

3. La comunicación verbal y no verbal en la comunicación presencial.

3.1. Pautas de comportamiento e imagen corporativa.

Las pautas de comunicación verbal y no verbal que se deben tener en cuenta son las siguientes:

- Respetar las opiniones de los demás para poder entablar una conversación coherente.
- Escuchar de forma activa y tener en cuenta tanto el comportamiento verbal como el no verbal de la otra persona.
- No interrumpir y esperar el turno para hablar.
- Emplear un tono adecuado, una voz clara y de confianza.
- Si se ofrece una sonrisa y utilizamos un lenguaje sencillo, claro y coherente pareceremos más agradables.
- Se debe mantener el contacto visual, pero no de forma agresiva.
- El ritmo de la conversación tiene que ser agradable, utilizando las manos y los dedos para continuar el discurso.
- Mientras se escucha, se debe estar atento a la conversación.
- De vez en cuando resumir lo que se escucha para hacer ver a la otra persona que estamos prestando atención a la conversación.
- Hay que cuidar el lenguaje no verbal para evitar que la parte contraria pueda sacar conclusiones equívocas.

Estas pautas servirán de ayuda para proyectar una buena imagen a la empresa, intentar que cuente con nosotros para formar parte de su equipo de trabajo.

3.2. Normas para conversar.

1. Para conversar es necesario que los interlocutores tengan voluntad de contribuir al entendimiento y a llegar a una solución de los problemas que se van a tratar.
2. Antes de comenzar se debe tener claro que el objetivo es llegar a un entendimiento, no a un enfrentamiento.
3. Se debe mantener el respeto mutuo sin insultos ni comentarios agresivos.
4. Es necesario que las partes respeten la verdad y no digan mentiras.

5. Los interlocutores deberán mirarse a los ojos durante la conversación y prestar atención a lo que dice la parte contraria.
6. En cada turno de palabra se argumentarán las opiniones de forma clara y breve para que la otra persona entienda el mensaje lo mejor posible.
7. Antes de empezar a hablar, es necesario pensar bien lo que se va a exponer.
8. Durante la conversación se debe estar dispuesto a modificar los puntos de vista personales si es necesario.
9. El objetivo debe ser buscar alternativas comunes para adaptarlas y llevarlas a la práctica.
10. Con esta conversación se intentará llegar a un consenso.

3.3. Reglas para escuchar.



Aprender a escuchar es algo fundamental para nuestra vida personal y profesional. Si se sabe escuchar las relaciones serán más profundas y con mejor entendimiento.

Las reglas básicas para aprender a escuchar son:

- **Ponte en el lugar de la otra persona:** se debe intentar entender el punto de vista de la otra persona incluso cuando

no se está de acuerdo con su opinión, pero empatizaremos y aprenderemos a escuchar, dando lugar a relaciones más profundas y con mejor entendimiento.

- **Escucha activamente:** implica no perderse en la conversación y estar atentos a lo que dice la otra persona. Es imprescindible seguir estas pautas:
 - o Repetir lo que la otra persona dice, en tu cabeza.
 - o Hacer un resumen de lo que se escucha.
 - o Intentar encontrar el mensaje principal que quiere transmitir.
- **Centrarse en el otro:** hay que centrarse en la otra persona, si nos centramos en uno mismo no conseguiremos entender el mensaje que se quiere transmitir. Mostrar interés en lo que está diciendo el interlocutor, puesto que el buen oyente anima a expresarse mucho mejor.
- **Formular preguntas sobre la conversación:** ayuda a la obtener información más clara sobre lo que estamos escuchando, pero sin interrumpir la conversación.
- **El lenguaje corporal:** las palabras van acompañadas del movimiento del cuerpo:
 - o Tener contacto visual con la otra persona ayuda a centrarse más en la conversación.
 - o La sonrisa puede transmitir tranquilidad (dependiendo de la conversación).
 - o Utilizar frases cortas para apoyar la conversación de la otra persona como “te entiendo”, “asentir con la cabeza”, “tienes razón”, etc.
 - o Evitar movimientos corporales que denoten que no se está prestando atención como cruzar los brazos, miradas a un lado y a otro, mover los pies, etc.

