UNIDAD 1: Empresa y comunicación

ACTIVIDADES-PÁG. 8

1. En la empresa, ¿qué son los medios? ¿Y la responsabilidad? Aporta ejemplos.
Medios: son los elementos necesarios para llevar a cabo la actividad. Se dividen en medios materiales y medios humanos.

Responsabilidad: es la respuesta que el empresario está obligado a dar, por su forma de actuar, ante trabajadores, clientes, proveedores, sociedad, etc.
En esta actividad, en los ejemplos que aporten los estudiantes indicarán alguno de los aspectos en los que la empresa es responsable por la actividad que realiza, ya sea ante la Administración, ante la sociedad o ante sus propios trabajadores o accionistas.

2. Vuelve a leer el ejemplo de TODAUTO y señala y explica los elementos que componen esta empresa.
Actividad: reparación de vehículos.

Objetivos: el principal será realizar muchos trabajos de reparación para obtener el máximo beneficio posible. Aunque no será el único, porque deberán esforzarse por hacer arreglos con alta calidad para mantener, incluso incrementar la clientela.

Organización: la empresa tiene una organización centralizada en Sevilla, con dos importantes departamentos: Producción y Administración.
De Producción dependen todos y cada uno de los talleres, a modo de sucursales de la empresa central, así como la gestión y almacenaje de las piezas y componentes, que servirán a los talleres a medida que éstos los requieran.
En el departamento de Administración se gestionan las compras, se lleva toda la gestión de los recursos humanos (personal) de todos los talleres, lo implica el pago de las nóminas y todos los asuntos relacionados con la contratación, altas, bajas, seguros sociales, etc. También depende de Administración la facturación de los trabajos que llevan a cabo los talleres, pues estos pasan los datos a la central que emite los documentos a los clientes.
Por otro lado, cada taller es como una pequeña empresa subsidiaria de la central. En el taller se organiza el trabajo a realizar y se lleva a cabo. Al frente de cada taller hay un responsable, que estará en contacto directo con el departamento de Producción de la central, al que reportará los trabajos que se realizan.
Los departamentos de Producción y Administración, a su vez, deberán estar en contacto permanente pues Producción informará sobre los trabajos de los talleres y Administración emitirá las facturas y pagará al personal. También para los asuntos relacionados con las compras deberán estar en comunicación, pues las necesidades se detectan desde Almacén que depende de Producción, pero las compras las lleva Administración.

Medios materiales: los edificios; locales, las máquinas, herramientas y utillaje, el mobiliario de oficina, las cuentas corrientes, etc.
Medios humanos: todo el personal, tanto de la central en Sevilla como el de los 14 talleres.

Responsabilidades: son múltiples, entre otras podemos identificar:
- Frente a los clientes, derivada de los trabajos de reparación.
- Frente a la Administración (central, autonómica y local) derivados de la obligación de cumplir con la legalidad vigente (permisos, licencias, impuestos, etc.).

- Con el medio ambiente, derivada de la obligación de respetar la legislación relacionada con el medio

ambiente.

- Frente a los trabajadores y el propio personal de la empresa, debido a la obligación de facilitar las medidas de seguridad e higiene en el trabajo que son preceptivas; la obligación de cumplir con la legalidad en materia de contratos, seguros sociales, etc.; la obligación del pago de los salarios en cuantía y plazo, etc.
- Con los proveedores, por el pago de las compras que realizan.

3. ¿Qué es un organigrama? ¿Para qué sirve? ¿Cómo se interpreta?
Es la representación gráfica de una organización. Indica el sistema de relaciones, funciones y responsabilidades existentes en la misma.
Sirve para tener una imagen rápida del sistema de relaciones que componen la estructura formal de la empresa.
Para interpretarlo hay que tener en cuenta ciertos aspectos como:

- Cada nivel está vinculado al grado de responsabilidad y de autoridad que las personas detentan en la organización.
- A niveles más bajos, corresponden menores cuotas de autoridad y responsabilidad.
- Cuanto más alto es el nivel, la responsabilidad es mayor y de carácter más general.

