

4ta edición

DIPLOMADO

En Cooperativismo y Habilidades Gerenciales para el Desarrollo Eficiente de las Cooperativas

INICIA

17 DE SEPTIEMBRE



Comunicación efectiva y negociación para líderes



Diana Vargas

-Licda Mercadeo.

-MA innovación y experiencia de cliente.

-MA gestión de proyectos culturales.

-Docente Universitario (UCE).

-Facilitador formación técnico profesional (INFOTEP).

-Locutor (a) profesional.
Poeta.

-Facilitador Eclof Dominicana.





- ❖ Comprender los principios fundamentales de la comunicación efectiva y su impacto en el trabajo profesional.
- ❖ Identificar y aplicar estrategias de negociación que promuevan acuerdos justos y beneficiosos.
- ❖ Analizar y resolver situaciones reales utilizando técnicas de comunicación y negociación.





Expresar ideas con claridad y coherencia en entornos profesionales.

- ✓ Identificar barreras que interfieren en la comunicación y aplicar estrategias para superarlas.
- ✓ Desarrollar escucha activa como competencia clave para liderar y colaborar.
- ✓ Utilizar la asertividad para expresar necesidades sin agredir ni someterse.
- ✓ Aplicar métodos de negociación colaborativa para resolver conflictos.
- ✓ Construir acuerdos claros, sostenibles y medibles.
- ✓ Gestionar emociones propias y ajenas durante procesos comunicativos complejos.



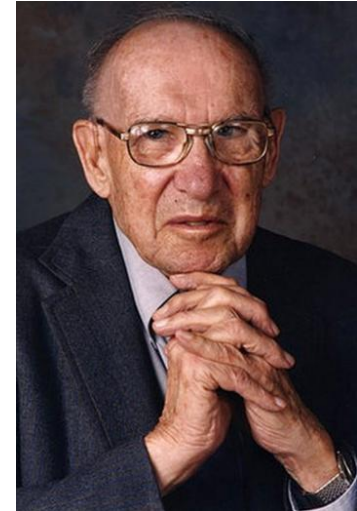
Comunicación

La comunicación es un proceso mediante el cual transmitimos información, emociones e ideas a otra persona. No es solo hablar: es conectar, comprender, influir y construir relaciones.



En un entorno profesional, la comunicación es la herramienta que permite:

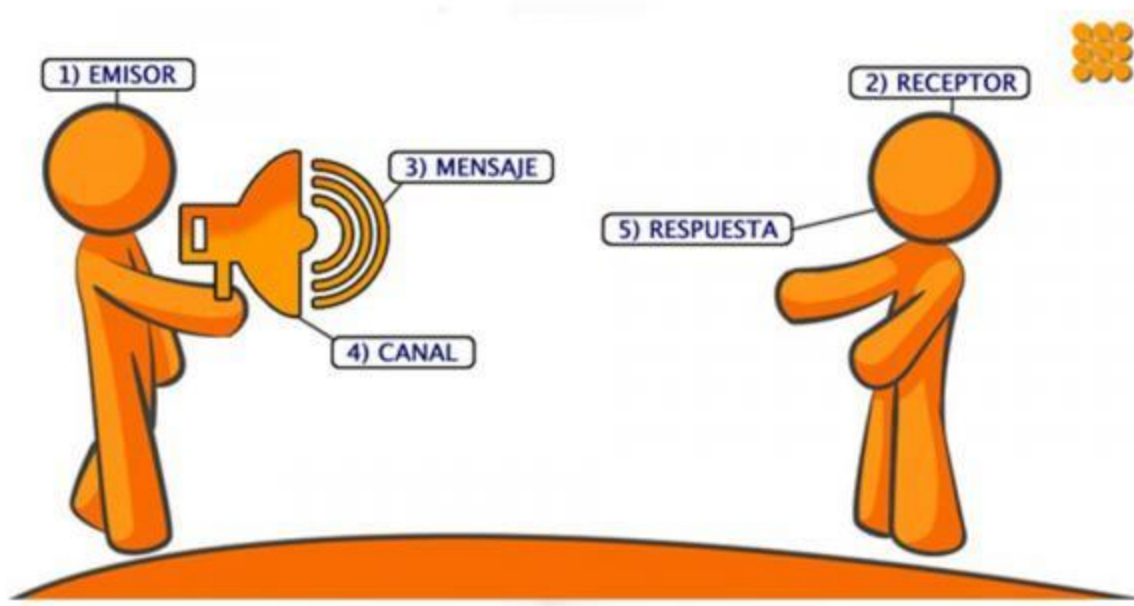
- Coordinar tareas.
- Motivar equipos.
- Solucionar conflictos.
- Negociar acuerdos.
- Tomar decisiones informadas.



