

## 3. Barreras en la comunicación con el cliente.

En el proceso de la comunicación se pueden presentar elementos perturbadores que impiden o dificultan la comprensión de los mensajes y que reciben el nombre genérico de ruidos.

Un ruido puede ser la falta de cobertura en un teléfono móvil, una hoja rota en un libro, el volumen bajo de la voz de nuestro interlocutor, un sonido estridente que nos impide oír lo que nos están diciendo, etc.

Esto se denomina “barrera de la comunicación” a continuación analizamos la clasificación en tres tipos: barreras del lado del **emisor**, **receptor** y **entorno**.

### **Barreras del lado del emisor**

#### **Perturbaciones- Interferencias**

Aquello que es nuevo en el mensaje puede convertirse en perturbación, dificultando así la comprensibilidad del mismo.

#### **Ruidos**

Son aquellos elementos no deseados que se interponen en la comunicación.

#### **Redundancias**

Son aquellas partes del mensaje que son repetitivas o banales.

#### **Actitudes**

Son ideas con una gran carga emocional que predispone a un tipo de acciones con respecto a determinadas situaciones sociales.

Ésta tiene gran influencia en tres factores:

- Actitud hacia uno mismo.
- Actitud hacia el receptor.
- Actitud hacia el tema.



#### **Falta o deficiencia de feedback**

Ésta es una de las mayores barreras de la comunicación por parte del emisor, puesto que es el feedback el que indica si se está recibiendo o no el mensaje.



### **Falta o deficiencia de empatía**

La empatía es la aptitud para situarse en el lugar del otro con objeto de comprender mejor sus reacciones ante lo que está diciendo.

### **Barreras del lado del receptor**

#### **El efecto halo**

Es el proceso en el que una persona tiende a juzgar un rasgo específico en función de una impresión general favorable o desfavorable.

El halo es la pantalla que no permite que al receptor ver el rasgo o hecho concreto que está juzgando.

#### **Tendencia a evaluar**

La tendencia natural humana a juzgar, evaluar, aprobar o desaprobar lo que se dice es una de las principales barreras de la comunicación. Cuando mantenemos una conversación lo primero que solemos hacer es evaluar aquello que dicen los demás.

Esto muchas veces tiene lugar incluso antes de que el emisor haya terminado de transmitir su mensaje.

#### **Proyección**

La proyección consiste en atribuir a otra persona características propias.



### **Barreras del entorno**

La emisión de mensajes en contextos o situaciones inusuales puede entorpecer la transmisión de información.

**Matices físicos:** clima, lugar...

**Matices psicológicos:** roles sociales, relaciones interpersonales...



### **Aplicación práctica**

**Se pide:**

Indicar los elementos de la comunicación que intervienen en los siguientes casos.

- a) Un mitin político en una plaza de toros.
- b) Te llama por teléfono un amigo tuyo para proponerte ir al cine.
- d) Un cartel en una valla publicitaria muestra un coche reluciente en medio de un paraje natural.

## 4. Puntos fuertes y débiles en un proceso de comunicación.

Es importante realizar un análisis de nuestros puntos débiles y nuestros puntos fuertes en el momento de comunicarnos.

Muchas veces pueden aparecer miedos, incertidumbres o dudas que pueden dificultar una comunicación fluida y es cuando tenemos que analizarlos.

Es lo que se conoce como Análisis **DAFO** donde se cuestionan los siguientes aspectos:

- **Debilidades** (nivel interno)
- **Amenazas** (nivel externo)
- **Fortalezas** (o puntos fuertes-nivel interno)
- **Oportunidades** (nivel externo)



El primer aspecto consiste en las inseguridades, debilidades que tenemos en el momento de comunicarnos; las amenazas son los aspectos externos a nosotros que pueden provocar consecuencias negativas para la comunicación; las fortalezas son aquellas áreas en las que destacamos y las oportunidades aquellas situaciones externas que nos ayudan a mejorar en el proceso de la comunicación.

En la comunicación también es importante ser un oidor activo: prestar atención al que habla, controlar el impulso de hablar y cortar a los que en aquel momento están hablando, y ayudar a la comunicación mostrando interés en el que hablando ya bien sea formulando algunas preguntas, haciendo algún gesto de aprobación, etc...

## EDITORIAL TUTOR FORMACIÓN

Debemos pensar en si el mensaje que queremos hacerles llegar es claro, si el tono de voz que usamos es el adecuado, la modulación de la voz, los silencios...

También debemos tener en cuenta que la comunicación no solo se limita al plano verbal, también es importante la comunicación no verbal, como pueden ser los gestos, la mirada... Así que para que nuestra comunicación sea un éxito debemos tener en cuenta todos estos factores.