- **No interrumpir a la otra persona:** es importante dejar hablar a la persona, que finalice su mensaje para poder darle apoyo o que formule preguntas.
- **No juzgar:** no juzgar antes de que se acabe el discurso. Si practicamos una escucha abierta en la que la otra parte exprese libremente su opinión, se aprenderá a escuchar activamente.

3.4. Criterios de calidad: empatía y amabilidad.

Como se ha explicado anteriormente, la empatía y la amabilidad son dos aspectos importantes en la escucha activa.

Decimos que la **empatía** es la capacidad para ponerse en el lugar del otro y saber lo que siente o incluso lo que puede estar pensando. Las personas con una mayor capacidad de empatía son capaces de captar más cantidad de información a partir del lenguaje no verbal, las palabras utilizadas, la voz, la postura, etc.

Se debe diferenciar entre la empatía del contagio emocional, que aparece cuando una persona experimenta el mismo estado que otra sin ninguna distancia. La empatía, sin embargo, es la capacidad de llevar a cabo una mejor comprensión del comportamiento o forma de tomar decisiones de la otra persona. Un individuo empático efectuará una escucha activa de mayor calidad, facilitará el proceso de comunicación y ayudará a que se tomen decisiones más rápidamente.

La **amabilidad** se refiere al acto o comportamiento en el cual nos mostramos atentos, complacientes y cordiales hacia los demás, es un valor social que se funda en el respeto, el afecto y generosidad en nuestra forma de relacionarnos con los demás. La armonía del entorno social viene determinada en gran medida por el nivel de amabilidad sobre el cual se hayan fundado las relaciones.

3.5. Tratamiento de las objeciones.

Las objeciones son algo natural en toda negociación, tienen lugar cuando la comunicación entre ambas partes no es buena y se crean barreras para cerrar un acuerdo. Lo mejor ante la posibilidad de que aparezcan objeciones es anticiparse a ellas y plantear respuestas a las posibles dificultades que puedan presentarse.

Para averiguar qué hay detrás de cada objeción y enfrentarnos a ella de manera adecuada, se debe tener en cuenta:



- **Interpretación positiva de las objeciones.** Cuando el negociado hace un comentario sobre la propuesta, se interpreta como algo negativo. Lo que se debe hacer en estos casos es argumentar razones que justifiquen la propuesta y darle un enfoque positivo.

Por ejemplo, si ofrecemos un producto y le parece caro, no está rechazando el producto, sino una de sus cualidades. En estos casos le convenceremos de que su calidad es inmejorable o bajaremos un poco el precio del producto.

- **Cuando se produce una objeción es importante tener una buena comunicación**, ya que puede suceder que la otra persona no tenga suficiente información acerca del producto y por eso no pueda aceptarlo.

Por ejemplo, si estamos presentando una aplicación móvil ante un inversor y no ve claro por qué se pagaría por ella si existen otras en el mercado, se deberán resaltar las características que tiene por encima de las de la competencia.

- **Tomar las objeciones como señal de atención y cierre de la negociación.** El objetivo de toda negociación es llegar a un acuerdo final entre las dos partes. Se dejará un tiempo para pensar y tras ese periodo se producirán las objeciones, lo que significará que la negociación continúa hasta que se resuelvan esos problemas.

La **escucha activa** es muy importante en las negociaciones para entender de forma positiva las objeciones. Las ventajas que ésta brinda son las siguientes:

- Lograr un clima favorable para la negociación.
- Conseguir una comunicación eficaz y fluida.
- Facilita acordar los beneficios de las dos partes.
- Se entenderá con más claridad el mensaje.
- Los problemas se solucionarán más rápido.
- Resolver dudas será más fácil.
- Facilita pedir un tiempo de reflexión antes de decidimos.