ACTIVIDADES-PÁG. 11

4. ¿Es necesario, para cualquier comunidad, que exista comunicación entre sus miembros? Explica la respuesta con la ayuda de algún ejemplo.
Por múltiples razones. Entre otras:

- En cualquier comunidad deben existir reglas y normas de funcionamiento que los miembros de la misma deben conocer y respetar. Tanto para dar a conocer estas normas, como para corregir las desviaciones que puedan producirse, es necesaria la comunicación.
- En cualquier comunidad se comparten tareas, responsabilidades, bienes, etc., y la comunicación es imprescindible para llegar a acuerdos, o simplemente para hacer que ello sea posible.
- Para que los miembros de la comunidad puedan conocerse unos a otros, la comunicación es imprescindible.
- Cuando surgen los problemas, la comunicación y el intercambio de ideas y opiniones entre sus miembros puede lograr que se solucionen.

Los alumnos y alumnas deben aportar ejemplos sobre comunidades y analizar el papel que la comunicación representa en las mismas.

5. ¿Cómo definirías el mensaje? Aporta ejemplos.
El objetivo de la actividad es que el estudiante aporte su propia definición para describir qué es el mensaje. Se valorará la capacidad de expresarse.

ACTIVIDADES-PÁG. 15

6. ¿Qué elemento resulta imprescindible en un proceso de toma de decisiones?
Información. La información es básica para analizar y decidir sobre diferentes opciones posibles.

7. Cataloga, de acuerdo a diversos criterios, las siguientes comunicaciones en las que participa el director de personal de la empresa AUTOLUX:
a) Solicita por teléfono cierta información al director general de la empresa.
b) Manda un informe a la sección de contabilidad.
c) Se pone en contacto telefónico con el Servicio Público de Empleo.

d) Recoge y estudia las sugerencias sobre mejora de la producción, que los empleados han depositado en los buzones de *SUGERENCIAS.*
e) Habla personalmente con un empleado sobre un asunto relacionado con su horario de trabajo.
f) Envía por correo electrónico ciertas instrucciones a una sucursal que la empresa tiene en otra localidad.
a) Interna, vertical, ascendente, auditiva, directa e individual.
b) Interna, transversal, diagonal, visual, escrita, diferida y colectiva (puede tener varios destinatarios en el departamento de Contabilidad).
c) Externa, directa, auditiva e individual (seguramente hablará con una sola persona en este organismo).
d) Interna, visual, escrita, colectiva, ascendente.
e) Interna, audiovisual, directa, individual, vertical: ascendente y descendente a la vez.
f) Visual, escrita, diferida, colectiva, vertical, descendente e interna porque se mantiene dentro del ámbito empresarial.

8. ¿Qué entiendes por comunicación diferida? Aporta ejemplos.
Aquella en la que transcurre un tiempo (apreciable) entre la emisión y la recepción. Ejemplos: carta, mensaje grabado en un contestador telefónico, correo electrónico, etc.

9. Dependiendo del ámbito en que se producen las comunicaciones en la empresa, ¿cómo se clasifican? Argumenta con ejemplos.
Externas: tienen su origen fuera de la estructura empresarial y el destino es la empresa, o alguno de sus departamentos o miembros.

Internas: el origen y el destino están dentro de la propia empresa.

10. ¿Podemos decir que el proceso de comunicación está completo en el momento que el mensaje llega al receptor? Argumenta y aporta algún ejemplo.
El objetivo es que el estudiante aprecie la importancia de la comprensión del mensaje por parte del receptor. Se les pedirá que opinen aportando argumentos y se les orientará en el sentido anterior.

11. ¿Puede decirse que un grafiti es una forma de comunicación? Argumenta la respuesta.
Se pretende que los alumnos lleguen a reconocer la expresión artística, cualquiera que esta sea, como un modo de expresión y de comunicación. Se valorará que argumenten y razonen las respuestas.

12. ¿Qué tipo de red/redes de comunicación existen en tu clase? ¿Cómo fluye la comunicación?
Se pretende que los alumnos reflexionen sobre cómo fluye la comunicación entre los miembros de un grupo, en concreto, en la clase, y que lo identifiquen con el tipo de red (o redes) que correspondan.

13. Comenta la siguiente afirmación, indicando si es correcta o no y aportando argumentos al respecto: *Las comunicaciones inmediatas y las comunicaciones urgentes tienen la misma naturaleza, solo cambia el nombre.*
Es incorrecta. En las inmediatas la recepción se produce en el mismo instante que se transmite, o con un tiempo inapreciable, pero no tienen por qué ser urgentes. La urgencia se basa en la naturaleza del propio mensaje que aconseja una transmisión minimizando el tiempo de espera. Por ejemplo: una conversación informal con un colega que tenemos al lado es de tipo presencial pero, seguramente, no es de tipo urgente.

