

Tema 2. Empatía y comunicación asertiva

Objetivo

Concientizar la importancia de desarrollar habilidades de comunicación asertiva para una cultura de respeto, empatía y honestidad, lo cual impacte positivamente las relaciones y por lo tanto el clima, el ambiente laboral, la motivación y el compromiso.

Introducción

Para todas las generaciones existen una serie de códigos, hábitos y costumbres adquiridas en todos los ámbitos, y la comunicación, por supuesto, es una de ellas. La forma de hablar y los canales que utilizamos. El reto que supone la comunicación entre generaciones en la empresa es importante.

El talento de equipos, sin importar los matices que lo conformen para la creación de valor y el cumplimiento de objetivos y estos se logran a través de una comunicación efectiva.

Con el estudio de este tema aprenderás cuáles habilidades son importantes para desarrollar y comunicarte de manera asertiva, así como los canales de comunicación preferidos por las diferentes generaciones.

Explicación

Para conseguir los mejores resultados posibles en el desarrollo de habilidades de comunicación es indispensable analizar el comportamiento del talento humano, ya que se necesita entenderlo, modelarlo y desarrollarlo.

Para una empresa y sus líderes, el talento humano representa, por un lado, la mayor ventaja competitiva, pero por el otro puede ser el principal obstáculo para el cumplimiento de las metas y objetivos organizacionales.

Los lineamientos empresariales brindan las pautas y los parámetros para atraer el talento a la organización, así como para definir los programas de movilidad interna, integrar grupos de trabajo, gestionar planes de carrera y de retención. No obstante, el líder es el vehículo para que el talento permanezca y florezca hacia dos direcciones principales: el **crecimiento personal** y el **crecimiento profesional dentro de la estructura organizativa** (capital intelectual = valor de mercado).

El talento de los equipos, sin importar los matices que lo conforman es indispensable para la creación de valor y el cumplimiento de objetivos.

Para establecer una estrategia competitiva, se sabe que es necesario contar con un diagnóstico de la situación actual de la empresa para que, con base en ello, se establezcan las estrategias grupales e individuales. Por consiguiente, es necesario recordar que cada persona tiene su propia perspectiva con la que mira e interpreta al mundo y por lo tanto el estilo de comunicación con el equipo es el núcleo para lograr el éxito.

Según Verano (2022) las empresas exitosas han demostrado que la comunicación efectiva tiene un papel crucial en la consecución de los objetivos de ahí que los elementos que un líder debe considerar en el proceso de comunicación con un equipo de trabajo son los siguientes:

- Transmitir la información necesaria con claridad.
- Escuchar activamente para generar empatía.
- Respetar a los demás para crear confianza.
- Sinceridad en el tono y en el impacto de la información, es decir, transmitir emocionalidad.
- Alinear la comunicación verbal con la gesticulación del rostro y la corporalidad para emitir mensajes congruentes.

Estos elementos permitirán vincular las actividades de los colaboradores con su talento y la necesidad empresarial, con la finalidad de crear valor para los consumidores.

Dado que los equipos de trabajo intergeneracionales dominan el mercado laboral actual, es importante que los líderes presten mayor atención a las necesidades y a las preferencias individuales de los miembros de su organización, con el propósito de aumentar la satisfacción de los colaboradores y, por consiguiente, su productividad.

6.1 Trabajar con empatía es la mejor herramienta para incrementar la productividad

En las relaciones interpersonales, si existe una competencia individual seleccionada como la mejor para que ayude a minimizar las diferencias de comunicación entre generaciones y tener una gestión empresarial adecuada, es la **empatía**.

No existe mejor manera de comunicarse con otra persona que ponerse en su lugar, ver lo que ve, pensar lo que piensa, aunque no estemos de acuerdo con ello, pero al menos saberlo y aceptarlo (Indeed, 2022).

