

Niveles de comunicación dentro de la empresa:

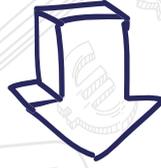
En la empresa se dan dos (2) niveles de comunicación:

Comunicación vertical

Es aquella que se da entre diferentes niveles de jerarquías. En ella, encontramos dos (2) modalidades:

- 1 Descendente:** Este tipo de comunicación es la que se da de jefe a empleados. Permite mantener informados a los miembros de la organización (qué deben hacer, cómo y qué se espera de ellos). En este nivel de comunicación, existe el peligro de que se introduzcan estilos autoritarios de dirección.
- 2 Ascendente:** Corresponde a aquella que se da de empleados a jefe. Esta puede ser el tipo de comunicación más importante para un directivo, porque lo mantiene en contacto con sus colaboradores y le permite estar al tanto de las necesidades de la gente que trabaja en su empresa. Esta es una herramienta muy necesaria para la toma de decisiones. Aquí, el no escuchar puede ser el obstáculo más importante, lo cual se produce por la falta de costumbre o porque se corta la comunicación en algún punto. En este contexto, debemos tener en cuenta que la falta de claridad en la definición de los organigramas puede dar lugar a que las personas no sepan de quién dependen y a quién deben dirigirse.





Comunicación horizontal

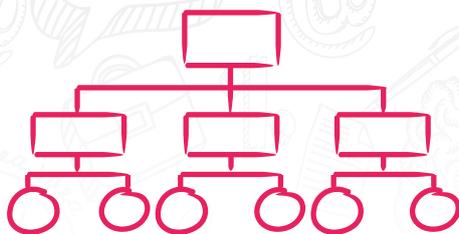
Es aquella que se da entre niveles similares. Por ejemplo, la comunicación entre compañeros de trabajo. Este tipo de comunicación es muy importante, ya que permite un buen funcionamiento entre equipos de trabajo y crea un clima de confianza y compañerismo.

Esta modalidad podría no funcionar bien, si las personas consideran que ellos mismos o sus áreas son más importantes que las otras.

Los niveles de comunicación existentes dentro de una empresa son fácilmente observables y sus resultados son medibles a corto plazo. Por lo tanto, si la comunicación de una empresa es eficaz, puede constituir una herramienta estratégica para el desarrollo de ésta. Por el contrario, si los niveles de comunicación son pobres e ineficaces, la empresa corre el peligro de perder cohesión y, por consiguiente, de crear un clima organizacional que no fomente el trabajo en equipo.



Opciones de Comunicación dentro de la organización:



La comunicación, como proceso de intercambio y participación, abarca una multiplicidad de opciones y medios, a través de los cuales, las personas se influyen mutuamente.

Así, al interior de la organización, tenemos diversas opciones de comunicación al alcance de nuestras manos. ¿Qué nos motiva a elegir uno u otro medio?, ¿Cuál es la mejor opción para cada caso?

Para responder a estas interrogantes, debemos considerar el contexto, el tipo de mensaje, el destinatario y el objetivo que persigue nuestra comunicación, vale decir, la intención comunicativa de nuestros intercambios, entre otros factores implicados.

Las distintas herramientas de comunicación pueden dividirse según el nivel de personalización. A continuación, detallaremos los tipos de comunicación: cara a cara, por teléfono, carta manuscrita y correo electrónico.





Comunicación cara a cara

Una conversación cara a cara tiene el grado máximo de personalización. En ella, nos comunicamos con las palabras, las manos, los gestos, las expresiones faciales y los movimientos del cuerpo. Los especialistas afirman que el lenguaje no verbal abarca cerca del 65% de los mensajes que emitimos. Este tipo de comunicación se aconseja cuando necesitamos informar algo verdaderamente importante que, a través de otro medio, podría desvirtuarse o sencillamente no comprenderse del todo. Aunque resulta más complejo e implica un mayor consumo de tiempo, nunca debemos subestimar el valor de un intercambio que implique participación, reciprocidad y retroalimentación inmediata. El “cara a cara” se ha transformado en una instancia de diálogo mucho más directa que el envío de un correo electrónico.

Claramente, existen situaciones, conflictos y decisiones, en los cuales enfrentarse cara a cara, es la mejor opción para comunicarse:

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none">● Grado máximo de personalización.● Calibra aspectos no verbales y paraverbales de la comunicación.● Mayor cercanía personal, hay un contacto visual directo.	<ul style="list-style-type: none">● Puede inhibir una de las partes.● Se puede malinterpretar algún gesto, movimiento o tono de voz.● La cercanía física puede generar incomodidad entre alguno de los involucrados.