14. Aporta ejemplos de comunicaciones en función del soporte empleado.
El estudiante deberá aportar ejemplos de comunicaciones auditivas, visuales y audiovisuales.

ACTIVIDADES-PÁG. 17

15. Explica con tus propias palabras en qué se basa la percepción selectiva. Aporta ejemplos.
El objetivo es que asimilen los contenidos del epígrafe 3 de la unidad, y que reflexionen en concreto sobre la *percepción selectiva*, y analicen cómo les influye en determinadas ocasiones. Debe valorarse las reflexiones personales y la aportación de argumentos basados en las propias experiencias personales.

16. ¿Por qué decimos que los mensajes verbales tienen menor permanencia? Argumenta y aporta ejemplos.
Porque si no se registran o se graban, desaparecen, no puede comprobarse después qué es exactamente lo que se dijo, el contenido exacto del mensaje.

17. La frase: *vamos a estudiar,* pronúnciala con distintas entonaciones y acompáñate de gestos para buscarle todos los significados posibles.
El objetivo es que los estudiantes aprecien la importancia de la paralingüística, y sepan utilizar la entonación, la modulación de la voz, las pausas, el volumen y los gestos acompañantes para variar el sentido del mensaje.

18. Volviendo a la frase del ejercicio anterior, ¿podrías conseguir con la escritura los mismos significados? Intenta obtener el mayor número posible de mensajes con la única ayuda de los signos de puntuación.
En este caso, se trata de poner en práctica los recursos escritos para conseguir diferentes sentidos utilizando las mismas palabras. Se les orientará en el sentido de utilizar los signos de puntuación (puntos, comas, puntos suspensivos, interrogación, admiración, comillas, etc.).

19. ¿En qué se basa la función socializadora del lenguaje? Aporta ejemplos.
Mediante el lenguaje oral el individuo recibe parte del conocimiento necesario para que se realice su integración en la sociedad y en la colectividad de la que forma parte. A través del lenguaje que aprende desde niño asimila conceptos, valores y actitudes vigentes en la misma.

ACTIVIDADES-PÁG. 19

20. ¿Crees necesario pararse a reflexionar sobre lo que escribimos? Justifica la respuesta.
Porque lo escrito permanece mientras dura el soporte.

21. Señala las ventajas y desventajas de las comunicaciones escritas.
Ventajas: mensajes más elaborados. Permite comunicación múltiple y simultánea. El mensaje es permanente.
Desventajas: no es posible la retroalimentación inmediata. Es comunicación diferida. Mensaje menos espontáneo y personal.

22. Indica si estás de acuerdo con la siguiente afirmación: *la escritura es más impersonal que la palabra.* Argumenta y aporta ejemplos.
El objetivo es que los estudiantes reflexionen sobre esta afirmación, y apliquen los conocimientos que han adquirido hasta el momento.
Se valorará la construcción argumental de las respuestas.

23. Analiza, explica y saca conclusiones sobre el sentido del siguiente dicho popular: *lo escrito permanece; las palabras se las lleva el viento.* Argumenta y aporta ejemplos.
Si queremos que un mensaje permanezca, lo escribiremos.
Seamos cuidadosos con lo que escribimos; cualquier error o incorrección permanecerá.

ACTIVIDADES FINALES (INDIVIDUALES)-PÁG. 20

1. ¿Existe algún requisito que deba cumplirse para que el proceso de la comunicación se complete?
Que el mensaje llegue hasta el receptor, y este lo perciba y sea capaz de interpretarlo y comprenderlo.

2. Elabora una lista con todos los lenguajes que conozcas, después clasifícalos.
El objetivo de esta actividad es que el alumno realice un esfuerzo para identificar todos los lenguajes que conoce, y que luego los clasifique en función de la naturaleza de los mismos:

- Hablados.
- De signos o señales.
- De las imágenes.