**Debilidades:** Una de estas debilidades puede ser la falta de experiencia en el ámbito comercial, falta de seguridad en sí mismo, desconocimiento del producto o servicio que se ofrece...

**Amenazas:** La relación profesional con personas desconocidas, el tipo de cliente, etc...

**Fortalezas:** Los puntos fuertes de la persona que como facilidad de palabra, empatía, saber escuchar, etc. Todos ellos importantes en una relación personal-cliente.

**Oportunidades:** Las situaciones externas que pueden ayudar en el proceso de comunicación con el cliente que es tener un ambiente tranquilo y calmado para que así pueda comunicarse mejor con él.



### **Aplicación práctica**

#### **Se pide:**

Realizar un DAFO para analizar cuáles son tus puntos fuertes y débiles dentro del proceso comunicativo con el cliente.

## 5. Elementos de un proceso de comunicación efectiva.

La comunicación efectiva se caracteriza por transmitir un mensaje de manera que cumpla con los objetivos esperados por el emisor hacia el receptor.

También se caracteriza por resolver el problema de la interpretación que le dan los interlocutores al mensaje.

Para que una comunicación sea efectiva, los interlocutores deben buscar la comprensión uno del otro a través de la elaboración de un mensaje claro, preciso y breve.

### 5.1. Estrategias y pautas para una comunicación efectiva.

En el mundo del trabajo en el que nos desenvolvemos, mejorar las relaciones humanas favorece la producción, mediante el buen entendimiento de las distintas personas que interactúan en una institución, organización o empresa, empleadores y trabajadores.

Lo propio de la relación personal es recurrir al otro, considerándolo en su unicidad o integridad.

Las relaciones humanas son un arte, por eso pueden darse al “natural”, espontáneas, aprenderlo implica dominar la teoría y la práctica, no basta saber (conocer, investigar o estudiar). En ellas, el trato con nuestros semejantes es impulsivo, casi automático. Se traduce en actos y palabras no sujetas a control, sino al estado de ánimo que tengamos en un momento.

Para lograr conseguir una buena comunicación efectiva debemos tener en cuenta una serie de factores y características para que el mensaje que queremos transmitir sea eficaz:

- **Claridad:** los mensajes deben ser claros, fácilmente decodificados e inequívocos.
- **Precisión:** la información transmitida en el mensaje debe ser precisa y completa.



## EDITORIAL TUTOR FORMACIÓN

- **Objetividad**  
La información transmitida por el emisor debe ser veraz, auténtica, lo más imparcial posible, es decir, objetiva.
- **Oportuno**  
El mensaje debe transmitirse en el momento preciso, es decir, aquel en el cual surge el efecto adecuado para el fin que se desea conseguir.
- **Interesante**  
El mensaje ha de ser atractivo para el receptor consiguiendo de esta manera una mayor motivación e implicación del mismo.
- **Flexibilidad**  
Es una característica a través de la cual el personal demuestra sensibilidad a condiciones cambiantes, y puede ser capaz de adaptarse a situaciones inesperadas. La flexibilidad es una ventaja en la comunicación.  
En algunas ocasiones, aunque queramos comunicar un mensaje a otra persona o a un grupo, nos damos cuenta de que existen circunstancias poco usuales y que no es el mejor momento para dar un mensaje.
- **Receptividad**  
Es el talento para recibir estímulos y una inclinación para captar mensajes, respuestas. La receptividad es un componente importante en el proceso de la comunicación.



La receptividad es condición interna, personal, que les permite ser sensibles a ciertos rastros de la comunicación que les llegan en el curso de sus actividades diarias.

- **Aprender a escuchar**  
Escucharse a uno mismo. Resistir las distracciones tanto externas (tv, móvil.) como internas (lo que pensamos, lo que nos preocupa.). Intentar captar el contenido del mensaje verbal y retener internamente los puntos importantes.

## 6. La escucha activa.

La escucha activa es una habilidad que puede ser adquirida y desarrollada con la práctica. Sin embargo, puede ser difícil de dominar, pues hay que ser pacientes y tomarse un tiempo para desarrollarla adecuadamente.

La escucha activa se refiere, como su nombre indica, a escuchar activamente y con conciencia plena. Por tanto, la escucha activa no es oír a la otra persona, sino a estar totalmente concentrados en el mensaje que el otro individuo intenta comunicar.

### 6.1. Concepto, utilidades y ventajas de la escucha efectiva.

Saber escuchar es igual, o incluso más difícil, que saber hablar. La escucha activa es un elemento indispensable en la comunicación eficaz y se refiere a la habilidad de escuchar no sólo lo que la persona está expresando directamente, sino también los sentimientos, ideas o pensamientos que subyacen a lo que se está diciendo.

