**FORMATO PARA EL DESARROLLO DE COMPONENTE FORMATIVO**

|  |  |
| --- | --- |
| PROGRAMA DE FORMACIÓN | Técnicas de comunicación a nivel gerencial. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| COMPETENCIA | Procesar la información de acuerdo con las necesidades de la organización. | RESULTADOS DE APRENDIZAJE | Generar procesos de comunicación asertiva interna y externa, que promuevan la cultura y el clima organizacional. |

|  |  |
| --- | --- |
| NÚMERO DEL COMPONENTE FORMATIVO | 01 |
| NOMBRE DEL COMPONENTE FORMATIVO | La comunicación |
| BREVE DESCRIPCIÓN | El componente formativo aborda la importancia de la comunicación en las organizaciones, destacando elementos clave como el emisor, receptor, mensaje, código y canal. Se exploran tipos de comunicación, tanto interna como externa, y se enfatiza la relevancia de un plan de comunicación efectivo. Además, se detallan herramientas de gestión y la evolución de la comunicación organizacional, incluyendo la influencia del clima y la cultura organizacional en el rendimiento y la cohesión interna. |
| PALABRAS CLAVE | Comunicación, organización, emisor, retroalimentación, cultura organizacional. |

|  |  |
| --- | --- |
| ÁREA OCUPACIONAL | 2 - CIENCIAS NATURALES, APLICADAS Y RELACIONADAS |
| IDIOMA | Español |

1. **TABLA DE CONTENIDOS:**

1. La comunicación y sus elementos

2. Tipos de comunicación

3. Plan de comunicación interna

4. Herramientas de gestión

5. Clima y cultura organizacional

1. **INTRODUCCIÓN**

La comunicación es un pilar fundamental en cualquier organización, ya que facilita la interacción y el entendimiento entre sus miembros. A través de la comunicación, se establecen conexiones que permiten coordinar actividades, transmitir información crucial y fomentar un ambiente de colaboración. La capacidad de comunicarse de manera efectiva no solo fortalece las relaciones internas, sino que también potencia la eficiencia en la consecución de los objetivos organizacionales.

|  |  |
| --- | --- |
| En este contexto, es vital comprender los elementos esenciales que conforman el proceso comunicativo, como el emisor, el receptor, el mensaje, el código y el canal. Estos componentes interactúan constantemente para asegurar que la información fluya de manera clara y precisa, evitando malentendidos y garantizando que el mensaje llegue de forma adecuada a su destino. Además, la retroalimentación juega un papel crucial al permitir ajustes y mejoras continuas en la comunicación. | Reuniones de liderazgo Directores y equipos colaboran en la planificación de soluciones y estrategias de proyectos |

Por otro lado, las organizaciones deben prestar atención a la implementación de un plan de comunicación que abarque tanto la comunicación interna como externa. Este plan debe estar alineado con la misión, visión y valores de la empresa, utilizando herramientas de gestión que faciliten la transmisión de mensajes y el fortalecimiento de la cultura organizacional. La evolución de la comunicación organizacional y su adaptación a las nuevas realidades son claves para mantener la cohesión y el rendimiento en un entorno laboral en constante cambio.

1. **DESARROLLO DE CONTENIDOS:** 
   * + 1. **La comunicación y sus elementos**

|  |  |
| --- | --- |
| El fenómeno de la comunicación está presente en las más diversas manifestaciones de la vida animal y humana. En cuanto al ámbito humano, se puede afirmar que la comunicación es un instrumento esencial para el establecimiento de relaciones entre el ser humano y su entorno. Este proceso se define, generalmente, como el medio por el cual se busca establecer contacto con otra persona mediante la transmisión de un mensaje, con el objetivo de obtener algún tipo de respuesta o reacción, ya sea en forma de una acción, opinión o actitud. | Retrato de jóvenes con globo |

**Emisor y receptor**

Son elementos que deben considerarse conjuntamente, ya que los roles del uno y del otro se intercambian constantemente en la comunicación.

**El emisor** es la persona u organización que elige y selecciona los signos adecuados para transmitir su mensaje; es decir, codifica el mensaje para que sea comprensible para el receptor. El proceso comunicativo se inicia en el emisor. Para que la comunicación sea efectiva, el emisor debe cumplir con las siguientes características:

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

Para que la comunicación sea efectiva, **el receptor** debe cumplir con las siguientes características:

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

La recepción de la comunicación no siempre es idéntica al mensaje generado. Las características individuales del receptor actúan como factores distorsionantes de la información, hasta el punto de que se podría afirmar que el receptor activo es un transformador de los mensajes, ya que los percibe y los almacena. La comunicación es un proceso complejo que implica la interacción de varios elementos esenciales:

|  |
| --- |
| Acordeón  CF01\_1\_La comunicación y sus elementos |

**Propósitos fundamentales de la comunicación**

La comunicación se lleva a cabo con la finalidad de transmitir ideas, pensamientos, conocimientos, actitudes, entre otros. A través de la comunicación, se busca generar una transformación en los conocimientos compartidos entre emisor y receptor.