3.6. Las quejas y las reclamaciones.

Uno de los objetivos principales de las empresas es no perder clientes. Las quejas y reclamaciones que se presentan deben ser correctamente atendidas, ya que si no se resuelven pasarán a ser clientes insatisfechos que no volverán a confiar en la empresa.

Las reclamaciones, aunque son desagradables, pueden ser una oportunidad para conocer la opinión de cliente, saber que está fallando para poder mejorarlo y reforzar la relación con el cliente.

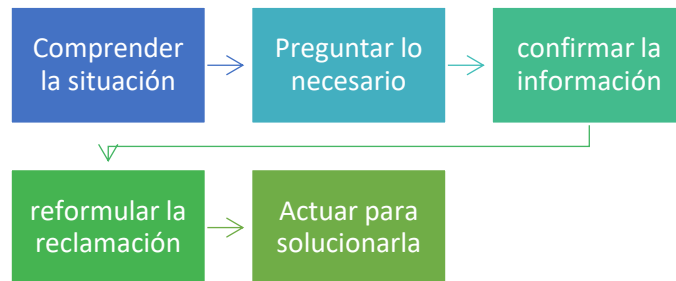
Las claves para triunfar ante un cliente molesto serán las siguientes:

- El personal de la empresa debe atender la queja de forma eficaz, tener una actitud relajada y mostrar interés por resolver los problemas.
- Tratar al cliente personalmente, escucharle y dar respuesta personalizada. No tomarse los comentarios negativos como algo personal, establecer empatía y realizar preguntas efectivas que permitan comprender el problema.
- Ofrecer una solución satisfactoria que beneficie tanto al cliente como a la compañía, esto demostrará que la empresa sabe gestionar los problemas y por tanto incrementará la fidelidad del cliente.



EDITORIAL TUTOR FORMACIÓN

- Ofrece al cliente algún obsequio especial para compensar la mala experiencia. Esto no quiere decir que se le compense económicamente, sino que se le aplique algún tipo de descuento o cheque ahorro para su próxima compra.
- Algunas empresas contactan con sus clientes días después para comprobar que se ha resuelto el problema y se sientan atendidos.



Las ventajas que se consiguen con un cliente satisfecho al atender las reclamaciones son:

- Mayor fidelidad a la empresa.
- Se siente más atraído por los productos que tenemos en oferta.
- Presta menos atención a la competencia porque se siente a gusto con la empresa.
- Habla a los demás bien de la empresa y sus productos.
- Acepta variaciones en los precios.

4. La comunicación telefónica.

4.1. El teléfono en la actividad empresarial.

Atender al teléfono de forma adecuada es algo muy importante dentro de la empresa, ya que, si no se hace bien, puede dar una imagen negativa. Se debe hablar correctamente, vocalizando y en un tono suave, agradable y firme, dando impresión de que se controla la situación.

Normalmente, las llamadas se responden diciendo el nombre de la empresa y añadiendo un “buenos días” o “buenas tardes”. En algunas empresas se dice el nombre de la empresa seguido del nombre de la persona que le atiende, por ejemplo: “Francisco e hijos, le atiende Verónica Sánchez ¿en qué le puedo ayudar?”.

Después de esta introducción a la llamada y de saber la causa de ésta, se pregunta el nombre de la persona para dirigirnos a ella personalmente. En el caso de que pregunte por un compañero que no se encuentre en ese momento, se tomará nota de la hora de la llamada, el asunto y el nombre para trasladarle el mensaje.



Cuando se responde al teléfono se debe tener en cuenta que causa mala impresión masticar chicle, comer o beber. También da mala imagen no prestar atención al cliente por estar ocupados, en estos casos se le dirá que espere un momento (no más de un minuto). Si la persona que llama está enfadada y eleva su tono de voz, no se debe perder la paciencia ni los nervios, se mantendrá la calma y se le tratará con respeto.