Comunicación por teléfono

En segundo nivel, estaría la conversación telefónica. Si bien, se trata de un intercambio comunicativo en tiempo real, se pierde el sentido de la vista. Sin embargo, los tonos de la voz, las inflexiones y todos los elementos paralingüísticos que acompañan este tipo de comunicación, son datos que recibe el receptor y que tienen vital importancia en la interpretación de los mensajes. Recordemos que el paralenguaje está compuesto por todos aquellos elementos que alternan con el lenguaje verbal, como lo son: timbre, tono, volumen, intensidad y respiración.

Esta opción de comunicación aún guarda un grado importante de personalización; de hecho, constituye uno de los medios favoritos para la gestión de ventas y cobranzas. Sin embargo, perdemos el 60% del proceso comunicativo, vale decir, todos los aspectos del lenguaje del cuerpo. Esto nos obliga a completar, a través del lenguaje verbal, todos aquellos elementos no verbales con los cuales contamos cuando nos comunicamos "cara a cara". Es probable que nos cueste más este tipo de comunicación, sobre todo si nuestro "fuerte" está definido por el lenguaje afectivo, lo visualmente perceptible, aquel aspecto relacional que encierra toda comunicación.

Ventajas

- Comunicación rápida y directa.
- Se mantiene todos los elementos paraverbales intactos durante el proceso de comunicación.
- Es de fácil acceso.

Desventajas

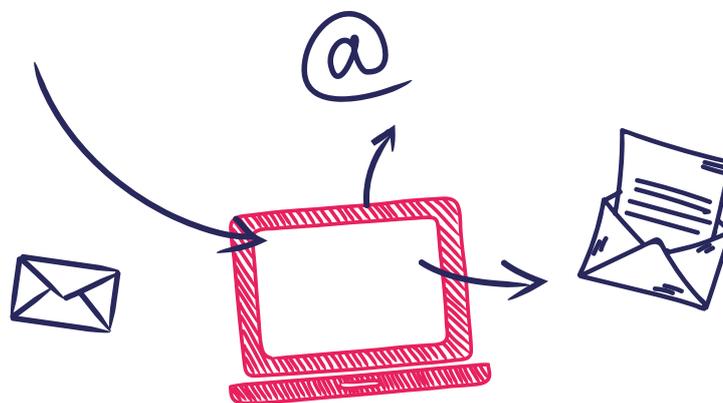
- Se pierde el sentido de la vista respecto de nuestro interlocutor.
- Este tipo de comunicación se adapta cuando no se puede lograr la comunicación verbalmente.
- No se recomienda para empresas, sobre todo para tratar asuntos extremadamente delicados o de índole personal.

Comunicación por correo electrónico

En último lugar, está el correo electrónico, popularmente conocido como e-mail. Corresponde a la forma de comunicación más fría, distante y despersonalizada de todas las anteriormente descritas. De más está decir que, en el mundo del trabajo, es una herramienta fundamental. Es algo así como el vehículo para el chofer. La despersonalización del e-mail es un hecho. La pregunta sería, ¿por qué lo usamos?

Lo primero que debemos destacar del correo electrónico es su velocidad. Muchas empresas consideran al correo electrónico como el principal medio de comunicación para estar en contacto permanente con todos sus trabajadores o comunicarse de manera inmediata con su cartera de clientes. Esto último es una realidad innegable sin embargo, existen muchos problemas que pueden suscitarse cuando la persona que envía un correo electrónico, no aplica ciertos criterios básicos.

Recordemos que esta moderna forma de comunicación tiene sus inconvenientes a la hora de transmitir el mensaje correcto, es decir, el mensaje que originalmente se pretendía enviar.



Desventajas del uso del correo electrónico:

Todas las comunicaciones escritas tienen como desventaja su naturaleza de quedar escritas (testimonio irrefutable, respaldo). Es algo así como la firma estampada en un documento legal v/s la simple promesa de pago. Un texto escrito si bien puede respaldar una información, también puede ser utilizado en nuestra contra. Lo que está escrito, escrito queda y es irrefutable. En asuntos laborales conflictivos, un correo electrónico inoportuno o desacertado, puede meternos en serios problemas. Aunque podamos retractarnos de nuestros dichos, no podemos borrar lo que hemos escrito.

El correo electrónico, como herramienta virtual, es altamente susceptible a la sobrecarga; vale decir, a la recepción de correo no deseado, conocido como correo basura. Este tipo de información nos quita mucho tiempo, ya que debemos dedicarnos a borrar todo aquello que nos llega sin que lo hayamos solicitado y que, por tanto, invade nuestra mensajería.

En definitiva, debemos ser en extremo cuidadosos y pensar muy bien en el destinatario del correo, ponernos en su lugar; tener absoluta claridad sobre la forma y el fondo del escrito antes de enviarlo. Es muy fácil enviar un e-mail, pero también es muy sencillo decir cosas de más o que mal interpreten nuestras palabras. Los fanáticos del correo electrónico deben no sólo prestar atención al medio, sino al mensaje. Éste es el protagonista de la comunicación.

