien podrían ser dos los receptores en la misma situación.

Masivos. Aquellos que permiten a un mismo emisor llegar a una multitud de receptores al mismo tiempo, ya sea de modo directo o en diferido, como son los medios de comunicación masiva: radio, televisión, prensa escrita, etc.

¿Para qué sirven los canales de comunicación?



Como se dijo antes, los canales de comunicación son el soporte físico del acto comunicativo, su parte material. **Sin ellos sería imposible la transmisión de información.** Esto se hace evidente cuando un canal comunicativo está indispuerto, por ejemplo, como ocurre cuando la línea telefónica está averiada y nuestra llamada se escucha mal.

Eficiencia de los canales de comunicación

Un canal de comunicación es más o menos eficiente, dependiendo de su capacidad para transmitir la información de manera fiable, o sea, sin que se extravíe o se adultere en el camino. Una forma simple de entender esto es recordar ese juego en que se ubica a los participantes en una rueda, y en algún punto de la misma se inicia un mensaje, diciéndoselo al oído a alguien.

¿Cuáles son los canales de la comunicación?

Las ondas sonoras transmitidas por el aire, permitiendo que la voz llegue desde nuestro aparato fonador, hasta los oídos de nuestro interlocutor en una conversación.

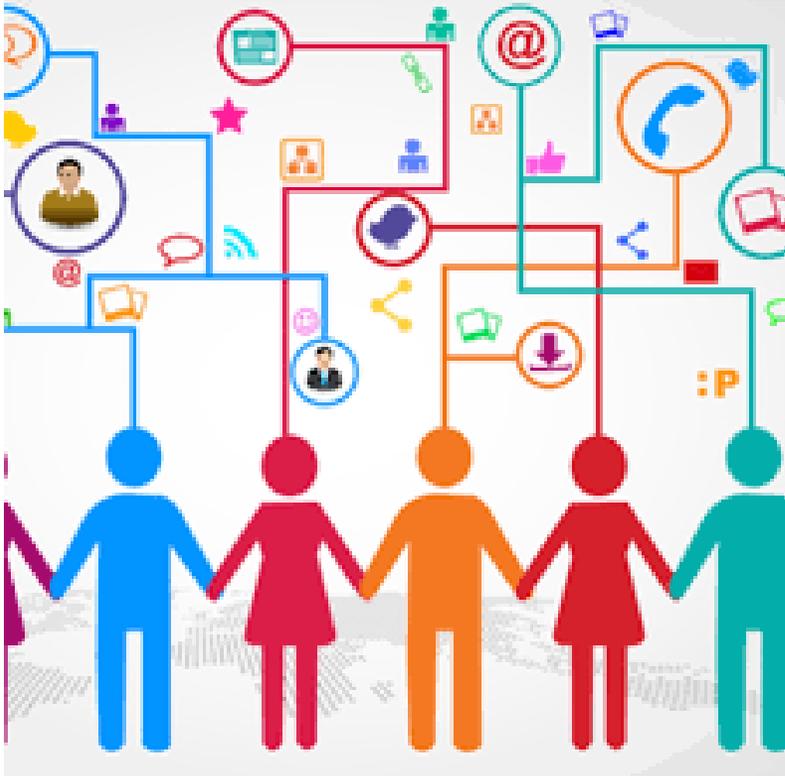
Los pulsos telefónicos, con los que operaban los teléfonos de antaño, o bien las microondas con que operan nuestros teléfonos celulares, permitiendo que el sonido de nuestra voz se transporte desde nuestra terminal hasta la del receptor y viceversa.

Las ondas de radio, emitidas por una estación de radio en algún lugar de nuestro país, y recibidas por un aparato receptor capaz de decodificarlas y convertirlas en ondas sonoras que, a través del aire, lleguen a nuestro oído.

