

UF0520: Comunicación en las relaciones profesionales

Elaborado por: M^a Encarnación Rojo Franco

Edición: 5.0

EDITORIAL ELEARNING S.L.

ISBN: 978-84-16557-11-0 • Depósito legal: MA 53-2015

No está permitida la reproducción total o parcial de esta obra bajo cualquiera de sus formas gráficas o audiovisuales sin la autorización previa y por escrito de los titulares del depósito legal.

Impreso en España - Printed in Spain

Presentación

Identificación de la Unidad Formativa

Bienvenido/a a la Unidad Formativa **UF0520: Comunicación en las relaciones profesionales**, que pertenece al Módulo Formativo **MF0970_1: Operaciones básicas de comunicación**, a su vez dentro del Certificado Profesional **ADGG0408: Operaciones auxiliares de servicios administrativos y generales**, de la familia profesional Administración y Gestión.

Presentación de los contenidos

La finalidad de esta Unidad Formativa es enseñar al alumno a distribuir el equipamiento comercial y el surtido de productos para optimizar la superficie de venta disponible, y organizar la exposición de los productos y su reposición en función de sus características. También a determinar los elementos externos y escaparate de la tienda combinando los criterios comerciales e imagen de la tienda, animar y decorar la tienda, así como organizar y realizar acciones promocionales y la publicidad en el punto de venta.

Para ello, en primer lugar se estudiará la psicología de la venta en el pequeño comercio, la organización interior del punto de venta y la distribución de productos en el pequeño comercio. Por último se analizarán las acciones promocionales en el punto de venta y la señalética y cartelística comercial.

Objetivos de la Unidad Formativa

Al finalizar esta Unidad Formativa aprenderás a:

- Aplicar técnicas de comunicación efectiva, en situaciones de relaciones profesionales con personas internas o externas de la organización, seleccionando las pautas de actuación apropiadas en función de los distintos elementos, barreras, dificultades y alteraciones.
- Aplicar pautas de comportamiento asertivo en procesos de comunicación en grupos de trabajo, utilizándolas en función de diferentes situaciones profesionales relacionadas con las actividades de apoyo administrativo.
- Aplicar pautas básicas de actuación para el tratamiento de situaciones de conflicto en la actuación profesional, teniendo en cuenta diferentes comportamiento y sus posibles consecuencias.

Índice

UD1. Procesos y técnicas de comunicación en situaciones profesionales de recepción y transmisión de información

1.1. La comunicación como proceso.....	13
1.1.1. Funciones	14
1.1.2. Elementos	19
1.1.3. Diferencia entre información y comunicación.....	22
1.1.4. Fases de la comunicación.....	23
1.1.5. Lenguajes utilizados para comunicaciones.....	26
1.1.6. Clases de comunicación: auditivas, visuales y táctiles	29
1.1.7. Selección y organización del contenido de mensajes	32
1.2. Técnicas de comunicación efectiva.....	38
1.2.1. Factores que influyen en los comportamientos y señales de escucha.....	40
1.2.2. Barreras y dificultades.....	43
1.2.3. Soluciones	48
1.2.4. Comunicaciones eficaces: feed-back, escucha empática y activa.....	49

1.3. La comunicación y la empresa.....	60
1.3.1. Principios de la comunicación	61
1.3.2. Formas de comunicación en la empresa: interna y externa.....	63
1.3.3. Comunicaciones internas: verticales, transversales y formales e informales	66
1.3.4. Comunicaciones externas: entrada y salida	73
1.3.5. Medios empleados en las comunicaciones empresariales.....	74
1.3.6. Comunicaciones urgentes	75
1.4. Los flujos de comunicación.....	77
1.4.1. Diagramas de flujo	78
1.4.2. Información gráfica.....	79
1.5. Pautas de comunicación e imagen corporativa	82

UD2. Pautas de comportamiento asertivo en situaciones de trabajo

2.1. Estilos de respuesta en la interacción verbal	94
2.1.1. Asertivo	97
2.1.2. Agresivo	105
2.1.3. No asertivo	107
2.2. El comportamiento verbal	110
2.3. El comportamiento no verbal.....	123
2.4. Principales técnicas de asertividad: disco rayado, banco de niebla, aserción negativa, interrogación negativa, autorrevelación, libre información, compromiso viable	147