Al finalizar la llamada se agradecerá al cliente que se haya puesto en contacto con la empresa.



4.2. Pautas de atención telefónica en la empresa: voz, sonrisa, silencio, expresión, etc.

Cuando se atiende una llamada telefónica se deben cuidar aspectos como el tono de voz, la sonrisa, los silencios o la expresión.

El tono de voz es un elemento que hay que cuidar a la hora de comunicarse con otras personas, ya que, al no existir contacto visual, el cliente interpretará a través de éste la amabilidad.

El primer contacto con el cliente debe ser con tono cálido y agradable, reflejando seguridad en el mensaje que se quiere transmitir.

- Si el cliente presenta una queja, hay que ser firme a la vez que amable.
- Si presenta una duda, se debe tener seguridad en la voz y ser contundentes.
- En el caso de que simplemente pida información, hay que ser concluyente de forma positiva.

Las fases de la comunicación telefónica son las siguientes:



En la comunicación telefónica utilizamos también elementos que forman parte de la expresión no verbal:

- **Entonación:** el estado de ánimo influye en la entonación, por tanto, puede expresar dudas, timidez, enfado, etc.
- **Intensidad:** el volumen de la voz debe ser normal. Si utilizamos una entonación muy elevada transmitiremos autoridad, prepotencia, dominio. Si por el contrario utilizamos una entonación muy baja, expresaremos timidez, duda o introversión.
- **Velocidad:** la fluidez verbal de expresión se debe adaptar a la capacidad de comprensión del receptor. Un ritmo lento denotará interés en lo que se transmite, mientras que uno rápido es señal de nerviosismo.
- **Pronunciación:** durante la conversación se debe hablar de forma clara y evitando palabras que no se entiendan bien.
- **Buen humor:** la amabilidad en una llamada de teléfono es fundamental, el receptor debe percibir optimismo.
- **Postura:** la postura en la que se atienda el teléfono puede variar nuestro tono de voz haciendo que parezca que sentimos apatía.

Pautas para expresarse a través del teléfono

- Hay que ser respetuoso y agradable.
- Saludar al inicio y despedirse al final de la conversación.
- Ser directos y breves.
- Usar un lenguaje claro que transmita el mensaje de forma correcta y un tono positivo.
- Conseguir que el receptor nos preste atención.
- Transmitir un mensaje coherente.

4.3. Reglas para efectuar una llamada de teléfono.

Las reglas básicas para efectuar una llamada de teléfono son:

- Cuando suena el teléfono, debe haber una persona que lo coja lo antes posible.
- Al descolgar el teléfono, citaremos el nombre de la empresa con un tono de voz agradable y no apresurado. Además, añadiremos “*buenos días*” o “*buenas tardes*”.
- Una vez que nos hemos presentado, debemos identificar a la persona que llama. Nunca debemos pasar una llamada sin haber preguntado antes quién es.
- Debemos escuchar con atención y preguntar cuál es el motivo de la llamada.
- Si somos nosotros los que efectuamos la llamada, debemos anotar el motivo. Evitará que nos olvidemos de puntos importantes y por lo tanto, ahorraremos tiempo.

- Debemos siempre concentrarnos en la conversación y no hacer otra cosa mientras.
- Si estamos atendiendo una llamada y nos entra una segunda, se lo comentaremos a la primera indicándoles: “*espere un momento, por favor*”. Por lo general, se suele dar prioridad a la primera llamada, pero, para evitar sentirnos agobiados, siempre podemos explicarlo con amabilidad y cortesía.
- Cuando llamamos a un cliente conocido, debemos saludar a la persona que os atienda, identificarnos y decir el nombre de nuestra empresa. Seguidamente preguntaremos por la persona con la que queremos halar y daremos las gracias por pasarnos la llamada.