El mejoramiento de la comunicación intergeneracional se logra a partir de la empatía que se muestra a cada uno de los colaboradores, el dejar de poner etiquetas por pertenecer a una generación, ayuda a comprender de mejor forma las dificultades que puede estar pasando; por ejemplo, algunas personas de la generación de los baby boomer tienen dificultad para usar los dispositivos tecnológicos actuales y por lo tanto, les es difícil entender que para los centennials son su mejor medio de comunicación.

La empatía en el trabajo es una competencia intrínsecamente significativa de la inteligencia emocional, poder dominarla y utilizarla en el entorno laboral, logrará sentimientos de aprobación y confianza ante el intercambio de criterios y la resolución de conflictos.

De acuerdo con Flores (2022) la principal premisa para que exista una eficaz comunicación asertiva en el trabajo es evitar las presunciones e ir directamente al grano. No se puede estar literalmente en la mente del otro para comprender a un 100% lo que se intenta decir, así que la mejor manera de aclarar alguna situación es hablar de manera franca con empatía hacia los demás.

Ante la duda, lo mejor será preguntar. Aquí no vale el "es que pensé", ni tampoco el dar una información con indicaciones poco precisas o suponer cosas. Es decir, para evitar problemas mayores ni se debe asumir que se entendió, ni hacer suposiciones.

6.2 La brecha de comunicación en el ámbito laboral

El **cambio generacional** ha traído consigo, además de las naturales diferencias de maneras de pensar, de hablar o de vestir, una serie de evidentes y profundos cambios en los medios y sistemas de comunicación.

Hace apenas 20 años, el correo electrónico era la vanguardia en la comunicación en las empresas, los teléfonos móviles servían sólo para llamar (como los fijos, pero desde cualquier lado, lo que ya era por sí mismo un enorme avance).

Sin embargo, hoy en día, en lugar de llamar, mandamos un audio, o un par de emojis o a través de email podemos enviar cualquier tipo de archivos, y el teléfono móvil, desde que existe aplicaciones como Whatsapp, Telegram, etc., prácticamente solo se usa para confirmar operaciones *online* con tarjeta de crédito y tomar fotografías.

Los avances tecnológicos han sido detonantes para la comunicación en la empresa, pero también una **diversificación de canales** que, en muchos casos, está generando problemas internos que antes no existían. No porque las herramientas no sean buenas, obviamente, sino porque no se está gestionando correcta y ordenadamente su uso lo cual representa un gran reto para cualquier líder.

6.3 Definir los canales de comunicación

La idea principal aquí es que no se trata de cómo entregar el mensaje deseado sino de cómo es más probable que el receptor lo "consume".

Por ello, es importante **hacer coincidir el canal más adecuado con el tipo de información a transmitir**:

- La **llamada telefónica** es para conversaciones detalladas, largas, difíciles o emocionales.
- El **correo electrónico** es para información breve, informativa y / o instructiva.
- El **chat** es para anuncios generales, noticias, mensajes informales, colaboración en equipo y socialización.
- El **video** (Zoom, FaceTime, Teams, etc.) es para conversaciones largas, ricas en comentarios, enfocadas, emocionales o difíciles.

Debemos fijar el canal idóneo para cada tipo de comunicación. Por ejemplo:

- **Algo urgente** tendría que pasar por el chat interno o plataforma de mensajes instantáneos de la empresa, chats de software o llamada de teléfono.
- **Comunicaciones oficiales y no urgentes**, pueden ponerse en las redes sociales de la empresa o por correo electrónico para que se puedan volver a consultar y mantener un tono formal.

6.4 Establecer un protocolo de comunicación

Para eficientar la comunicación interna es importante establecer **pautas comunes** entre los distintos grupos generacionales. Esto evita mensajes erróneos y malentendidos, promueve una buena comunicación entre generaciones.

Hay que tener en cuenta que:

- Los **baby boomers** aprecian las comunicaciones formales y directas cara a cara, por teléfono o por correo electrónico. Valoran la información de fondo y los detalles.
- La **generación X** favorece las comunicaciones informales y flexibles con preferencia por el uso de correo electrónico, teléfono, mensajes de texto y **facebook**. Valoran una etiqueta profesional.
- Los **millennials** prefieren las comunicaciones auténticas y rápidas, especialmente si se hacen por mensajes de texto, chat, correo electrónico o instagram. Valoran la eficiencia y el enfoque digital.
- Los **centennials** aprecian las comunicaciones transparentes y visuales con preferencia por el cara a cara, snapchat, youtube, tiktok y facetime. Valoran el video, los comandos de voz.