UD3. Los conflictos con personas internas o externas de la empresa

3.1. El conflicto en las relaciones de trabajo	170
3.1.1. Características de los conflictos	176
3.1.2. Tipos de conflictos: grupal, individual, normativo económico, pacífico, violento, positivo, negativo	182

3.2. Tratamiento de los conflictos	197
3.2.1. Identificación del conflicto.....	207
3.2.2. Causas y consecuencias de los conflictos.....	210
3.2.3. Conflictos relacionados con la tarea	214
3.2.4. Conflictos relacionados con las relaciones interpersonales	215
3.2.5. Comportamientos y señales básicas	221
3.2.6. Pautas de actuación personal como forma de solución: el diálogo	225
3.2.7. El conflicto como oportunidad de cambio	229
 Glosario	 231
Soluciones	233

Área: administración y gestión

UD1

Procesos y técnicas de
comunicación en situaciones
profesionales de recepción y
transmisión de información

- 1.1. La comunicación como proceso
 - 1.1.1. Funciones
 - 1.1.2. Elementos
 - 1.1.3. Diferencia entre información y comunicación
 - 1.1.4. Fases de la comunicación
 - 1.1.5. Lenguajes utilizados para comunicaciones
 - 1.1.6. Clases de comunicación: auditivas, visuales y táctiles
 - 1.1.7. Selección y organización del contenido de mensajes
- 1.2. Técnicas de comunicación efectiva
 - 1.2.1. Factores que influyen en los comportamientos y señales de escucha
 - 1.2.2. Barreras y dificultades
 - 1.2.3. Soluciones
 - 1.2.4. Comunicaciones eficaces: feed-back, escucha empática y activa
- 1.3. La comunicación y la empresa
 - 1.3.1. Principios de la comunicación
 - 1.3.2. Formas de comunicación en la empresa: interna y externa
 - 1.3.3. Comunicaciones internas: verticales, transversales y formales e informales
 - 1.3.4. Comunicaciones externas: entrada y salida
 - 1.3.5. Medios empleados en las comunicaciones empresariales
 - 1.3.6. Comunicaciones urgentes
- 1.4. Los flujos de comunicación
 - 1.4.1. Diagramas de flujo
- 1.5. Pautas de comunicación e imagen corporativa

1.1. La comunicación como proceso

Cuando se pasa de la fábrica a la oficina del director, el contraste es notable; se pasa del ruido al silencio; del grosor de los cables eléctricos y conductos para el vapor, a las finas líneas telefónicas; de un ambiente protagonizado por la máquina a otro dominado por las personas. En pocas palabras, se pasa de un sector de la organización en el que el intercambio de energía es importante y el de información se sitúa en un segundo plano, a otra zona en la que se invierten las prioridades. Cuanto más se acerca uno al centro de control y toma de decisiones, más se hace necesario el intercambio de información.

Katz i Kahn, 1977

El epicentro del comportamiento social es la comunicación:

Es un medio para
transmitir
información

Es un medio para
transmitir ideas

Es un medio para
transmitir
actitudes

Es un medio para
transmitir
emociones

Es un medio para
transmitir
pensamientos

Es un medio para
transmitir
conocimiento

La comunicación necesita de una herramienta para lograr sus fines; esta herramienta es el lenguaje.

Cuando se utiliza el lenguaje se hace con una finalidad determinada: transmitir información o conocimiento, expresar una actitud, demostrar una aptitud, exteriorizar un pensamiento, transmitir una emoción, comunicar una idea, etc.

Las funciones de la comunicación se pueden clasificar en funciones básicas y funciones complementarias.

1.1.1. Funciones

Las principales funciones de la comunicación o más concretamente, del lenguaje (como herramienta para la comunicación), son las siguientes:

- Función referencial
- Función expresiva
- Función apelativa

Cualquier acto de comunicación contendrá estas tres funciones básicas.

Como funciones complementarias del lenguaje cabe destacar las siguientes:

- Función fática
- Función poética
- Función metalingüística



La función referencial

La función referencial de la comunicación, también denominada función informativa o representativa, tiene como finalidad transmitir los contenidos de forma objetiva. Así, la función referencial se orienta hacia el contexto, con mensajes conceptuales cuya función esencial es la de informar.