4.4. Pasos para contestar una llamada de teléfono.

Al contestar una llamada	Responder rápidamente el teléfono.
	Utilizar frases como “Buenos días, en qué le puedo ayudar...”
	Responder con voz clara y con un tono adecuado.
Si dejamos al cliente en espera	Informar sobre el motivo por el que se le deja en espera.
	Si el cliente no dispone de tiempo, preguntar si puede llamar más tarde o le devolveremos la llamada.
	No se debe quedar en espera al cliente más de un minuto.
	Cuando se retome la llamada, tratar al cliente por su nombre.
Transferir una llamada	Se transferirán las llamadas que no se puedan atender en el momento.
	Antes de transferir la llamada, se debe avisar al cliente de que su llamada va a pasarse a otra persona.
	Cuando se pase la llamada a otro compañero, le indicaremos el motivo de la llamada y quién es el cliente.
	Si por el contrario nos pasan una llamada transferida llamaremos al cliente por su nombre.
Transferir mensajes entre operadores del servicio	Si el cliente nos pide hablar con un compañero, se intentará solucionar el problema para evitar anotar mensajes.
	Si no hay más remedio que anotar el mensaje, indicaremos la hora de llamada, el nombre de la persona y el motivo.
Al terminar una llamada	Siempre despedirse del cliente amablemente y agradecer su llamada.
Usar palabras adecuadas	Usar palabras que no sean difícil de entender.
	No contestar al cliente con preguntas.

4.5. Protocolo de tratamiento.

Por lo general, las llamadas que recibimos en la empresa llegan en primer lugar a una centralita, que deriva cada llamada en función del departamento al que vaya dirigida. Cada una de estas conexiones recibe el nombre de extensión.

Gran parte de las comunicaciones telefónicas con el exterior están relacionadas con personas ajenas a la empresa (clientes, proveedores...), por lo que es importante responder a cada una de las llamadas de forma correcta.

El protocolo que hay que seguir cuando se recibe una llamada es el siguiente:

- Atender con la mayor rapidez y cortesía.
- Responde con el nombre de la empresa y decir “*buenos días*” o “*buenas tardes*”.
- Preguntar quién llama y cuál es el motivo de la llamada.
- Identificar al destinatario en función de con quién pretende hablar o por quién pregunta.
- Si el que llama pregunta por alguien en concreto, diremos que vamos a intentar pasar la llamada y usaremos la expresión “un momento, por favor”.
- Debemos tomar nota de los recados para evitar olvidos.
- No comer ni beber si contestamos al teléfono.
- Tratar con respeto a la persona que llame, utilizando el tratamiento adecuado.
- Evitar utilizar el teléfono de la empresa para llamadas personales, pues estaremos impidiendo que entren llamadas exteriores.
- No dejar que situaciones personales afecten a la hora de contestar una llamada.
- Evitar tapar el auricular con la mano o dejar mucho tiempo a la otra persona en espera.
- Mantener la calma en las situaciones en las que el interlocutor pierde los nervios.
- Respetar las normas internas de seguridad, el registro de confidencialidad de la llamada, así como los datos que nos aporte el cliente.
- Utilizaremos la guía telefónica con los números de información en el caso de que desconozcamos el número de la persona que ha llamado.

4.6. Barreras y dificultades en la transmisión de la información.

A veces, nos puede ocurrir en una empresa, que nos encontremos obstáculos para transmitir la información y que eso dificulte la comunicación, tan valiosa para el correcto funcionamiento de la misma.

Algunas barreras que nos podemos encontrar son las siguientes:

Barreras	Descripción	Solución
Ambientales	La incomodidad física por el frío o el calor de una sala, una silla incómoda.	El lugar para comunicarse debe ser tranquilo y cómodo.
	Las distracciones visuales, interrupciones o ruidos como timbres, teléfonos o ruidos de circulación.	
Verbales	Hablar muy rápido, hablar en otro idioma, falta de atención ante la persona que escucha.	Conocer las reglas de comunicación, expresarse correctamente y escuchar activamente.
Interpersonales	Impresiones distintas.	Estar alerta ante las confusiones o malas impresiones.
	Suposiciones incorrectas.	Si el receptor no entiende el mensaje, repetirlo con palabras más fáciles de entender y de forma diferente.
	Prejuicios.	Evitar prejuicios a la hora de atender una llamada.