3. ¿Qué relación existe entre el canal, el soporte y los ruidos o interferencias de la comunicación? ¿Cuáles son las consecuencias cuando estos fenómenos se presentan? ¿Podemos intervenir en el proceso para que las interferencias no se produzcan? Justifica las respuestas y aporta ejemplos.
Ruidos o interferencias (tanto en el canal como en el soporte) es aquello que puede alterar o anular el mensaje, ya que no permite su recepción o hace esta defectuosa.
Las consecuencias son negativas para la comunicación, que no llega al receptor o llega de manera deficiente.
Tanto si actuamos como emisor, como si somos el receptor, siempre podemos ayudar a mejorar las comunicaciones, poniendo los medios a nuestro alcance para que el mensaje se transmita de forma correcta, o prestando toda la atención para recibirlo en las mejores condiciones. Aunque siempre existen causas que escapan a nuestro control sobre las que no podremos actuar.

4. ¿Conoces algún lenguaje que se base en un sistema de símbolos y que pueda dar lugar a una comunicación auditiva?
La música, que tiene como fundamento un lenguaje de signos, las notas musicales y puede dar lugar a una comunicación escrita si solo se lee la partitura, y también a una comunicación oral cuando dicha partitura es interpretada por un instrumento musical.

5. Utiliza expresiones positivas para dar los mensajes siguientes:
a) No se puede llegar tarde.
b) Prohibición de tirar papeles al suelo.
c) No hablar.
d) (En un hospital): No hacer ruido, no gritar, se molesta a los enfermos.
e) (En un supermercado): No robar artículos.
f) (En un jardín): No cortar las flores.
g) (En un parque): No pisar el césped.
Las soluciones a estos mensajes, que deben aportar los propios alumnos, pueden ser múltiples, a título de ejemplo se incluyen algunas:
a) Hay que llegar pronto.
b) Los papeles deben depositarse en las papeleras.
c) Es necesario estar callado.
d) Los enfermos agradecerán tu silencio.
e) Paga todos los artículos que te lleves.
f) Respeta las plantas. Las flores están más bonitas en su mata.
g) Respeta el césped y anda por los caminos destinados a tal efecto.

6. Explica, con ejemplos, lo que significa organizar una empresa. ¿Podría carecer de organización?
Se trata de que los estudiantes comprendan, y así lo demuestren a través de los ejemplos que ellos mismos proponen en qué se basa la organización, y qué ocurre si esta falta.

Organizar: dirigir, coordinar las personas y los medios adecuados, para que se puedan llevar a cabo, de la mejor forma posible, las actividades previstas.

7. ¿Todas las empresas necesitan elaborar su organigrama? Argumenta la respuesta.
Una vez que los estudiantes hayan asimilado la función del organigrama y los distintos tipos de organización, así como los contenidos relativos a la dimensión de la empresa, pueden reflexionar sobre la necesidad (o no) en todos los casos. Se les puede ayudar con orientaciones sobre la organización de las empresas muy pequeñas, para que saquen sus propias conclusiones.
Se valorará las argumentaciones que realicen, relacionadas con los contenidos de la unidad didáctica.

8. Sobre los rumores, responde las preguntas siguientes:
a) ¿Deben los dirigentes de las organizaciones hacerles caso?
b) ¿Son un elemento positivo o negativo en las relaciones internas?
a) Objetivo: que los estudiantes comprendan los contenidos sobre la organización informal estudiados en la unidad y reflexionen al respecto. Se valorará la aportación de ejemplos y la capacidad expresiva.
b) El mismo objetivo marcado en punto anterior.

9. Contesta las preguntas siguientes relacionadas con el lenguaje como componente de la comunicación:
a) ¿En qué se basa la función socializadora del lenguaje?
b) ¿Por qué decimos que la lengua forma parte del patrimonio cultural?
a) Mediante el lenguaje oral el individuo recibe parte del conocimiento necesario para que se realice su integración en la sociedad y en la colectividad de la que forma parte. A través del lenguaje que aprende desde niño asimila conceptos, valores y actitudes vigentes en la misma.
b) Porque la lengua es una de las señas de identidad de muchas culturas, que disponen de la suya propia, y es un elemento más de riqueza que hay que conservar.

