

	<b>INSTITUCIÓN EDUCATIVA FEMENINA DE ENSEÑANZA MEDIA</b>  <b>QUIBDÓ</b>  <b>Año: 2020</b>	<b>ÁREA:</b> Comercio  <b>Guía:</b> X <b>FECHA:</b> 03 marzo de 2021  <b>Tema:</b> Proceso Comunicativo  <b>Grado:</b> 10º <b>ASIGNATURA:</b> Comunicación empresarial  <b>Docente responsable:</b> Luzmila córdoba
---	---	---

### COMPETENCIAS

1. Interpretativa
2. Comprensiva
3. Comunicativa
4. Laboral
5. Empresarial

### INDICADORES DE DESEMPEÑO

**SER:** muestra actitud positiva en la realización de las actividades.

**SABER:** • Emplea adecuadamente, expresiones de saludo y cordialidad en eventos comunicativos, en el desarrollo de la guía.

**SABER HACER:** Participa en conversaciones y diálogos con sus compañeras.  
• Lee y comprende textos cortos en los que identifica los elementos de la comunicación

### INSTRUCCIONES

Dada la siguiente guía leerla detenidamente, analiza los conceptos y argúmentalos en el cuaderno de comunicación empresarial.

- Hacer un glosario con las palabras del tema
- Copiar los conceptos en forma resumida
- Socialización y evaluación de la guía  
Elaborar un mapa conceptual del tema.  
Fecha de envío: 15. de marzo 2021.

## CONCEPTOS: Temas y subtemas

### Proceso Comunicativo

Comprender la importancia de la comunicación efectiva exige un sincero deseo de querer llegar al otro; de participarle nuestros pensamientos, sentimientos, emociones y sueños con la firme convicción de que seremos escuchados y así satisfacer la necesidad vital de comunicarnos y relacionarnos. El proceso comunicativo puede considerarse como un circuito donde cada uno de los elementos que intervienen lo hacen dinámico y flexible. Veamos el siguiente esquema:

**Emisor:** Es la fuente desde donde se origina el mensaje que puede ser una persona, una organización, o gobierno; naturalmente que al interior de cualquier organización son los individuos quienes son los responsables del proceso comunicativo. Es la persona quien genera sus ideas y pensamientos donde refleja su forma particular de pensar, sentir y ser y especialmente sus propósitos al comunicarse. De esta fase inicial se desprende el segundo elemento.

Es importante que el emisor reúna algunas características que son importantes a la hora de expresar el mensaje: Desear y necesitar establecer el proceso comunicativo Situarse en el contexto del receptor; es decir, saber sobre los intereses, motivaciones y expectativas del receptor. Generar y organizar sus pensamientos para crear un mensaje de acuerdo con un código o lenguaje compartido. Crear un ambiente agradable de tal manera que la emisión del mensaje fluya efectivamente. Manifiestar el mensaje en forma clara para que sea comprendido y de esta forma, posibilite la respuesta. **Mensaje:** Es el estímulo que la fuente trasmite al receptor, traducido en ideas que reflejan pensamientos o sentimientos o necesidades por comunicar. El mensaje está compuesto de símbolos que tienen significado común para los participantes del proceso comunicativo. El código es la traducción de la idea ya concebida en una forma de mensaje apropiado y conocido por ambos a la hora de ser transmitido. No solamente las palabras son el símbolo compartido y el idioma o lenguaje empleado es el código. Existe proceso comunicativo corporal y gestual, en un evento de comunicación cara a cara. La decodificación es entonces los significados compartidos que se tienen de tales expresiones. El mensaje debe reunir requisitos de credibilidad, oportunidad, claridad, utilidad, pertinencia, coherencia y continuidad. **Canal:** Es el vehículo que transporta el mensaje de la fuente al receptor. Constituye el eslabón físico entre el emisor y el receptor. Pueden ser los medios de comunicación masiva y medios interpersonales. Los medios de comunicación masiva posibilitan que un mensaje llegue a un gran número de receptores en forma simultánea. Los canales interpersonales que exigen un intercambio directo entre fuente y receptor, siempre cara a cara o a través del teléfono u otro equipo de comunicación. **Perceptor.** el objeto de la comunicación, por ello las teorías modernas de la comunicación que el perceptor es el elemento fundamental de la comunicación.

¿Si no hubiese perceptores a que fin elaborar mensajes, situarse en un contexto compartido, buscar un código común y esmerarse por hilar los significados?

El perceptor es una persona, un gobierno, una organización. Así como la fuente es la responsable de codificar el mensaje, el perceptor es el encargado de decodificar el mensaje; es decir, interpretarlo. Así como la codificación supone hablar y escribir, la decodificación implica leer y escuchar. Algunas características que debemos reunir como perceptores: Abrir la mente positivamente al mensaje que llegará, sin prevenciones ni prejuicios. Encontrar aspectos interesantes del mensaje, desarrollar la atención y concentración para no perder ideas importantes de mensaje, sintonizarse con la fuente y buscar significados comunes. Evitar formarse opiniones sobre el emisor, que puedan restarle objetividad a la comunicación. Es necesario centrarse en el tema del mensaje propiamente. Juzgar el contenido del mensaje y no al perceptor. Aportar al emisor ideas relacionadas con el mensaje e indicarle con actitudes positivas la importancia del mensaje. Retroalimentarlo en forma crítica y positiva haciéndole entender con nuestra postura, gestos y preguntas que lo que nos dice es importante. Retroalimentación. Es la respuesta del perceptor con respecto al mensaje recibido. La Retroalimentación: Es importante para la fuente, pues con ella puede modificar los mensajes posteriores, lo que permite que retroalimentar sea un proceso dinámico y bidireccional. La retroalimentación puede ser positiva o negativa. Cuando es positiva la comunicación gana en efectividad. Cuando es negativa puede llegar a ser mucho más efectiva, porque posibilita las correcciones y situarse en el curso de acción adecuado. Al interior de las organizaciones, la deficiente retroalimentación repercute en varias formas: descensos en la productividad, mala calidad de la producción, aumento del ausentismo del personal, falta de coordinación y conflictos internos.

### ACTIVIDADES – ejercicios por resolver

Identifica los elementos de la comunicación.

1. Completa el cuadro con base en este diálogo.

(Están Roció y Gustavo en la sala. Ella lee el periódico y él está viendo televisión.)

Roció: ¡Oye! Aquí dice que el compositor podía tocar el piano a los ... ¡tres años!

Gustavo: ¡Ja! Yo a esa edad aprendí al baño solo ...

a ) Emisor: \_\_\_\_\_

b ) Receptor: \_\_\_\_\_

c ) Canal: \_\_\_\_\_

d ) Código: \_\_\_\_\_

e ) Mensaje: \_\_\_\_\_

2. ¿En un salón de clases cuál es el emisor, el receptor, el contexto y el código?
3. ¿En un chat de Internet cuál es el emisor, el receptor, el contexto y el código?
4. ¿En una conversación por teléfono quien es el emisor, receptor y canal?

### MEDIOS / MATERIALES / RECURSOS

Recursos humanos

Libros

Diccionario

### BIBLIOGRAFIA Y / O WEB GRAFIA

LOYGA. Artes gráficas