

Preparación de Asesores Coaches

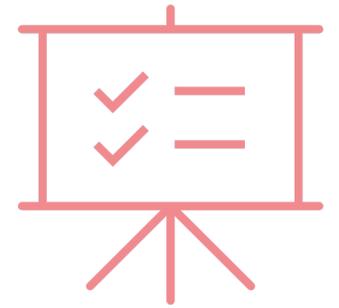
Sesión sincrónica 2



Bienvenida y agenda

Tema 3. Habilidades para la comunicación oral y no verbal

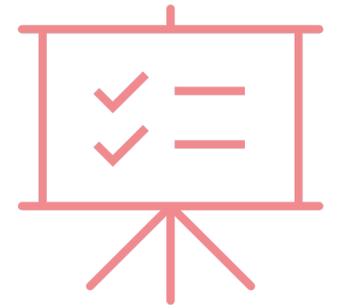
- | | |
|---------------------------|--------|
| 1. Lenguaje oral | 15 min |
| 2. Comunicación no verbal | 10 min |
| 3. Comunicación de apoyo | 10 min |
| 4. Práctica grupal | 20 min |
| 5. Cierre | 5 min |



Bienvenida y agenda

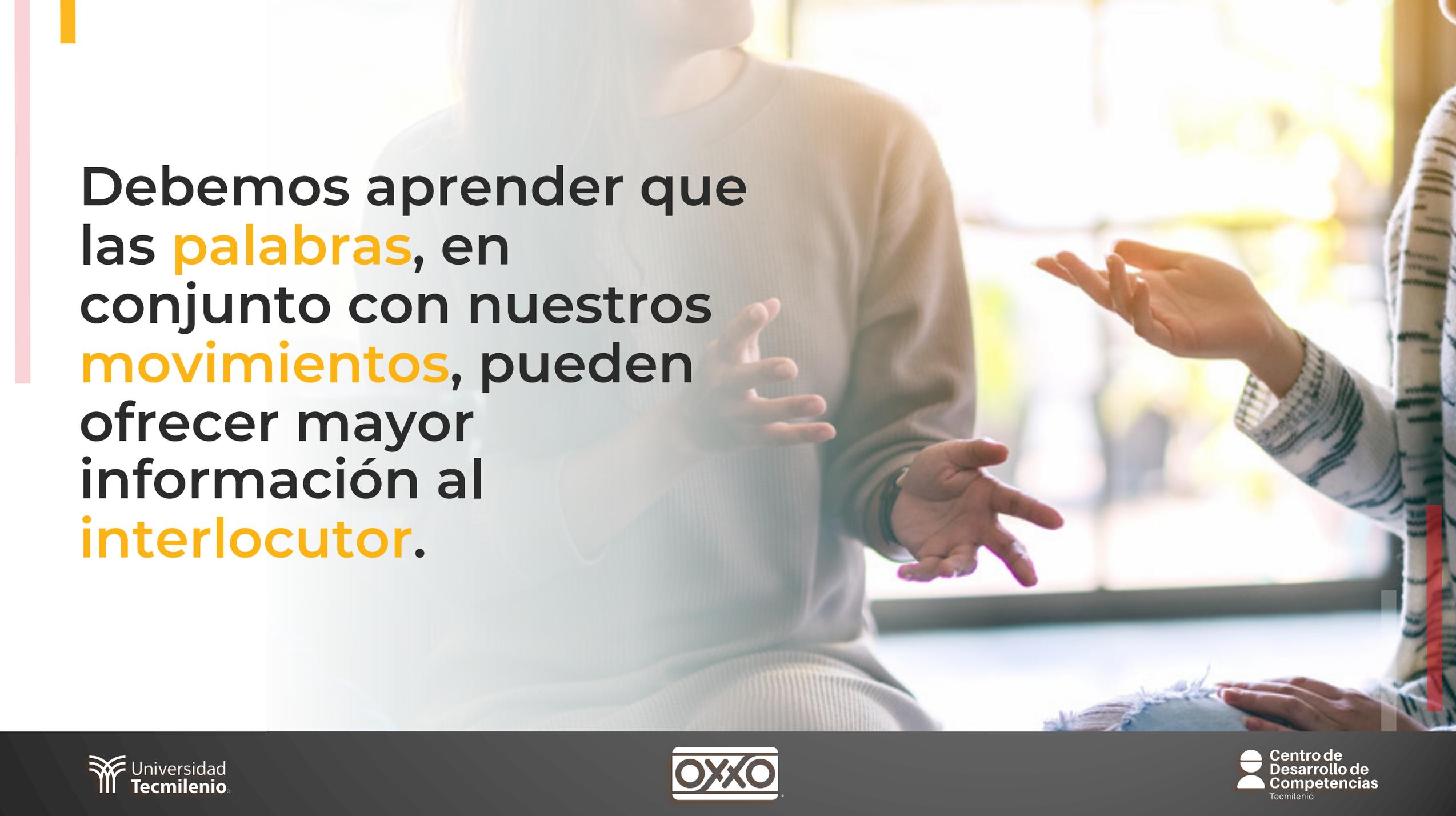
Tema 4. La comunicación estratégica

- | | |
|-----------------------------|--------|
| 1. Comunicación estratégica | 10 min |
| 2. Comunicación efectiva | 15 min |
| 3. Comunicación asertiva | 10 min |
| 4. Empatía | 10 min |
| 5. Comunicación persuasiva | 10 min |
| 6. Cierre | 5 min |



Tema 3.