“Lo más importante en comunicación es escuchar aquello que no se dice.” Peter Drucker padre de la administración moderna



Los Elementos



La comunicación está compuesta por diferentes elementos que deben trabajar en armonía para que el mensaje llegue correctamente:

1. Emisor

La persona que origina el mensaje. Su claridad, su tono y sus emociones influyen en cómo será recibido.

2. Receptor

Quien recibe el mensaje, lo interpreta y lo filtra según su experiencia, contexto, estado emocional y creencias.



3. Mensaje

La información que se transmite: palabras, gestos, emociones, intenciones.

4. Canal

El medio por el cual se transmite el mensaje: presencial, correo, llamada, videollamada, nota de voz, escrita, etc.

5. Código

El sistema de signos utilizados: idioma, símbolos, gestos, tono, expresiones.



6. Contexto

Todo lo que rodea el proceso comunicativo: cultura, ambiente físico, relaciones de poder, emociones presentes.

7. Retroalimentación

La respuesta del receptor al mensaje. Es esencial para validar que hubo comprensión.

Ejemplos: “Entiendo”, “¿Así es como lo haré?”, “Permítame repetir lo que capté”.



TIPOS de COMUNICACIÓN



Los tipos de comunicación se pueden clasificar según los medios utilizados (verbal, no verbal, escrita, visual), los estilos (asertivo, pasivo, agresivo, pasivo-agresivo) o la organización de los participantes (individual, colectiva, vertical, horizontal).

Según los medios utilizados

Verbal: Uso de palabras habladas. Puede ser oral (a través de la voz).

No verbal: Se transmite a través de elementos como gestos, expresiones faciales, contacto visual y lenguaje corporal.

Escrita: Se utilizan palabras escritas para transmitir el mensaje, como en correos electrónicos, cartas o informes.

Visual: Se emplean imágenes, gráficos, símbolos y videos para comunicar información.



Según el estilo

Asertivo: Expresa opiniones y necesidades de forma clara y directa, respetando los derechos de los demás.

Pasivo: Evita expresar sus propias opiniones y necesidades, permitiendo que otros tomen el control.

Agresivo: Expresa sus opiniones y necesidades de manera dominante, sin respetar los derechos de los demás.

Pasivo-agresivo: Combina rasgos de la comunicación pasiva y agresiva, manifestando su descontento de forma indirecta o sarcástica.



ESTILOS DE COMUNICACIÓN

ALTA APERTURA A LA COMUNICACIÓN



BAJA APERTURA A LA COMUNICACIÓN

Según la organización de los participantes

Individual: Comunicación entre dos personas.

Colectiva: Comunicación que se produce en un grupo de personas.

Vertical: Se da entre diferentes niveles jerárquicos en una organización (ascendente o descendente).

Horizontal: Ocurre entre personas del mismo nivel jerárquico, como compañeros de trabajo.



COMUNICACIÓN EFECTIVA Y NEGOCIACIÓN



La comunicación efectiva y la negociación

son dos competencias esenciales en cualquier entorno profesional. Ambas determinan la manera en que dirigimos equipos, resolvemos problemas, construimos relaciones y alcanzamos metas. Desarrollarlas permite trabajar con mayor claridad, reducir conflictos y generar mejores resultados.



¿Qué es la Comunicación Efectiva?

La comunicación efectiva ocurre cuando el mensaje que enviamos es comprendido de la manera en que esperamos. No se trata solo de hablar: implica intención, claridad, escucha y conexión emocional con el otro.

Ejemplo:

Un líder puede dar una instrucción en 10 segundos, pero si no verifica que la otra persona entendió, corre el riesgo de duplicar el trabajo luego. La comunicación efectiva evita errores y mejora el rendimiento del equipo.



Elementos claves de la comunicación efectiva

a) Claridad

El mensaje debe ser directo, específico y fácil de comprender.