* + - 1. **Tipos de comunicación**

Comprender los tipos de comunicación y su aplicación en el entorno laboral es crucial para que todos los actores dentro de una organización operen de manera sincronizada, tanto interna como externamente. Esta claridad facilita que los planes de comunicación interna y las herramientas de gestión generen los resultados esperados, como se presenta en la siguiente gráfica.

**Figura 1.** Tipos de comunicación

**Comunicación interna y externa**

Uno de los aspectos fundamentales en una organización es la comunicación. En este contexto, el juego y la diversión pueden convertirse en herramientas de comunicación interna que fomentan el compañerismo, la creatividad y la motivación. Este tipo de dinámica comunicativa, conocida como comunicación interna, es esencial para fortalecer los lazos entre los diversos miembros de una empresa.

|  |  |
| --- | --- |
| Los empleados de la organización se convierten, así, en un público interno tan importante como los destinatarios de los mensajes publicitarios externos. Formar parte de la realidad corporativa permite identificar tanto las virtudes como los defectos de la empresa. Mediante estrategias de comunicación adecuadas, se refuerza la imagen corporativa para compartirla con el exterior. | El líder debe tener un gran conocimiento |

Por este motivo, todo plan de comunicación externa debe estar alineado con un plan de comunicación interna. La relevancia de esta alineación radica en que permite:

|  |
| --- |
| Slide  CF01\_2\_Comunicación interna y externa |

* + - 1. **Plan de comunicación interna**

|  |  |
| --- | --- |
| Toda organización es el resultado de la participación activa de diversas partes, incluidas sus objetivos, mecanismos organizativos y estructura económica. La comunicación es un mecanismo que atraviesa la institución en diversas dimensiones. A partir de ello, se pueden identificar diferentes ámbitos de la comunicación en las organizaciones, como se presenta a continuación: | Concepto gráfico de estilo de vida de entretenimiento de medios sociales |

|  |
| --- |
| Pestañas  CF01\_3\_Plan de comunicación interna |

Para la ejecución de un plan de comunicación interna, es esencial una planificación previa que permita su implementación y posterior evaluación. Todo plan de comunicación interna debe contar con el respaldo de la máxima autoridad. De lo contrario, todo el esfuerzo y planificación serán en vano. El plan debe incluir objetivos claros como comunicar la visión, misión, política de calidad y valores de la organización.

**4. Herramientas de gestión**

La creación de diversos soportes de comunicación interna agiliza la gestión y enriquece la comunicación. Estos soportes pueden incluir formatos orales, escritos, audiovisuales o digitales. El aprovechamiento de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación amplía las posibilidades e integra distintas modalidades, algunas de las cuales son:

|  |
| --- |
| Slide  CF01\_4\_Herramientas de gestión |

**Medios electrónicos**

En el contexto de la Revolución científico-tecnológica, las relaciones interpersonales y espaciales se producen cada vez menos cara a cara. Un número creciente de redes organiza e intermedia la interacción. Por ello, es necesario fomentar nuevas formas de intercambio, no solo entre individuos, sino también entre los individuos y la organización como espacio de pertenencia. Entre las posibilidades que puede implementar una empresa se encuentran:

**Comunicación organizacional**

En la sociedad del conocimiento actual, la comunicación moderna es una mezcla de gestión, medios de comunicación y capacidad verbal y no verbal de los actores, pero, sobre todo, una gran capacidad creativa. Bajo este enfoque, el primer paso que necesitan las organizaciones para ingresar a la era del conocimiento, es desarrollar un pensamiento sistémico. Este enfoque también se aplica a los individuos, siendo el proceso de comunicación el factor determinante.

**Evolución de la comunicación organizacional**

Las organizaciones contemporáneas trabajan en estrategias de comunicación robustas que se adaptan a los cambios propios del desarrollo empresarial. Esto se refleja en los estudios de clima organizacional realizados por diversas instituciones. La comunicación permite a los directivos implementar procesos internos que faciliten el logro de los objetivos organizacionales, convirtiéndose así en una aliada clave en los procesos de cambio estructural.