10. En la redacción comercial, claridad, concisión y brevedad, ¿significan lo mismo? Argumenta con ejemplos.
No significan lo mismo, aunque sí están muy relacionados existen matices:
Claridad: Argumento o razonamiento que se comprende con facilidad.
Concisión: es la economía de medios para expresar un concepto con exactitud.
No son lo mismo, pero están relacionados, pues la concisión lleva la mayoría de las veces a la claridad, y lo contrario, la falta de concisión enmaraña el mensaje y lo hace poco claro.
Brevedad: extensión o duración corta de una cosa, acción o suceso.
Ejemplo: una carta puede ser extensa (lo contrario de breve) porque en ella se haga mención a muchos asuntos, pero el tratamiento de cada uno de ellos puede hacerse con concisión.

11. Busca en el diccionario el significado de los siguientes términos: interdependencia, coordinar y organizar. ¿De qué formase relacionan con la actividad empresarial?
Interdependencia: dependencia recíproca.
Coordinar: concertar medios, esfuerzos, etc., para una acción común.
Organizar: establecer o reformar algo para lograr un fin, coordinando las personas y los medios adecuados.
En la empresa, todos los departamentos (y las propias actividades) son interdependientes, de alguna forma unas dependen y se relacionan con las demás.
La organización tiene como fin coordinar los medios para que esas actividades interdependientes se realicen de forma que se obtenga un rendimiento óptimo.

12. Explica en qué consiste la organización informal. Aporta ejemplos.
Paralela a la estructura formal (cuyas relaciones vienen marcadas en el organigrama), existe otra de tipo espontáneo e informal, basada en vínculos personales y sociales debidos a relaciones de amistad, afinidad,

gustos o intereses particulares. El propio funcionamiento de los órganos formales hace que surjan factores que propician el nacimiento y desarrollo de los grupos informales.

13. En tu opinión, ¿cuál es el elemento más importante para la comunicación, el emisor, el receptor o el mensaje? Argumenta la respuesta.
También en este caso, los estudiantes tienen que aportar sus propias opiniones, basadas en los conceptos que han aprendido y argumentadas debidamente. Se les puede orientar para que puedan llegar por sí mismos a la conclusión de no hay un elemento más importante que otro; si falta uno solo la comunicación no es posible.

ACTIVIDADES FINALES (COLECTIVAS)-PÁG. 20

Formad equipos de debate, entre 3 y 5 participantes y reflexionar sobre los asuntos que se proponen, sacando conclusiones que después se pondrán en común con el resto del grupo.
Este tipo de actividades grupales persigue varios objetivos de cara a los estudiantes:

- Que sean capaces de reflexionar sobre lo que han estudiado y aplicar a casos concretos la teoría que se expone en la unidad didáctica.
- Que se acostumbren a generar ideas, para lo que resulta muy adecuada la técnica de «lluvia de ideas», que luego se valoran y debaten.
- Que se habitúen a hablar en público.
- Que aprendan a respetar los turnos de palabra.
- Que trabajen la tolerancia, respetando y valorando las ideas de los demás.
- Que aprecien y valoren el trabajo en equipo.

Por todo lo anterior, para este tipo de actividades, no se aportarán soluciones concretas, únicamente orientaciones que puedan facilitar la labor de «moderador» del profesor.
Se valorará la capacidad de expresión y la madurez de los argumentos.

1. Respecto al proceso comunicativo:
a) ¿Cuál es el elemento más importante para la comunicación, el emisor, el receptor o el mensaje?
b) ¿Qué son los signos? ¿Y el código? ¿Existe relación entre ellos? Aportad ejemplos.
c) Pensad sobre clases y tipos de lenguajes. Aportad ejemplos de comunicación con los mismos.
a) Se les puede orientar para que puedan llegar por sí mismos a la conclusión de no hay un elemento más importante que otro; si falta uno solo la comunicación no es posible.
b) **Signo:** es un elemento propio de un lenguaje que no tiene sentido por sí mismo; adquiere sentido y significado cuando existe un código para interpretarlo. Ejemplos: letras, números, señales, etc.
Código: un sistema que agrupa, relaciona y organiza los signos para que puedan ser interpretados. Alfabeto, idioma, código se señales de tráfico, etc.
c) Se analizarán y valorarán los ejemplos que los estudiantes aporten.