Evita tecnicismos innecesarios, mensajes largos o ambiguos.

b) Coherencia

Tus palabras, tono y lenguaje corporal deben transmitir lo mismo.

El cuerpo también comunica, incluso más que las palabras.



c) Empatía

No basta con hablar; es necesario entender el estado emocional y las necesidades del otro.

d) Escucha Activa

Implica escuchar con atención, validar lo que la otra persona dice y mostrar disposición al diálogo.

e) Retroalimentación

Una comunicación efectiva siempre incluye confirmación.

Preguntas como:

“¿Cómo lo ves?”

“¿Qué entendiste de esta instrucción?”

evitan malas interpretaciones.



Barreras de la Comunicación.

Barreras emocionales: estrés, enojo, ansiedad.

Barreras físicas: ruido, interrupciones, mala conexión en reuniones virtuales.

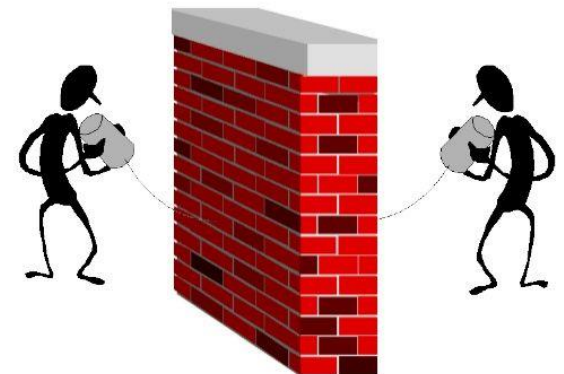
Barreras lingüísticas: tecnicismos, acentos, jergas.

Barreras culturales: diferencias de códigos, valores o expectativas.

Barreras psicológicas: prejuicios o ideas preconcebidas.

La clave es identificarlas y adaptar tu estilo comunicativo para superarlas.

Barreras de la comunicación



Técnicas de comunicación verbal efectiva

Escucha activa: Presta atención genuina a lo que el otro dice, en lugar de preparar tu respuesta mientras habla.

Haz preguntas abiertas: Formula preguntas que no se respondan con un simple "sí" o "no" para fomentar una respuesta más elaborada y obtener más información.

Modulación de la voz: Varía tu tono, volumen e inflexión para enfatizar puntos clave, mostrar entusiasmo y mantener el interés del oyente. Adapta el tono al contexto.

Claridad y concisión: Sé claro y directo. Evita ambigüedades y redundancias, y ve al grano de forma eficiente.

Adapta el lenguaje: Ajusta tu vocabulario y estilo al de tu interlocutor y al contexto de la conversación para asegurar la comprensión.



Técnicas de comunicacion no verbal efectiva

Lenguaje corporal y postura: Mantén una postura erguida y abierta. Inclinar te ligeramente hacia adelante puede mostrar interés, mientras que cruzar los brazos puede interpretarse como hostilidad.

Contacto visual: Mantén un contacto visual constante pero no agresivo. Demuestra interés, confianza y honestidad.

Expresiones faciales y gestos: Asegúrate de que tus gestos y expresiones faciales sean coherentes con tu mensaje para evitar contradicciones. Evita gestos nerviosos o negativos que puedan distraer.

Cuida tu apariencia: La imagen personal, incluida la vestimenta y el cuidado personal, puede influir en la percepción de profesionalismo y en la primera impresión.

Controla el espacio personal: Mantén una distancia adecuada con la otra persona. Invadir su espacio personal puede hacerla sentir incómoda.



Negocie Como Un Profesional



¿Qué es Negociar?

Negociar es llegar a acuerdos entre partes, buscando el beneficio mutuo sin sacrificar la relación. Las mejores negociaciones no son las que “ganamos”, sino las que dejan satisfechas a ambas partes y fortalecen el vínculo a futuro.



Etapas de la negociación

1. Preparación

Investigación: Se analiza la situación, los objetivos propios y se evalúa a la otra parte.

Estrategia: Se definen las metas, los límites y las mejores alternativas para un acuerdo negociado



Etapas de la negociación

2. Discusión y Aclaración

Intercambio de información: Ambas partes presentan sus posiciones y se comparten datos relevantes para entender mejor las necesidades del otro.

Establecimiento de reglas: Se definen las bases sobre las que se llevará a cabo la negociación.