4.7. Tipos de llamadas telefónicas.

En una conversación a través del teléfono, la imagen que se da de la empresa puede ser de calidad, positiva o negativa en función de la entonación de la voz, la velocidad, la postura, etc.

Se debe dar importancia a las llamadas de teléfono, escuchar al cliente, que perciba que se está tratando de solucionar su problema y tratarle de forma correcta.

Los distintos tipos de llamada que se suelen dar son:

- **Atención directa o mediante espera:** estas llamadas son atendidas tras pasar por una centralita con un mensaje grabado de bienvenida, después de explicar el asunto que se desea tratar, se deriva la llamada al departamento correspondiente. En el caso de que no haya ninguna línea libre para atender la llamada, se queda en espera hasta que puedan atenderle.



- **Atención automatizada:** se utilizan para clientes cuyas preguntas son frecuentes y no necesitan una atención personalizada. Sus preguntas suelen ser concretas y no necesitan información adicional, por lo que se utiliza una información estructurada en una base de datos. La centralita contesta en función del comando de voz que esté establecido con mensajes pregrabados que disipan las

dudas del cliente rápidamente. Existen tres formas de petición de información en la atención automatizada:

- **Marcación multifrecuencia.** Se realiza mediante las teclas del teléfono. La centralita da una serie de opciones relacionadas con un número, se pulsará el botón según la información que se quiere recibir.
- **Sistema de reconcomiendo de voz.** Se trata de una respuesta vocal interactiva. Es un diálogo con el cliente mediante unos patrones de voz establecidos que se activan cuando decimos una palabra clave.
- **Mensajes de fax.** El sistema ofrece información al cliente mediante el envío de un fax a cada uno de los departamentos implicados.

4.8. Sistemas de comunicación telefónica en la empresa.

Dentro de la empresa es imprescindible contar con un buen sistema de comunicación telefónica. Como hemos explicado en el apartado anterior, la centralita es un método eficaz puesto que deriva las llamadas a los departamentos pertinentes sin necesidad de estar atendiendo cada una de ellas.

Además, dentro de la empresa podemos contactar directamente con otra persona marcando su extensión, por lo que se recibe una atención más personalizada y directa.

Las empresas también utilizan la comunicación telefónica para hacer publicidad de sus productos o servicios entre proveedores y clientes habituales, y captar a otros nuevos. En este caso debemos utilizar las pautas de actuación detalladas en los apartados anteriores.

Por tanto, un buen sistema de comunicación telefónica tanto interno como externo ofrece una atención más personalizada, clara y concreta a clientes y proveedores, así como entre los propios trabajadores de la empresa.

4.9. Búsqueda de información telefónica.

Hace unos años la búsqueda de información telefónica se hacía a través de unas guías que elaboraban los ayuntamientos o compañías de teléfonos para ofrecer los números de sus clientes. Éstas se hacían en función de la zona geográfica.

EDITORIAL TUTOR FORMACIÓN

Existe también un catálogo de empresas llamado “páginas amarillas”, en el que las empresas pueden incluir su número de teléfono y dirección para publicitarse. De este modo se facilita la búsqueda de proveedores y profesionales.

En la actualidad, esa información la podemos encontrar de manera más sencilla gracias a internet, donde proveedores y empresas o particulares pueden, a través de la web, ingresar su teléfono, correo electrónico, buzón de sugerencias, pedidos, etc., lo que facilita el trabajo de búsqueda.



5. Normas de seguridad, registro y confidencialidad de la comunicación presencial y telefónica.

Los datos personales de los clientes deben tratarse con confidencialidad, deben existir pactos entre los trabajadores y las empresas que protejan esa información.