2. Sobre el tipo de estructuras organizativas que pueden estar presentes en una empresa:
a) Estudiad el caso empresas que conozcáis, y realizad un esquema de los tipos de estructura que presentan.
b) ¿Es necesaria, también, la organización en empresas de pequeña dimensión? ¿Por qué?
c) ¿En qué tipo de estructura se encuadra un equipo de trabajo?
d) ¿Qué tipo de causas pueden dar lugar a la organización informal en una cadena de montaje?
e) ¿Cómo calificar la coexistencia de ambos tipos de estructuras en la empresa? ¿Es igual en todos los casos?
f) ¿Pueden interferirse o solaparse la organización formal y la informal?
g) ¿Qué tipo de organización contribuye más al desarrollo personal de los individuos?
h) La presencia de una organización informal, ¿es buena o mala para la empresa? ¿Y la presencia de grupos que están en contra de la actuación empresarial es algo bueno o malo?

a) Los alumnos deben aplicar los conocimientos adquiridos y buscar casos concretos.
b) Se encauzarán los debates en el sentido de descubrir la organización es elemento imprescindible en todas las empresas, incluso en las de menor tamaño. Lo que distingue a las empresas grandes y pequeñas en lo que se refiere a la organización es la estructura de complejidad de la misma, que será mayor cuánto más grande sea la empresa.
c) Lo normal es que forme parte de la estructura formal, como grupo de personas que llevan a cabo una tarea encargada desde los niveles jerárquicos de la empresa. Pero también puede tratarse de una parte de la organización informal, que los dirigentes, con muy buen criterio, aprovechan para mejorar la productividad, encargando una tarea a un conjunto de personas unidas por vínculos que van más allá de la simple relación laboral.
d) Se pedirá a los estudiantes que reflexionen al respecto y citen causas que originen la creación de una organización informal en este tipo de empresa. Se les puede orientar sobre las peculiaridades que se dan en una cadena de montaje, la poca flexibilidad del trabajo y de los tiempos, lo que hace que el trabajo sea monótono, rutinario y fatigoso por la rutina y la atención que requiere, para sean los propios alumnos quiénes saquen conclusiones sobre la forma en que puede afectar a crear vínculos entre los trabajadores, o lo contrario.
e) En este caso, los estudiantes reflexionarán sobre la importancia de mantener una estructura formal, planificada y predecible en sus actuaciones, y otra informal, en la que las personas puedan crear vínculos de amistad y afinidad que contribuyan a la mejora personal. Se les orientará para que profundicen en la necesidad de la diferencia entre empresas, en función de sus propias peculiaridades.
f) Se les puede orientar sobre la coexistencia de ambos tipos de organización; sobre las interferencias cuando existen intereses contrapuestos entre la estructura formal y los grupos informales. Y también se les orientará para que no vean la coexistencia como necesariamente conflictiva, sino como una fuente potencial de energía renovadora siempre y cuando sepa encauzarse adecuadamente.
g) Se les puede orientar en el sentido de que la organización informal se elige voluntariamente y no representa una carga, favorece más la creatividad, así como las relaciones interpersonales, que son las que ayudan al individuo a socializarse y crecer como persona. También, la organización informal ofrece respuestas a necesidades humanas que la otra organización no puede dar. Por último, también ayudan a los individuos en la toma de decisiones (pertenecer / no pertenecer al grupo). En la organización formal no se producen estas circunstancias.
h) Deberán concluir que no es buena ni mala en sí misma; cubre campos a los que la estructura formal no llega. Por otro lado, ayuda en el desarrollo individual y eso, indirectamente es bueno para la empresa, pues cuánto más felices sean los empleados, y más formados o estables emocionalmente, mejor será el trabajo que realicen.
También deberán contemplar la existencia de grupos en la estructura informal que representan la oposición a la jerarquía empresarial, pero esto no es malo en sí mismo, solo es un fenómeno que hay que conocer y encauzar debidamente.

3. Reflexionad y comentad las siguientes afirmaciones:
a) En la empresa, la comunicación no es un fin en sí misma, sino un instrumento.
b) Para la buena marcha de la organización, solo los gerentes (como responsables) deben disponer de información.
c) Las comunicaciones verticales descendentes son las más importantes, porque transmiten las órdenes desde los puestos jerárquicos hacia abajo.
d) En una empresa, el elemento fundamental es el capital; el resto de los elementos son secundarios y subordinados a este.
e) Los administradores de la empresa deberán conocer el tipo de grupos informales que existen en la misma para mantener sus actividades bajo control y así evitar acciones de boicot que pudiesen perjudicar a la empresa.
f) Los empleados en la empresa están para trabajar y no para hacer relaciones personales.