Etapas de la negociación

Negociación

Propuestas y concesiones: Se presentan ofertas y contraofertas, buscando puntos en común y haciendo concesiones para acercar posiciones.

Resolución de problemas: Se trabaja en conjunto para superar los obstáculos y encontrar soluciones que satisfagan a ambas partes.



Etapas de la negociación

Cierre y Acuerdo

Cierre: Se llega a un punto de acuerdo final que debe ser formalizado.

Acuerdo: Se documentan los términos y condiciones del acuerdo para evitar futuros malentendidos.



Tipos de negociación.

1. Colaborativa (Ganar–Ganar)

Ambas partes ganan. Ideal para relaciones duraderas.

2. Competitiva (Ganar–Perder)

Una parte busca imponerse. Funciona solo en situaciones puntuales.

3. Evitativa

Se evita negociar. Solo retrasa conflictos.

4. Compromiso

Ambas partes ceden un poco y llegan a un punto medio.



4 TIPOS DE NEGOCIACIÓN



Integradora

Las partes colaboran para encontrar soluciones que beneficien a todos. Ideal para relaciones a largo plazo.
"Ganar - Ganar"



Distributiva

Negociación de suma cero donde lo que gana una parte lo pierde la otra. Busca mantener la relación
"Ganar - Perder"



Colaborativa

Las partes cooperan para alcanzar soluciones óptimas. Promueve el entendimiento y fortalece las relaciones.



Competitiva

Una parte busca maximizar su beneficio sin considerar a la otra. No hay relación futura.

Negociación acomodativa

Se utiliza cuando una de las partes decide ceder más de lo que es habitual para preservar la relación con la otra parte o para obtener futuros beneficios a largo plazo

Negociación de múltiples partes

Involucra a más de dos partes y suele ser más compleja que otros tipos de negociación al tener que discutir sobre una gama más amplia de intereses y objetivos.



Habilidades Clave para Negociar.

a) Preparación

Investiga y define objetivos, límites y alternativas antes de sentarte a negociar.

b) Gestión emocional

El autocontrol evita reacciones impulsivas que pueden dañar la relación.

c) Escucha estratégica

No escuches para responder: escucha para entender.

d) Asertividad

Expresa tus necesidades con respeto y firmeza.

e) Flexibilidad

Aprende a ceder cuando sea necesario sin comprometer lo esencial.

f) Claridad en los acuerdos

Las mejores negociaciones terminan con definiciones concretas: quién hace qué, cuándo y cómo.



Pasos para una Negociación Efectiva

- ❖ Preparación previa.
- ❖ Presentación de la propuesta.
- ❖ Escucha y análisis de la contraparte.
- ❖ Generación de alternativas.
- ❖ Acuerdo final.
- ❖ Seguimiento.



Método spin

-El método SPIN es un tipo de técnica de ventas, desarrollada por el psicólogo inglés Neil Rackham en 1980 que consiste en una estructura para desarrollar tipos de preguntas que se deben hacer para cerrar una venta o acuerdo comercial.

-El método SPIN no sigue guiones rígidos para cada conversación de ventas. Lo que hace es enseñar a los representantes a realizar preguntas situacionales para mover a sus prospectos a través del embudo de ventas.



Método SPIN de Ventas



SITUACIÓN

Identificar una situación problemática



PROBLEMA

Indagar en las causas del problema



IMPLICACIÓN

Entender las implicaciones y consecuencias



NECESIDAD

Ofrecer las soluciones necesarias



A

Crear conciencia de marca o afiliación con su producto o servicio. Ya sea por redes sociales, publicidad o un blog.

I

Generar interés en los beneficios de su producto o servicio, y suficiente interés para alentar al comprador a comenzar a investigar más.

D

Producir un deseo por su producto o servicio a través de una 'conexión emocional', mostrando la personalidad de su marca. Mover al consumidor de "me gusta" a "quererlo".

A

Mueva al comprador para interactuar con su empresa y dar el siguiente paso, es decir, descargando un folleto, hacer una llamada, suscribirse a su newsletter, etc.



Habilidades blandas/soft skills.

- Hablamos de habilidades relacionadas con la inteligencia emocional, el pensamiento crítico, el liderazgo, la resiliencia o la gestión del cambio.
- Son rasgos de carácter y competencias interpersonales que determinan la forma en que cada persona interactúa y se relaciona con otros.
- Conocimientos interpersonales, son intangibles, más difíciles de evaluar, dan una ventaja competitiva y diferencian del resto.
- El diccionario inglés Collins define habilidades blandas como «las cualidades, deseables para ciertos trabajos e independientes del conocimiento adquirido, como el sentido común, el manejo de personas y una flexible actitud positiva».





