



**Guía Nº6 Classroom Atención de Clientes Nivel: III medio B y C**

Nombre:.....

Fecha desde: 05 al 16 de octubre 2020

OA: Atender Clientes internos y externos de la empresa, de acuerdo a sus necesidades y demandas, aplicando técnicas de relaciones públicas, de comunicación oral y escrita, en forma presencial o a distancia, vía teléfono, correo electrónico u otro medio

Unidad 1

**Contenido: Comunicación Interna /Parte I Qué es, importancia y beneficios.**

**Activación del pensamiento:**

**La productividad** de una empresa está íntimamente ligada a la **motivación** de sus trabajadores. Invertir en una buena **comunicación interna** es fundamental para el buen funcionamiento de cualquier entidad.

**Qué es la comunicación interna**

De la comunicación interna forman parte aquellas acciones de comunicación dirigidas a los empleados, con la finalidad de **fomentar** el diálogo entre las distintas áreas que forman la empresa y la participación de los trabajadores. El objetivo: mejorar los resultados.

Es una manera de motivar e integrar a los empleados y evitar la fuga de talento. Además, este clima en el que se favorece la comunicación permite que haya una mayor participación y entendimiento, entre los integrantes de los diferentes departamentos.

En definitiva, **la comunicación interna es una estrategia para gestionar e integrar el equipo humano de una empresa.** Se utiliza, en ocasiones, simplemente para informar y en otras para motivar, persuadir, recordar o explicar contenido de interés que aumente la productividad de los empleados.

Realizando una correcta **comunicación corporativa**, los trabajadores conocen mejor la empresa y son capaces de entender y hacer llegar a los compradores, los valores de la entidad porque saben de primera mano qué hace la organización, cuáles son sus fundamentos, qué objetivos tiene, que ofrece a sus empleados, qué proyectos están en marcha, etcétera.

No debemos confundir comunicación interna con la información. La información consiste en transmitir mensajes –habitualmente de la dirección a los trabajadores–, mientras que la comunicación requiere una respuesta del receptor, es decir, un **feedback** entre las dos partes. Esta comunicación debe ser **bidireccional** para que el trabajador sea parte activa.

## La importancia de la comunicación interna

Realizar correctamente la comunicación interna de una empresa aumenta en un 40% la satisfacción del cliente. Además, puede mejorar la **rentabilidad** de la entidad en un 30%. Los datos corroboran la importancia de hablar con los trabajadores.

Para que todo esto se produzca es fundamental llevar a cabo una **estrategia: un plan de comunicación interna**, es decir, unas **directrices** concretas para informar a los trabajadores de los objetivos generales o de una iniciativa concreta y permitirles que tomen las decisiones más beneficiosas en función de las circunstancias o de los cambios.

Un mayor conocimiento de la empresa por parte de los empleados, permite **priorizar** las acciones y organizar mejor el tiempo.

## Beneficios de la comunicación interna

La comunicación corporativa gestionada de forma adecuada tiene múltiples ventajas para la empresa:

- Aumenta la **productividad**: los empleados poseen toda la información necesaria para tomar mejores decisiones y optimizar los procesos de trabajo en equipo. Al sentirse integrados, su grado de compromiso será mayor y esto repercutirá en la mejora de los resultados.
- Rapidez en la resolución de problemas: el conocimiento hace que el empleado sea más útil a la hora de buscar la raíz de los problemas y sus posibles soluciones. Al poder participar más trabajadores en esta parte, se generarán más ideas y se agilizará el proceso.
- Mejora la relación entre los trabajadores: la información les proporciona seguridad y tranquilidad. Esto a su vez evita actitudes de desconfianza hacia los compañeros o responsables y promueve la confianza.
- Sentimiento de pertenencia: el trabajador, al ser escuchado y tomado en cuenta, se siente identificado con la organización y mejora su rendimiento.
- La información genera tranquilidad: se respira un clima de tranquilidad porque los empleados saben que serán informados de cualquier cambio, sea positivo o negativo, y que podrán preguntar, opinar y exponer sus argumentos. Por lo tanto, no viven con miedo.

## Síntesis:

Una mala comunicación interna puede generar hasta un 15% de pérdidas en cualquier empresa. Es vital elaborar estrategias especializadas en mejorar la comunicación interna de las organizaciones porque esta decisión será decisiva para aumentar su rentabilidad. Tener en cuenta la opinión de los empleados y facilitar los canales de comunicación interna entre estos y los directivos repercuten positivamente. Aumenta el grado de compromiso, la motivación y el sentimiento de pertenencia a la entidad.



Actividad: De acuerdo a lo expuesto se pide:

- 1) Busque el significado de cada una de las palabras destacadas con amarillo y/o subrayadas. (10 en total).
- 2) Luego redacte una oración en donde incorpore la palabra buscada, teniendo en cuenta su significado y usándola en el contexto empresarial. (10 oraciones).

¡ÉXITO!

**Registre de manera manuscrita el desarrollo de la actividad en su cuaderno.**

Se solicita **tomar fotografías legibles** de las respuestas y enviar al correo del profesor (a) respectivo. Por favor identifíquese claramente con nombre, apellido y curso.

**Evaluación: Formativa**

**Tercero C** enviar a

[monica.carrasco@colegiofernandodearagon.cl](mailto:monica.carrasco@colegiofernandodearagon.cl)

**Tercero B** enviar a

[daniel.sepulveda@colegiofernandodearagon.cl](mailto:daniel.sepulveda@colegiofernandodearagon.cl)

**Plazo de envío: viernes 16 de octubre de 2020**