La escucha activa significa escuchar y entender la comunicación desde el punto de vista del que habla.

Existen algunos obstáculos que impiden que escuchemos con eficiencia y debemos ser conscientes de estos para poder superarlos:

- **Atención dividida:** tratar de hacer demasiadas cosas al mismo tiempo nos coloca y coloca al usuario en una posición inadecuada e incómoda.
- **Atención a nosotros mismos:** comprometemos nuestra capacidad de escuchar a la otra parte.

Ejemplo: cuando estamos intentando escuchar activamente, a veces nos fijamos en nosotros mismos, enviándonos mensajes internos de lo bien o mal que estamos escuchando al otro, cuando en realidad estamos más centrados en cómo lo hacemos que en escuchar en sí a la otra persona.

- **Pretender que escuchamos:** cuando en realidad no es así. Ejemplo: cuando estamos frente a otra persona y le mandamos señales de que le estamos escuchando, aunque internamente estamos pensando en otros problemas que tenemos, pretendemos escuchar, pero no lo estamos haciendo.

Las **ventajas** que la escucha activa tiene, tanto sobre la persona que escucha, como sobre la que se siente escuchada:

- Crea un clima de confianza y cercanía que facilita la comprensión mutua.
- Se puede comunicar aceptación e incrementar la motivación del usuario.
- Se reduce la tensión, las diferencias de criterios.
- Se aprende del otro.
- Se facilita la reducción de conflictos.

- Ayuda a tomar mejores decisiones y con mayor seguridad.
- Se aprende a trabajar mejor.
- Se gana tiempo para pensar.
- Se estimula la cooperación del usuario

## 6.2. Signos y señales de escucha.

El proceso de la escucha activa es una serie de actos encadenados lógicamente para obtener la totalidad del mensaje, interpretando el significado correcto del mismo.

El proceso de la escucha activa se compone de seis fases:



### Preparación

En la preparación nos predispondremos mental y físicamente para prestar la atención necesaria durante la entrevista.

En la preparación tendremos presente tres aspectos: la elección del momento y el lugar para la comunicación, la recopilación y el análisis de la información sobre nuestro interlocutor y presentar una actitud positiva hacia la escucha.

### Posición y mirada

Lo normal es presentar una posición adelantada, avanzando el cuerpo desde la cintura y mirar fijamente a los ojos de quien nos habla. Además, respetando la distancia con nuestro interlocutor teniendo en cuenta el tipo de relación que tenemos con él.

### Reforzar al interlocutor

Aplicaremos una serie de técnicas para demostrar a nuestro interlocutor que le prestamos atención. Estas técnicas son: el refuerzo positivo, la paráfrasis, la reformulación, la ampliación, la técnica de las preguntas, el silencio, asentir con la cabeza y las expresiones faciales.

### Observar el lenguaje no verbal

Durante el proceso de escucha activa observaremos su lenguaje no verbal, es decir, sus gestos corporales, sus expresiones faciales y sus características de la voz, tales como el tono, la intensidad y el ritmo.

### Obtener las ideas principales

Detectaremos las palabras clave que sustentan el mensaje de nuestro interlocutor. Relacionaremos dichas palabras clave para extraer las ideas principales del mensaje.





### Retroalimentación

Finalmente, mediante la retroalimentación transmitiremos a nuestro interlocutor el resumen del mensaje que hemos escuchado, demostrándole que hemos interpretado correctamente su mensaje.

## 6.3. Componentes actitudinales de la escucha efectiva.

Existen algunas actitudes que nos van a permitir mejorar nuestra escucha activa:

- **No interrumpir** cuando el usuario está hablando ni valorar o enjuiciar las palabras del otro de inmediato.
- **Comprender** que no somos los únicos que hablamos, esto se traduce en dejar hablar a los demás sin anticiparnos a lo que nos van a decir.
- **Consideración y amabilidad** hacia las personas con quienes uno habla, esta consideración podemos demostrarla con hechos como: valorar lo que dicen, prestarles atención etc.
- **Voluntad de hacer que la escucha sea parte activa** del proceso de comunicación, ser conscientes de que debemos escuchar y mostrar a la otra persona que queremos escucharla, con mensajes no verbales como asentimientos de cabeza, mirada centrada en la persona que habla...
- **Aprender a escuchar** entre “líneas”, en algunos mensajes que escuchamos es igual de importante lo que dicen que lo que no dicen, debemos estar atentos a ver lo que se dice entre líneas en una conversación.
- **No adoptar una actitud hostil** ni emocional mientras se escucha, esto impedirá que la persona se sienta escuchada, porque puede hacerle sentir incómoda.
- **Aprender a evitar las distracciones**, si sabemos que es demasiado tarde y nos tenemos que marchar, sin embargo, deseamos escuchar lo que nos dicen, debemos evitar mirar el reloj constantemente, pues al final estaremos más atentos del reloj que de la otra persona.