Además, la comunicación incrementa la calidad de las relaciones públicas de las organizaciones, mejora el desempeño social y la calidad de vida de las personas, fomenta la fidelidad de los clientes y crea agrupaciones más sólidas y comprometidas. También ayuda a ahorrar costos en recursos humanos, publicidad y mercadeo, y contrarresta la individualización que trae consigo la nueva tecnología.



En cuanto a las relaciones con los clientes organizacionales, no basta con estrategias de mercadeo; es necesario diseñar medios de comunicación efectivos, brindar un excelente servicio, mantener relaciones activas con los clientes y conocer su entorno para hacer propuestas alineadas con sus necesidades.

|  |  |
| --- | --- |
| Las organizaciones y la sociedad en general deben impulsar cambios en las personas para que sean más competentes en el manejo de información, transformándola en procesos de comunicación efectivos. Estos cambios también presionan para modificar las estructuras organizacionales en respuesta a las exigencias de la globalización y las nuevas necesidades sociales. | Concepto de comunicación empresarial dibujado a mano |

Las formas de comunicación dentro de una organización son:

|  |
| --- |
| Pestañas  CF01\_4\_Evolución de la comunicación organizacional |

**5. Clima y cultura organizacional**

El clima organizacional es el ambiente en el que se desarrolla la actividad laboral, que generalmente incluye el medio físico y el recurso humano. Las percepciones que los empleados tienen sobre el clima organizacional influyen directamente en:

La cultura organizacional es el conjunto de símbolos, valores, creencias y actitudes compartidas dentro de una organización. Es la cultura organizacional la que alinea a los miembros con la visión de la empresa, estableciendo un modo de pensar, sentir y actuar colectivo entre sus integrantes.

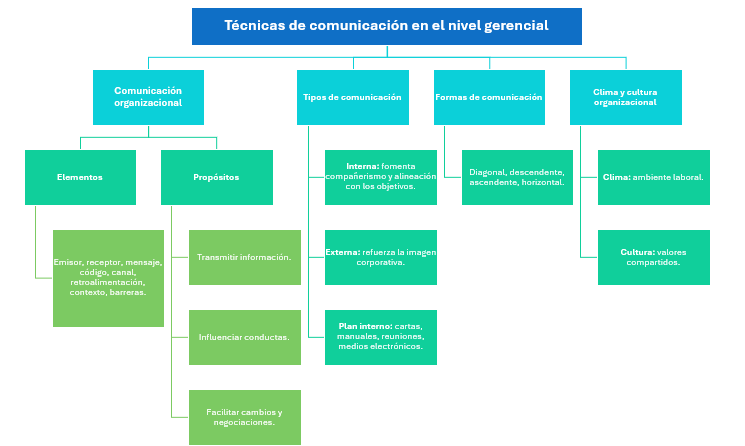
|  |  |
| --- | --- |
| Reunión de trabajo en equipo con gente de negocios | La cultura organizacional es un elemento inherente que distingue a la organización de otras. Influye significativamente en el comportamiento empresarial y en el clima organizacional, al ofrecer una interpretación compartida de la realidad, facilitando el proceso de estructuración y coordinación dentro de la organización. |

Es crucial que los miembros de la organización se apropien de la cultura organizacional, ya que el grado de conocimiento de la misma permitirá a todos mirar hacia un horizonte compartido y orientarse hacia un propósito común.

|  |
| --- |
| Tarjetas  CF01\_5\_Clima y cultura organizacional |

1. **SÍNTESIS**

A continuación, se presenta una síntesis de la temática estudiada en el componente formativo.



1. **ACTIVIDADES DIDÁCTICAS (Se debe incorporar mínimo 1, máximo 2)**

|  |  |
| --- | --- |
| DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDAD DIDÁCTICA | |
| Nombre de la Actividad | Técnicas de comunicación en el nivel gerencial |
| Objetivo de la actividad | Identificar los conceptos clave relacionados con la comunicación organizacional, incluyendo sus elementos fundamentales, tipos de comunicación, herramientas de gestión y la influencia del clima y cultura organizacional en el entorno laboral. |
| Tipo de actividad sugerida | Cuestionario |
| Archivo de la actividad  (Anexo donde se describe la actividad propuesta) | *CF01\_Actividad didactica* |