Las tres características principales de este tipo de lenguaje son las siguientes:

- El lenguaje a utilizar en la comunicación referencial se caracteriza por tres componentes:

CLARIDAD

CONCRECIÓN

SENCILLEZ

- La entonación es neutra.
- Se utilizan oraciones enunciativas y declarativas.



La noticia como manifestación de la función referencial de la comunicación.

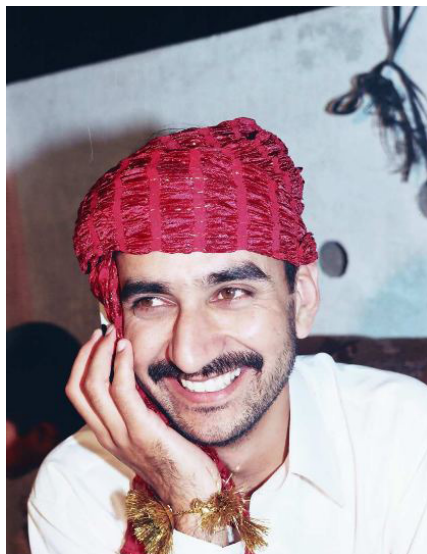
La función expresiva

La función expresiva de la comunicación, también denominada función emotiva, tiene como finalidad expresar emociones, sentimientos, opiniones, deseos, ideas, en definitiva, se centra en los aspectos subjetivos del interlocutor.

En la función expresiva, los mensajes de la comunicación nos proporcionan información sobre el estado de ánimo, sobre un rasgo de la personalidad del individuo, por lo tanto, este tipo de mensajes, además de transmitir información, nos transmiten actitudes, pensamientos, ideologías, creencias, emociones, sentimientos, etc.

Las características principales de este tipo de función son las siguientes:

- El lenguaje expresivo utiliza oraciones exclamativas, dubitativas y enunciativas.
- El lenguaje expresivo utiliza interjecciones y onomatopeyas.
- La intensidad de la voz refuerza lo que se quiere expresar en la comunicación.
- Intervienen aspectos de la comunicación no verbal.



La función emotiva en la expresión facial.

La función apelativa

La función apelativa de la comunicación, también denominada función conativa, pretende influir en el comportamiento del receptor para provocar en él una reacción determinada: una respuesta, un comportamiento, una acción, etc.

El lenguaje se sirve de oraciones imperativas, interrogativas y enunciativas para conseguir esta función.



Las señales de tráfico como mensajes de comunicación apelativos.

La función fática

La función fática de la comunicación tiene como finalidad establecer, alargar o interrumpir dicha comunicación.

El lenguaje puede utilizar mensajes fácticos con finalidades precomunicativas como facilitar las relaciones sociales. Constituyen ejemplos las conversaciones anodinas que tienen lugar en salas de espera, en colas o en ascensores.

En la función fática, el lenguaje incorpora oraciones enunciativas, interrogativas e imperativas, además de utilizar frases hechas, repeticiones o muletillas.

La función poética

La función poética de la comunicación pretende atraer la atención sobre la forma de expresión lingüística, por tanto centra su atención en la forma del mensaje. Constituyen características de este tipo de función:

UF0520: Comunicación en las relaciones profesionales

- El lenguaje utiliza recursos retóricos.
- El objetivo del mensaje es crear belleza y excelencia.
- El lenguaje utilizado en la comunicación es el fin de la misma.
- La comunicación centra su importancia en el cómo se dice.



La función poética del lenguaje en un poema.

La función metalingüística

La función metalingüística de la comunicación utiliza la lengua para hablar de la propia lengua. Los mensajes, en este tipo de comunicación, se refieren al propio código lingüístico o a otros códigos de la misma naturaleza.

Ejemplo:

En un libro de texto de inglés para alumnos de la ESO la siguiente expresión tiene la consideración de expresión metalingüística:

El verbo “to see” es irregular. Su pasado es “saw” y el participio “seen”.

En este ejemplo, el inglés es el lenguaje sobre el que se habla (lenguaje objeto) y el castellano es el metalenguaje, entendido como el lenguaje que habla del lenguaje objeto.

