

INTRODUCCIÓN

Aunque la comunicación se aplica a todas las fases de la administración, es particularmente importante en la función de la dirección. La comunicación es la transmisión la información de un emisor a un receptor, comprendiendo éste último la información. Por lo tanto, esta definición se convierte en la base para el modelo del proceso de comunicación (el cual se muestra a continuación en la fig. 2). El modelo centra su atención en el emisor de la comunicación, la transmisión del mensaje y el receptor del mismo. El modelo llama la atención hacia el ruido, que interfiere con la buena comunicación, y la retroalimentación que facilita la comunicación. También se examina la repercusión de los medios electrónicos en la comunicación.

¿Que se desea en la vida? Felicidad y amores, éxito en los negocios, una vida familiar estable, reconocimiento académico posesión de nuevas habilidades, seguridad financiera. Sean cuales fueran sus objetivos, mas requeridos, comunicarse con efectividad con la gente que le rodea es vital para conseguirlos. La felicidad es elusiva si no comparte sus sentimientos con los demás, buena parte del éxito en los negocios depende de su habilidad para inclinarse a los demás hacia la forma de pensar, y lo que aprenda dependerá de lo bien que sepa escuchar e interactuar con quienes le enseñan.

La comunicación no es un hecho estático como puede ser duplicar un informe en una fotocopidora. Al hablar con la gente se altera sutilmente su percepción de los demás al igual que la de sí mismo. La comunicación cambia sus sentimientos y actitudes, e incluso sus creencias y valores. Si funciona bien, hace que se sienta bien con respecto así mismo, pero si falla puede socavar su amor propio. Por eso es tan importante una comunicación tan habilidosa y segura de si misma.