La información corporativa relativa a los productos, servicios, proveedores, clientes, etc., son los principales archivos de negocio, y deben ser protegidos mediante disposiciones legales para evitar que cualquier persona física o jurídica acceda a ellos de forma fraudulenta.

Actualmente en nuestro país, la ley que regula la protección de los datos es la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

En el caso de que se incumpla el pacto de confidencialidad entre la empresa y el cliente, este puede tomar acciones legales y pedir una indemnización por daños y perjuicios.

El acceso a estos datos privados es distinto para la alta dirección de la empresa y para los trabajadores. Los primeros pueden acceder a la información desde su puesto de trabajo tras firmar el pacto, mientras que los segundos suelen firmar una orden de obligación de confidencialidad y secreto en las relaciones laborales, aunque no suelen tratar esa información.

En el artículo 5 del Estatuto de los Trabajadores en su apartado 1a. dice lo siguiente:

Cumplir con las obligaciones concretas de su puesto de trabajo, de conformidad a las reglas de la buena fe y diligencia.

Se debe informar a los trabajadores las pautas a seguir en el tratamiento de datos confidenciales, para que en el caso de que tengan que tratar esa información, sepan gestionarla.

Las medidas de protección de datos recomendables son:

- Limitar el acceso a la información confidencial. Todo el personal no puede tener acceso a ella.
- Instalar medidas técnicas que permitan restringir el tratamiento de la información a ciertas personas.
- Guardar esta información bajo llave en formato papel. Solo personas autorizadas tendrán acceso a ella.
- Realizar copias de seguridad para evitar que se pierdan esos datos. Y se guardará también bajo llave.

6. Actividades.

1. ¿Cuáles son las características fundamentales del lenguaje? Explicálas:

2. Completa:

La comunicación _____ se establece entre dos o más personas para compartir _____ o _____ mediante el uso del _____.

Esta comunicación necesita un _____ que transmite información y un _____ que la recibe.

3. ¿Cuáles son los elementos de la comunicación oral?

4. Di si son verdaderas o falsas las siguientes afirmaciones:

	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En una entrevista el entrevistado recaba información sobre el entrevistador.		
En un proceso de comunicación debe existir retroalimentación.		
La comunicación oral permite empatizar con los demás.		
En una entrevista el tono de voz debe ser elevado para que nos entiendan bien.		

5. Relaciona los siguientes conceptos con sus definiciones:

Entrevista	Conversación entre dos o más personas en la que unos hablan con otros y escuchan con interés.
Reunión	Comunicación oral cuyo objetivo es recabar información y opinión acerca de determinados asuntos.
Debate	Buscan aprobación y consenso sobre un tema determinado y encontrar estrategias que solucionen problemas.
Diálogo	Técnica de comunicación en el que dos o más personas exponen sus opiniones argumentadas frente a un público asistente.

6. ¿Qué son los mensajes voluntarios?

- a) Gestos que involuntariamente acompañan a las palabras durante un mensaje.
- b) Gestos que acompañan palabras que pronunciamos.
- c) Gestos que se emplean para eliminar tensiones entre las personas.
- d) Gestos que se utilizan para controlar sentimientos o estados de ánimo.

7. ¿La comunicación verbal y la comunicación no verbal están relacionadas?

Verdadero	Falso
------------------	--------------

Explica tu respuesta.

8. Relaciona cada factor con el tipo de disciplina de la comunicación no verbal:

Ritmo	Expresión facial	Espacio personal
Silencios	Postura	Timbre
Miradas	Volumen	Gestos
Tono	Proximidad	

DISCIPLINA	FACTOR
Paralingüística	
Kinesia	
Proxémica	

9. ¿Qué elementos de la comunicación no verbal utilizamos en la comunicación telefónica?

10. Explica con tus palabras en qué consiste la atención directa o mediante espera de las llamadas.