La fibra óptica, por donde nuestras computadoras conectadas a Internet envían y reciben señales informáticas en forma de pulsos eléctricos, recorriendo largas distancias de ida y de vuelta.

El papel, en el caso de los mensajes escritos, ya sean una carta de amor, una noticia en el periódico o un mensaje público que advierte que un aparato está averiado y no debemos usarlo.

Canales de comunicación en la empresa



En el mundo de los negocios existen canales de comunicación en las empresas que sirven especialmente para la comunicación entre las áreas y las diferentes jerarquías. Estos canales de comunicación van mutando en la empresa a lo largo del tiempo, a medida que cambian los paradigmas tecnológicos, demográficos y sociales.

Canales de comunicación en la empresa



El canal o medio usado para comunicar un mensaje afecta la forma en que el mensaje será receptado. La comunicación verbal, escrita y no verbal tiene diferente fuerzas y debilidades. En los negocios la decisión de comunicar verbalmente o en forma escrita puede ser una forma de comunicación poderosa.

Canales de comunicación en la empresa:



Conversaciones cara a cara. Son aquellas que se producen en reuniones formales o informales, actividades outdoor o en capacitaciones.

Canales de comunicación en la empresa:



Videoconferencias. Son muy utilizadas cuando la empresa tiene su población interna fragmentada en varias regiones o países, además utilizando Skype son gratuitas.

Canales de comunicación en la empresa:



Conversaciones telefónicas. Cada vez menos utilizadas ya que han sido reemplazadas por los mensajes de texto, WhatsApp, LINE, y otras tecnologías de mensajería instantánea.

Canales de comunicación en la empresa:



Correos electrónicos. Muy utilizados para comunicarse en las empresas por su comodidad de uso, lectura y costo nulo para el usuario. A veces se abusa de su utilización y por ello pierden nivel de lectura. Los ejecutivos tienden a abrir y leer únicamente los correos más urgentes o de sus jefes.

Canales de comunicación en la empresa:



Dispositivos de mano:
intercomunicadores, ipads,
teléfonos móviles, etc. Muy
utilizados entre operarios,
supervisores y trabajadores que se
desempeñan en la calle o en el
campo.

Canales de comunicación en la empresa:



Blogs. Aquí se incluye a la Intranet de la empresa, y los blogs corporativos y foros.

Memos y cartas escritas. Todo lo que sea escrito, recordatorios, que se pueden escribir a mano.

Canales de comunicación en la empresa:



Documentos formales. Manuales, códigos de procedimientos, reglamentos, etc.

Canales de comunicación en la empresa:



Hojas de cálculo donde se transmiten flujos de caja, o cualquier otro tipo de información.

Principles of Management, Mason Carpenter, Talya Bauer, and Berrin Erdogan



Los canales varían en este sentido. Las comunicaciones verbales son más ricas en capacidad de transmisión de información que las escritas. La investigación muestra que los mandos que tienden a utilizar más canales de comunicación ricos en transmisión de información, son más efectivos en su desempeño que los mandos que no los utilizan.

Principles of Management, Mason Carpenter, Talya Bauer, and Berrin Erdogan



En los más altos niveles de riqueza de información transmitida, se encuentran las conversaciones cara a cara, las videoconferencias y las conversaciones telefónicas.