a) Se pedirá a los estudiantes que opinen sobre esta afirmación y refuercen dichas opiniones con argumentos fruto de la reflexión. Se les puede orientar para que puedan llegar a la conclusión de que el fin último de la comunicación empresarial es la consecución y la transmisión de información que es imprescindible para el funcionamiento diario.
b) Igual que en el caso anterior, se les puede orientar para que puedan llegar a la conclusión de que la información en muy importante en todos los niveles de la organización empresarial.
c) El objetivo es que los alumnos reflexionen sobre lo que han estudiado en la unidad. Se valorará la capacidad de expresión. Se les pueden dar orientaciones en el sentido de que todas las comunicaciones son importantes, no solo las descendentes, también las ascendentes.
d) Se les orientará en la línea siguiente: El capital representa un elemento más que debe complementarse con los restantes, y que por sí mismo no garantiza el éxito de la empresa.
Una empresa con fuerte capital, sino tiene una organización eficaz, o si el personal que trabaja en ella, es incompetente puede fracasar.
El objetivo es que los estudiantes sepan aplicar lo que han aprendido en la unidad, para aportar argumentos; que aprecien la importancia de todos los elementos de la trabaja y su necesidad de coordinación.
e) Los estudiantes tienen que analizar con calma todos y cada uno de los términos de la frase. Deberán observar que en su conjunto es correcta la afirmación, a excepción de *mantener sus actividades bajo control*, ya que la función de los dirigentes no es controlar a los agentes de la organización informal, pues no tienen competencias en esa estructura. Sí están obligados a conocer su existencia, pero no para controlar, sino para encauzar y tener en cuenta a la hora de la toma de decisiones que pudieran afectar al personal.
f) Una vez más, se pedirá a los alumnos que reflexionen sobre lo que han aprendido y lo apliquen. Se les orientará sobre la necesidad humana de establecer vínculos y relaciones, así como en la importancia de conseguir un buen clima laboral.

4. La correspondencia forma parte de las relaciones con la clientela. A continuación se proponen tres textos. Hay que analizarlos para detectar los errores (de cualquier tipo) que puedan existir y proponer mensajes alternativos.
El objetivo de esta actividad, además de los que se indican en la cabecera del apartado, es estimular la propia creatividad del alumnado, solicitando que señalen las incorrecciones que se han cometido y que aporten sus propuestas de mejora para estas cartas.
Se corregirán aspectos como: errores ortográficos y lingüísticos; falta de concordancia en las formas verbales; falta de coherencia y adecuación en el mensaje; errores en la redacción; falta de sencillez, la utilización de fórmulas arcaicas o en desuso; abuso del gerundio; falta de concreción o claridad, etc.
Las soluciones pueden ser múltiples, sobre todo al trabajar en grupo, y conviene respetar la propia iniciativa de los estudiantes.
A título de ejemplo, en consonancia con un estilo comercial moderno y dinámico, se proponen los textos siguientes:

Muy Sres. míos:
Con fecha 11 del presente mes de Marzo, hemos tenido el placer de recibir su amable carta, dónde tenían a bien comunicarnos el traslado de sus almacenes.
Tomamos buena nota de la nueva dirección, a la cual consignaremos en adelante toda la correspondencia. Sin más por el momento, aprovechamos la ocasión para saludarles muy afectuosamente.

Distinguidos señores:
Hemos recibido su notificación sobre el cambio de dirección de sus almacenes.
En futuros envíos correspondencia tendremos en cuenta la nueva dirección que nos indican.
Reciban un cordial saludo

Querido señor cliente:
Tomo buena nota de todo lo que tuvieron a bien comunicarnos en su amable carta de días pasados.
En realidad, nosotros no sabíamos que la avería se había reparado mal; al conocer los hechos tal como sucedieron, hemos sufrido un profundo disgusto, ya que sabemos que a Ud. se le ha producido un gran perjuicio.
Lamentamos lo sucedido, y estaríamos dispuestos a hacer todo lo que estuviese en nuestras manos para remediar las consecuencias.
Aprovechamos la ocasión para enviarle nuestros saludos más cordiales.

Estimado cliente:
Nos hemos quedamos muy sorprendidos con el contenido de su carta de fecha (señalar día concreto).
Realmente, tiene usted motivo para sentirse indignado por los hechos ocurridos. Nosotros lamentamos profundamente lo sucedido, y si no hemos actuado antes, ha sido porque desconocíamos que la avería no había sido convenientemente reparada.