Por otra parte, es importante tener en cuenta los códigos clásicos de comunicación interna en la empresa, especialmente en situaciones de crisis. No obstante, también es necesario decir que los canales más modernos, no son sinónimo de comunicación informal.

Para hablar de comunicación asertiva, tenemos que analizar qué cosas tienen en común todas las generaciones, y más ampliamente responder a ¿qué tenemos en común todos los seres humanos?

Normalmente, las personas nos enfocamos en encontrar qué nos diferencia; ya sea el color, la cultura, la etnia, la religión, el status social etc.

Todos los seres humanos tenemos en común básicamente 2 cosas:

1. Somos seres sociales y estamos programados neurológicamente para vivir en sociedad.
2. Todos tenemos el mismo propósito de vida: Ser aceptados y valorados.

Si partimos de estas premisas podemos empezar a comunicarnos de una manera más asertiva, más directa y respetuosa. Si tomamos en cuenta que todos queremos ser aceptados y valorados, empezamos valorándonos y aceptándonos primero nosotros mismos. Suena fácil, pero no lo es. Una vez que lo logramos es más sencillo comunicarnos asertivamente con el prójimo de una manera respetuosa, sin miedo a ser rechazados, con humildad y valentía. Podremos decir de verdad qué queremos, qué soñamos, qué nos gusta y qué no nos gusta.

Para ser asertivos debemos saber cuál es el lenguaje que habla cada persona sin importar a qué generación pertenece. Es entonces cuando podemos empezar a vivir en armonía y en paz en un mundo social y empáticamente conectado.

Cierre

La comunicación entre generaciones no es un asunto que afecte única y exclusivamente dentro de las empresas.

Hay que tener en cuenta que los clientes, proveedores, gobierno también están compuestos por personas de diferentes generaciones, con distintas maneras de pensar, actuar y comunicar.

Piensa que el momento, la forma o el canal utilizado, pueden marcar la diferencia entre el inicio de un gran proyecto o la pérdida de una ventaja importante para la compañía, y cómo el uso de la empatía puede marcar la diferencia en los ambientes de trabajo a nivel interdepartamental e intradepartamental.

Al mismo tiempo, saber que es necesario dosificar el uso de la tecnología, establecer canales de comunicación interpersonal adecuados para que se construyan puentes más efectivos entre las generaciones.

Referencias bibliográficas

- Indeed. (2022). *El papel de la empatía en el trabajo*. Recuperado de <https://www.indeed.com/orientacion-profesional/desarrollo-profesional/papel-empatia-trabajo>
- Flores, E. (2022). *7 estrategias de comunicación asertiva en el trabajo para mejorar el clima laboral*. Recuperado de <https://www.ieie.eu/comunicacion-asertiva-en-el-trabajo/>
- Verano, G. (2022). *Cómo Escuchar Verdaderamente a los Demás: Efectivos métodos para poder escuchar con intención y comprensión*. Recuperado de https://books.google.com.mx/books?id=yFWZEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Checkpoint

Asegúrate de:

- Fomentar la comunicación asertiva para generar una cultura de respeto, empatía y honestidad en el trabajo.
- Numerar los elementos importantes para obtener mejores resultados de interacción con los colaboradores.
- Reconocer las estrategias de comunicación que son necesarias de implementar para generar relaciones positivas entre los equipos de trabajo.

"Tecmilenio no guarda relación alguna con las marcas mencionadas como ejemplo. Las marcas son propiedad de sus titulares conforme a la legislación aplicable, estas se utilizan con fines educativos e informativos, por lo que no existen fines de lucro, relación publicitaria o de patrocinio".

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.

El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar o utilizar material a su disposición personal para uso educativo o profesional o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.