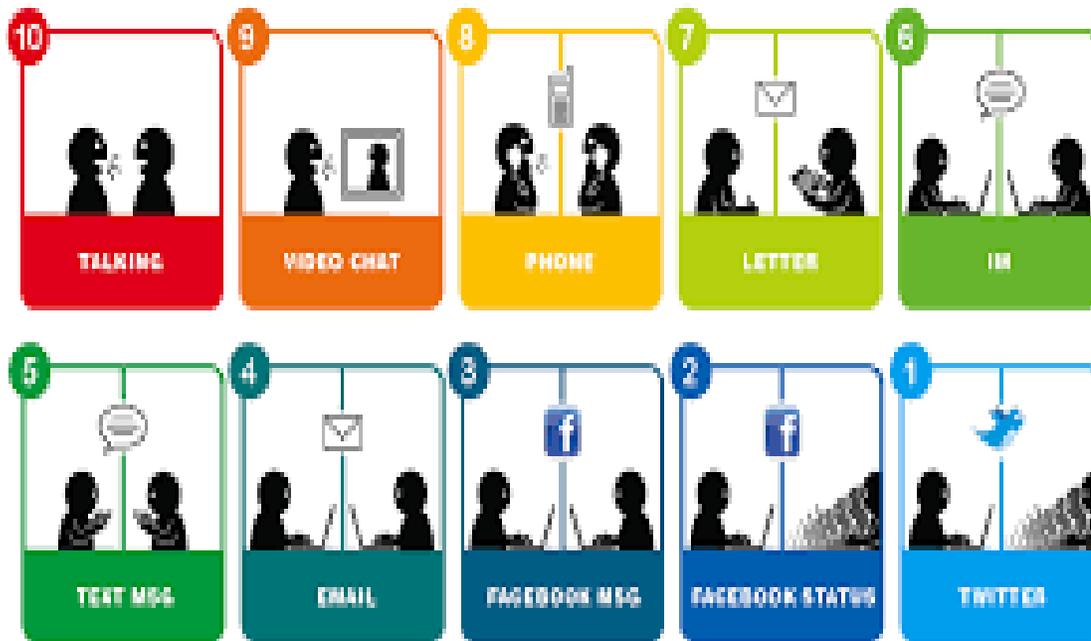
Los emails, los dispositivos de mano, los blogs, los memos y cartas tienen una riqueza media de transmisión de la información. Y por último, los documentos formales y las hojas de cálculo tienen un nivel bajo.

Recomendaciones:



Al determinar si comunica verbalmente o por escrito, pregúntese: ¿quiero transmitir hechos o sentimientos?. Las comunicaciones verbales son una mejor manera de transmitir sentimientos. Las comunicaciones escritas hacen un mejor trabajo a la hora de transmitir hechos.

Recomendaciones:



En muchas empresas para reforzar el mensaje proveniente de documentos formales el área de comunicación interna o de recursos humanos organiza charlas, desayunos o reuniones rápidas para compartir la información de esos documentos y analizar el nivel de penetración del mensaje de los mismos.

Los principios de la Comunicación Humana



La comunicación humana se da entre dos o más personas que tienen la intención de expresar significados para entenderse de manera mutua. El evento comunicacional que realiza cualquier ser humano es un proceso cultural, y está basado en unos principios implícitos envueltos en todo acto del habla

Los principios de la Comunicación Humana



Omnipresente, inevitable e irreversible: todo el mundo siempre esta comunicándose, sin importar lugar y forma de vivir (omnipresencia), es inevitable comunicarse, y luego de expresado el mensaje este no se puede borrar, por eso es irreversible. Aunque usted rectifique, ya está dicho

Los principios de la Comunicación Humana



Es predecible: el hombre cuando interactúa tiene un propósito, ejercer control sobre su entorno para obtener beneficios; la comunicación no se da por fortuna o al azar, siempre existe un propósito oculto o evidente que se puede revelar.

Los principios de la Comunicación Humana



Personal: este principio indica que las personas cuando se comunican lo hacen de forma personal y de acuerdo con sus propios intereses, creencias y valores socioculturales y personales; solo pueden percibir cualquier interacción con su propia mente; no es posible percibir con la mente de ninguna otra persona.