1. **MATERIAL COMPLEMENTARIO:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tema | Referencia APA del Material | Tipo de material  (Video, capítulo de libro, artículo, otro) | Enlace del Recurso o  Archivo del documento o material |
| La comunicación y sus elementos | Lifeder Educación. (2020). Los elementos de la comunicación (ejemplos y características). [Archivo de video] Youtube. | Video | <https://www.youtube.com/watch?v=xF8lqF9LMAg> |
| Tipos de comunicación | TeoCom. (2023).Estilos de comunicación. [Archivo de video] Youtube. | Video | <https://www.youtube.com/watch?v=9ITxAy7vsBQ> |
| Plan de comunicación interna | Vázquez, A. (2020). Plan de comunicación interna. UOC. | Leer capitulo 4 | <https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/125309/6/antovazTFM0620memoria.pdf> |
| Herramientas de gestión | Función Pública. (2023). Guía de producción de herramientas técnicas de comunicación. | Guía | <https://www1.funcionpublica.gov.co/documents/34645357/34703108/Guia_produccion_herramientas_tecnicas_v1.pdf/991fcded-027b-25c8-b144-7891c51ac165?t=1698426205809> |
| Clima y cultura organizacional | TEDx Talks. (2022). Reinventando la cultura organizacional | Antonio Arranz | TEDxYouth@ASF. [Archivo de video] Youtube. | Video | <https://www.youtube.com/watch?v=zgBWn3NNi9o> |

1. **GLOSARIO:**

|  |  |
| --- | --- |
| TÉRMINO | SIGNIFICADO |
| Canal: | medio o vehículo a través del cual se transmite el mensaje, conectando al emisor con el receptor. Ejemplos: aire (en el caso de la voz), hilo telefónico. |
| Código: | conjunto de reglas y sistemas de signos y símbolos utilizados por el emisor para estructurar el mensaje, permitiendo su correcta interpretación por parte del receptor. Ejemplo: la gramática de un idioma. |
| Contexto: | tiempo y lugar en que se lleva a cabo el acto comunicativo, influyendo en la interpretación del mensaje. |
| Interferencia o barrera: | perturbación que afecta el proceso comunicativo, pudiendo presentarse en cualquier elemento del proceso, como errores de ortografía, problemas de audición, o distracción del receptor. |
| Mensaje: | información transmitida del emisor al receptor, que incluye un conjunto de ideas, pensamientos, sentimientos y acontecimientos. |
| Referente: | realidad representada o descrita por el mensaje; aquello que se comunica a través del mensaje. |
| Retroalimentación: | respuesta del receptor al emisor, esencial para la interacción en la comunicación. Puede ser positiva (fomenta la continuidad del diálogo) o negativa (indica un cambio o fin de la conversación). |

1. **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**

Arribas, A. (2000). Comunicación en la empresa. La importancia de la información interna en la empresa. Revista Latina de Comunicación Social, 27.

Bayer, C. (2014). Comunicación eficaz, una competencia para lograr el éxito organizacional.

Cabrera, J. (2011). La innovación el trabajo de todos. Cabrera Magnamment Consultants.

Chávez, N. (2013). La imagen corporativa teoría y práctica de la identificación institucional. México: Editorial Gili Gaya.

García, M. (1997). Clima Organizacional y su Diagnóstico: Una Aproximación Conceptual. Maestría/Magister, Universidad del Valle.

Kreitner, R. (2003). Comportamiento organizacional: Conceptos, problemas y prácticas. Arizona State University.

Sandoval, M. (2004). El Aprendizaje Organizacional como respuesta al cambio. Su relación con el desarrollo, comportamiento y la comunicación organizacional: una visión general de las empresas de comercio y servicio en la ciudad de Puebla. (Tesis profesional). Universidad de las Américas Puebla, México.

Solano, A. (2008). Administración de la educación. Promai-uned. San José de Costa Rica.

1. **CONTROL DEL DOCUMENTO**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Nombre | Cargo | Dependencia  *(Para el SENA indicar Regional y Centro de Formación)* | Fecha |
| Autor (es) | José Herney Sánchez Pizarro | Experta temática | Regional Risaralda - Centro de Diseño e Innovación Tecnológica Industrial | 2016 |
| Paola Alexandra Moya | Evaluadora instruccional | Regional Antioquia - Centro de Servicios de Salud | 2024 |
|  | Olga Constanza Bermúdez Jaimes | Responsable Línea de Producción Antioquia | Regional Antioquia - Centro de Servicios de Salud | 2024 |

1. **CONTROL DE CAMBIOS**

**(Diligenciar únicamente si realiza ajustes a la Unidad Temática)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del Cambio |
| Autor (es) |  |  |  |  |  |