Función referencial, representativa o informativa	Función expresiva o emotiva	Función apelativa o conativa
Transmite contenidos objetivamente	Expresa emociones u opiniones	Influye en la actitud del receptor provocando una reacción
Función fática	Función poética	Función metalingüística
Establece, alarga o interrumpe la comunicación	Crea belleza y excelencia	Habla de la propia lengua

1.1.2 Elementos

La comunicación es la herramienta que utiliza el ser humano para relacionarse en sociedad y en ella se incluye no sólo la palabra, sino cualquier gesto, signo, símbolo, etc. que pretenda transmitir un mensaje a un tercero con un determinado objetivo.

La comunicación consiste en interactuar, en enviar y recibir mensajes, en diferentes contextos, utilizando diferentes medios, con un único o varios destinatarios. En toda comunicación se transmite información, ya sea en forma de ideas, opiniones o datos objetivos.

La comunicación se define como un proceso bilateral de intercambio de información entre al menos dos personas o dos grupos:

Emisor, que transmite el mensaje

Receptor, que recibe la información

Comprensión, en tanto la información debe tener una significación para el receptor.

Dolan, S. y Martín, I. (2002)



La comunicación interpersonal.

Cualquier proceso de comunicación incluye unos elementos básicos:

- **Emisor:** el emisor es el elemento que origina el mensaje con la voluntad de comunicar alguna cosa.
- **Referente:** el referente se identifica con el contexto al que se refiere el mensaje.
- **Código:** el código hace referencia a las normas que regulan y estructuran la información, es decir, hace referencia a cómo está cifrado el mensaje. El código permite estabilizar los contenidos en un medio, del que tanto emisor como receptor obtendrán los mismos significados.



Ejemplos:

Pictogramas, Código Morse, Alfabetos, etc.

- **Mensaje:** el mensaje identifica el contenido de la comunicación y se presenta de forma estructurada siguiendo las normas de un código.
- **Canal:** el canal es el medio a través del cuál el mensaje pasa del emisor al receptor. El disponer de canales en la comunicación se hace necesario cuando se quiere ampliar el espacio y el tiempo entre el emisor y el receptor, manteniendo íntegra la información emitida.

Ejemplo:

Los mensajeros reales tenían la consideración de canal en la comunicación pero no podían garantizar que el contenido íntegro de la información emitida llegase a su destinatario.

- **Receptor o Destinatario:** el receptor o destinatario es el elemento que recibe el mensaje.

En el proceso de comunicación pueden estar presentes diversas barreras que pueden inferir obstáculos al proceso. Presentamos las siguientes a título de ejemplo:

- Falta de conocimiento del emisor/receptor.
- Desconfianza del emisor/receptor en relación con el contenido del mensaje.
- Falta de interés del receptor.
- Mensaje impreciso, confuso, inadecuado.
- Incorrecta elección del canal.
- Ausencia de retroalimentación.
- Interferencias físicas en la comunicación.
- Falta de tiempo.
- Ruidos.
- Interferencias culturales que afectan al lenguaje usado en la comunicación.

- Malas interpretaciones del mensaje.
- Condicionantes psicológicos del emisor/receptor (percepciones, emociones, expectativas, prejuicios, intereses, estados emocionales, etc.).

Cualquier proceso de comunicación está contextualizado en un referente. En éste el emisor codifica un mensaje y lo envía a través de un canal al receptor. Las barreras pueden estar presentes en el proceso.

1.1.3. Diferencia entre información y comunicación

Los conceptos de información y comunicación están relacionados entre sí pero cada uno de ellos presenta un significado propio:

Información:	Retribución:
Conjunto de datos que forman un mensaje.	Transmisión de información en el seno de un grupo

La información se centra en el contenido de un mensaje enviado o recibido mientras que la comunicación se fundamenta en el acto de transmisión de esta información.

La información ha de cumplir los siguientes requisitos:

- Ha de ser precisa
- Ha de ser objetiva
- Ha de ser válida
- Ha de ser continua
- Ha de ser completa
- Ha de ser oportuna
- Ha de ser comparable

Una de las diferencias sustanciales entre la información y la comunicación es que la primera se puede obtener a título individual, mientras que la segunda