Estamos a su disposición para volver a revisar el automóvil y realizar la reparación que precise. Estamos dispuestos a solucionarle el problema y resarcirle por los perjuicios que usted haya podido sufrir. Esperamos sus noticias.
Reciba, entretanto, un cordial saludo.

Muy Señores:
Nos complace comunicarle, que durante el próximo verano, el horario de nuestras oficinas sufrirá una modificación, pasando a tener la jornada continuada. Por ello, el horario será de 8 a 2 de la tarde todos los días.
Confiando en que haya tomado buena nota de lo que les decimos, aprovecho para saludarles.

Señores:
Durante el verano, en concreto desde XX a XX (citar fechas concretas), en nuestras oficinas se trabajará de acuerdo a la jornada estival en horario continuado. De lunes a viernes estaremos a su disposición desde las 8 a las 14 horas.
Confiamos que haya tomado nota, y esperamos que este nuevo horario no suponga una dificultad para ustedes.
Reciban un cordial saludo.

PRÁCTICA PROFESIONAL-PÁG. 22

También en este caso, conviene realizar la actividad en grupo, analizando el caso propuesto.
Las respuestas a las preguntas serán variadas. Se valorará la creatividad de los estudiantes, su asimilación de los contenidos teóricos de la unidad, así como la capacidad de expresarse en público, con un discurso ajustado y coherente.
A título orientativo, se proponen las siguientes respuestas.

1. Una carta es más impersonal que una conversación, aunque sea por teléfono, ¿qué razones han llevado a Miguel a tomar la decisión?
Ha querido asegurarse de que sus clientes no olviden el cambio, ni la nueva dirección. Otra razón ha sido de tipo «económico» pues hablar con cada uno de los clientes le habría llevado mucho tiempo.

2. ¿Crees que se podría prescindir de alguna de las partes de la carta? ¿Por qué?
Todos los apartados son necesarios. Se trata de una comunicación breve, precisa y eficaz en cuanto al

objetivo que pretende: informar.
Tampoco sobra el apartado de agradecimientos, forma parte de la cortesía empresarial.

3. Indica las ventajas y los inconvenientes que puede acarrear el envío de la carta a los clientes del taller.

Ventajas:

- Informa.
- Agradece → fideliza (como se estudiará en otra unidad).
- Se asegura de todos los clientes lo reciben y saben ubicar en el mapa el nuevo taller.

Inconvenientes:

- La posible dificultar de escribir una carta.
- Cierta «impersonalidad» en el mensaje, que Miguel ha soslayado con un texto amable y cercano.
- Que alguno pueda tirar el sobre sin abrir, aunque es probable que al ver el membrete de «su» taller abra el sobre. Para eso, Miguel deberá emplear sobres personalizados con el logotipo propio, para evitar que se confunda con el «correo basura» de la propaganda vacía y molesta.

EVALÚA TUS CONOCIMIENTOS-PÁG. 23

Señala si son verdaderas o falsas las afirmaciones siguientes:

1. La empresa requiere el empleo de recursos (humanos, materiales y artificiales).
b) Falso.

2. La estructura formal y la informal coexisten en la empresa.
a) Verdadero.

3. La organización de la empresa es el organigrama de la misma.
b) Falso.

4. Información y comunicación son el mismo proceso.
b) Falso.

5. La palabra (lengua hablada) es un vehículo de culturización e integración social.
a) Verdadero.

6. El emisor es la primera parte del mensaje.
b) Falso.

7. Se completa el proceso de comunicación siempre que el receptor esté de acuerdo con el mensaje recibido.
b) Falso.

8. El rumor es una forma de comunicación en las organizaciones a la que se debe prestar atención.
a) Verdadero.

9. Comunicaciones inmediatas y comunicaciones urgentes son lo mismo.
b) Falso.

10. La carta comercial requiere un tiempo de elaboración del mensaje y eso representa tanto una ventaja como un inconveniente en la comunicación.
a) Verdadero.

11. La correspondencia comercial es el conjunto de comunicaciones empresariales.
b) Falso.

12. En la comunicación escrita el mensaje es más impersonal.
a) Verdadero.

13. En la correspondencia comercial hay que evitar los formulismos y frases hechas.
a) Verdadero.