Los principios de la Comunicación Humana



Continua, dinámica, transaccional, verbal y no verbal: la comunicación humana es un proceso que no termina, es continuo y por eso es dinámico, los elementos que la componen se mantiene en constante movimiento, convirtiéndola en una transacción, dado que esa interrelación existe para crear y transmitir significados de un emisor a un receptor, con señales verbales y no verbales con el objetivo de lograr algún bien

Los principios de la Comunicación Humana



Contenido y relaciones interpersonales: el contenido del mensaje entre dos interlocutores se dará o se basará por su relación interpersonal. Por ejemplo, una conversación entre un hombre y una mujer podría ser la alimentación y cuidado de su hijo de cuatro meses (contenido), siendo la relación interpersonal padre y madre.

Los principios de la Comunicación Humana



Inteligibilidad: en este último principio se establece que las personas implicadas en un proceso comunicacional, dígame, una conversación, deben tener semejanzas en sus signos y significados, para que exista la posibilidad de entendimiento. Por ejemplo, en los equipos de beisbol las señas del coach de picheo y el receptor o cátcher deben ser claras para que a su vez este ultimo de el mensaje por seña al pitcher o lanzador

Principios de la comunicación efectiva



La comunicación es clave a nivel profesional y también en el ámbito de la empresa. Las palabras y el entendimiento también son esenciales en los vínculos de amistad y en los lazos familiares. Cualquier ser humano puede seguir aprendiendo a lo largo de su vida cuestiones de comunicación que amplían la referencia de aquel primer momento en el que un niño comienza a decir sus primeras palabras. Este proceso de aprendizaje es constante. ¿Cuáles son las bases de una comunicación efectiva?

Principios de la comunicación efectiva



Lenguaje corporal alineado con la palabra

Cuando el lenguaje no verbal de una persona no muestra coherencia con lo expresado mediante el argumento de un razonamiento, se produce un ruido en el mensaje que condiciona el hecho de que la idea inicial pueda llegar con nitidez al interlocutor.

Principios de la comunicación efectiva



La comprensión de un mensaje no solo depende del receptor

Es un error que un sujeto responsabilice de una confusión al oyente en la interpretación de aquello que quiso decir. Su responsabilidad como emisor es expresar un mensaje de forma clara. Y, para ello, debe buscar el feedback para ampliar su percepción con esta retroalimentación. Por ejemplo, puedes utilizar el recurso de la pregunta.

Principios de la comunicación efectiva



Atención durante la conversación

Para incrementar la comprensión en esta interacción es muy importante que cada uno esté atento no solo a aquello que quiere indicar, sino también a aquello que aporta el otro en el transcurso de esta interacción. De lo contrario, posibles distracciones externas, como una llamada de teléfono, pueden condicionar la escucha en aquel que no está plenamente atento a aquello que está sucediendo en el plano de la comunicación.



**Culminada la charla con mucho gusto estaremos
adsolviendo sus consultas / preguntas referidas al
tema.**

¡ MUCHAS GRACIAS!!!



Martinoswaldozelamamani@gmail.com

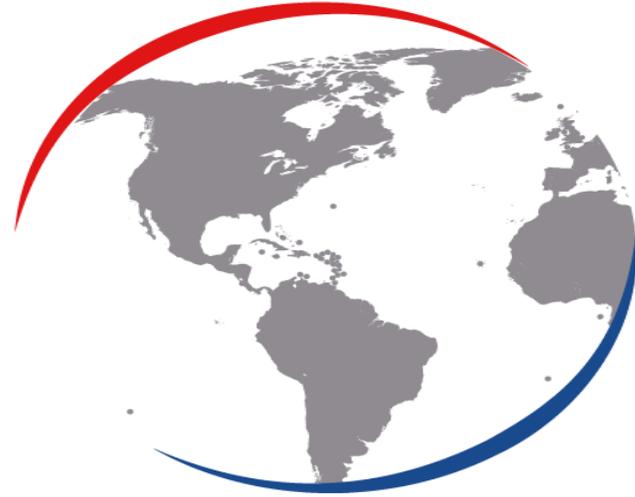


974420407



Martín Oswaldo Zela Mamani





CAMEX

Cámara Peruana de Comercio Exterior