ADAPTABILIDAD



AUTONOMÍA



ORGANIZACIÓN



COMUNICACIÓN



CREATIVIDAD



EMPATÍA



**GESTIÓN DEL
TIEMPO**



**INTELIGENCIA
EMOCIONAL**



LIDERAZGO



**PENSAMIENTO
CRÍTICO**



**RESOLUCIÓN DE
PROBLEMAS**



**TRABAJO EN
EQUIPO**

12

**habilidades
blandas**

necesarias en la vida académica y profesional

Consejos para cerrar el módulo.

1. Habla menos, comprende más

La clave de la buena comunicación no es hablar bonito:
es entender lo que el otro quiere decir.

Antes de responder, pregúntate:

“¿Realmente comprendí su mensaje?”

2. No asumas: verifica

La mayoría de los conflictos laborales nacen de suposiciones.

Siempre confirma:

lo que entendiste,

lo que se espera

los próximos pasos.

3. En negociaciones: prepara más de lo que hablas

El 70% del éxito en una negociación ocurre antes de sentarte a conversar.

Investiga, define límites y ten alternativas.

Llegar preparado transmite seguridad.



Consejos para cerrar el módulo.

4. Cuida tu tono: construye o destruye

Las palabras informan, pero el tono impacta emocionalmente.

Un buen profesional cuida:

- el volumen,
- la intención,
- la actitud detrás del mensaje.

5. Escucha sin interrumpir

Pausa. Respira. Deja que el otro termine.

Interrumpir es una forma de decir:

“lo que tengo que decir es más importante que tú”.

6. Separa a la persona del problema

En negociación o en conflictos:

Habla del tema, no de la persona.

Esto baja tensiones y abre caminos para resolver.



Consejos para cerrar el módulo.

7. Lleva preguntas, no discursos

Las preguntas bien hechas son herramientas poderosas como:

“¿Qué necesitas realmente?”

“¿Cómo podemos hacerlo mejor?”

“¿Qué te preocupa de esta decisión?”

Las preguntas desbloquean soluciones.

8. Acepta que no todos piensan como tú

Cada persona interpreta desde su historia, miedos, experiencias y valores.

Ser flexible y abierto multiplica tus posibilidades de acuerdo.

9. Di las cosas difíciles con respeto

Ser profesional no es evitar conversaciones incómodas,

es saber tenerlas sin herir, sin atacar y sin humillar.



Consejos para cerrar el módulo.

10. Practica la pausa estratégica

Antes de reaccionar impulsivamente:
detente tres segundos.

Ese pequeño espacio puede evitar:

-discusiones.

-malas decisiones.

-acuerdos dañinos.

11. Toma notas en reuniones

La memoria engaña. El registro no.

Tomar notas es una herramienta poderosa para evitar confusiones.

12. Cierra acuerdos por escrito

Una negociación no termina al decir “sí”.

Termina cuando todo está claro por escrito:

quién hará qué

cuándo

cómo

con qué recursos.

13. La comunicación también es un acto de amor propio

Comunicar bien te evita estrés, malentendidos, conflictos y desgaste emocional.

Negociar bien te protege de cargas injustas y de decisiones apresuradas.



Instrucciones:

El participante deberá desarrollar un informe breve (1–2 páginas) donde analice y resuelva el siguiente caso:

CASO:

Eres responsable de un pequeño equipo que debe entregar un informe en dos días. Al comunicar la instrucción, uno de los miembros no comprende completamente el alcance y entrega un resultado incompleto. Además, otro miembro del equipo solicita un cambio en su carga laboral porque considera injusta la distribución de tareas.

TU TAREA ES ANALIZAR Y RESPONDER:

- Identifica al menos 3 barreras de comunicación presentes en esta situación.**
- Describe cómo mejorarías la comunicación con tu equipo utilizando los elementos de comunicación efectiva.**
- Explica qué tipo de negociación utilizarías para resolver el conflicto sobre la carga laboral y por qué.**
- Propón un acuerdo final claro y medible que beneficie a todos.**



muchas
gracias!