Especialmente, cuando el otro tiene un problema, hay que escucharle con mayor interés. Es el momento de aplicar la escucha activa, pues la otra persona necesita ser escuchada y comprendida.



## 6.4. Habilidades técnicas y personales de la escucha efectiva.

Las habilidades técnicas y personales se tratan de destrezas que incluyen conocimientos que permitirán un buen desempeño de las labores de escucha.

Entre ellas se encuentran las que se detallan, a continuación:

### **Mostrar empatía**

Mostrar nuestro interés sobre lo que el cliente nos está expresando, además de intentar comprender los sentimientos que nos está transmitiendo es importante para que el cliente sienta que lo estamos escuchando.

Sin embargo, esto no quiere decir que tengamos que estar de acuerdo o que tengamos que sentir lo mismo, por lo que no es necesario mostrar simpatía sino comprensión con frases como; “entiendo lo que me quiere decir”, “noto que es algo importante...”

### **Parafrasear**

Es simplemente confirmar con el cliente que estamos entendiendo lo que nos quiere indicar. Así, con frases como “entiendo que me está indicando...”



Según me indica lo que le ocurre es...” lo que logramos es explicar con nuestras palabras lo que el cliente nos ha indicado y es una forma no sólo de verificar el mensaje sino también de hacer que el cliente se sienta comprendido y mantenga la atención en la conversación.

#### **Emitir palabras de refuerzo o cumplidos**

Además de entender al cliente, podemos reforzar su comunicación con ciertas palabras que demuestren aprobación, así podrá sentirse más cómodo a la hora de seguir hablando, sobre todo cuando se trata de llamadas que se puedan definir como complicadas.

Algunos ejemplos pueden ser; “Estupendo”, “Claro, es así”...

#### **Resumir**

Es fundamental que intentemos terminar la conversación con un resumen de todo lo tratado.

Esto no sólo facilita que podamos concretar los objetivos de la conversación sino también las soluciones que se han ido planteando, por lo que el cliente va a tener una sensación de haber sido comprendido, escuchado y que por nuestra parte le hemos ayudado a cubrir la necesidad que manifestaba.

Como ejemplo; “si no le he entendido mal... ¿Es correcto?”

## **6.5. Errores en la escucha efectiva.**

La **escucha activa** nos permite afrontar comunicaciones efectivas, ganarnos la confianza de quien no habla y estrechar la relación con éste. La escucha activa posibilita que se desarrollen con éxito las comunicaciones.

Sin embargo, a lo largo de las entrevistas podemos cometer una serie de errores que pueden afectar al propio proceso de comunicación, llegando incluso a romper la comunicación.

## EDITORIAL TUTOR FORMACIÓN

Los **errores** más comunes que solemos cometer **mientras escuchamos** son:

**Interrumpir** a nuestro interlocutor mientras está hablando.

**Dedicar** más tiempo a hablar nosotros que a escuchar a nuestro interlocutor.

**Distraernos.** No prestar la suficiente atención. Llegar incluso a desconectarnos de la conversación.



No **elegir el sitio adecuado** ya sea por exceso de ruido o por falta de luz que provoque distracciones.

**Pensar que vamos a decir** cuando nos toque hablar, en vez de concentrarnos en el discurso de nuestro interlocutor.

Realizar una **escucha selectiva**, prestando atención sólo a las partes del mensaje que nos resultan interesantes.

**Sermonear**, mandar o reprochar a nuestro interlocutor.

**Dar lecciones** o aconsejar, aludiendo a nuestra experiencia para indicar lo que es bueno o malo.

**Desaprobar**, cuestionar o quitar la razón al otro.



**Insultar** o despreciar a nuestro interlocutor.

**Ironizar** o reírnos del otro.

**Descalificar** o subestimar el mensaje.



**Aplicación práctica**

**Se pide:**

Observar detenidamente la foto que aparece y transcurridos unos 30 segundos, tapar la imagen e intentar responder a las siguientes preguntas.



1. ¿Cuántas palmeras se ven?
2. ¿De qué color son las hamacas?
3. ¿Y las sombrillas?
4. ¿Cuántas personas has visto?
5. ¿Había alguien bañándose en la piscina?
6. ¿Tienen terraza las habitaciones?