Habilidades para la comunicación oral y no verbal



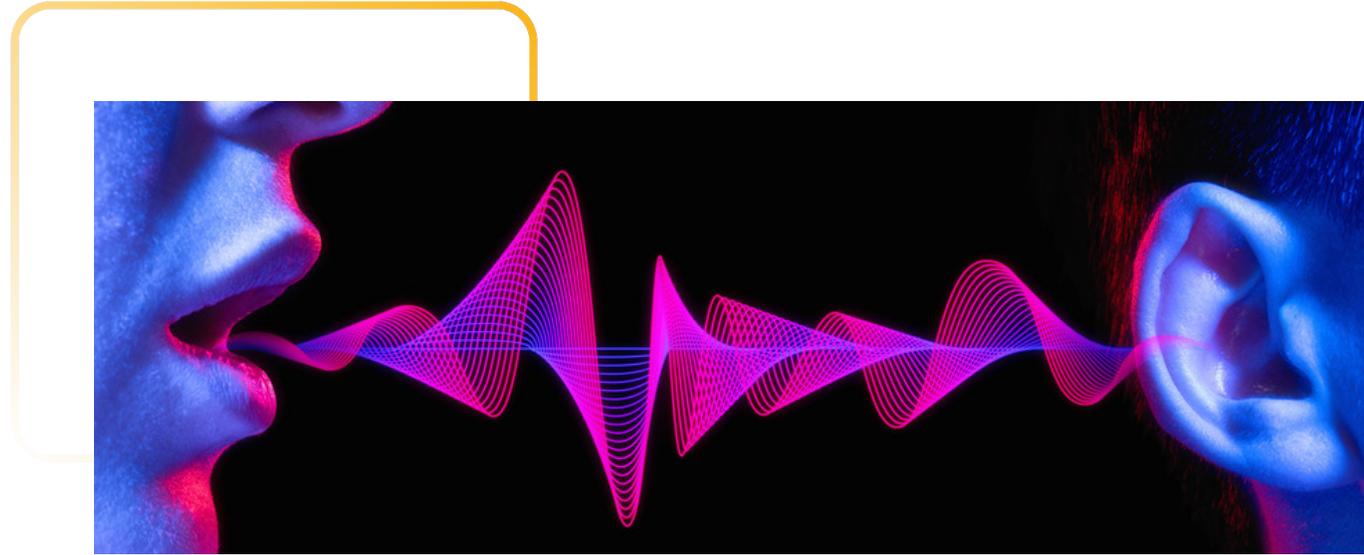
Debemos aprender que las **palabras**, en conjunto con nuestros **movimientos**, pueden ofrecer mayor información al **interlocutor**.

Lenguaje oral

Es una forma de comunicación que utiliza sonidos para transmitir un mensaje.

El ser humano utiliza los sonidos siguiendo una estructura gramatical, los cuales se convierten en palabras y oraciones.

Es efímero, ya que una vez que se pronuncian las palabras y cumplen su función, estas se desvanecen.



Calentamiento de la voz

Todo el cuerpo.

Estirar la zona de la cabeza y ensanchar los pulmones.

Respirar profundamente.

Ejercicios diafragmáticos.

Aflojar los labios.

Objetivo del lenguaje oral

Su finalidad es comunicar de manera rápida y directa.

Funciones del lenguaje

Función emotiva

Función representativa

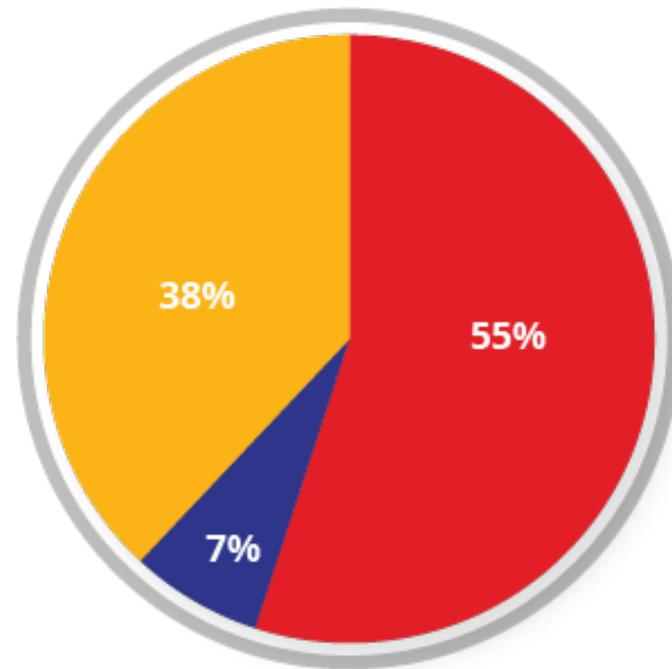
Función apelativa

Comunicación no verbal

En ocasiones, un gesto o un ademán dicen más que mil palabras. Por lo tanto, el lenguaje no verbal nos permite comunicarnos con el cuerpo al imprimir una connotación, sentimiento o intención a las palabras que usamos al hablar.



De acuerdo con el psicólogo alemán Albert Mehrabian, **la regla 7-38-55** rige la conversación en donde entran el juego, las emociones y el sentimiento.



- Lenguaje corporal (gestos, postura, mmirada).
- Verbal (palabras).
- Voz (volumen, tono, entonación).

Lenguaje corporal en un ambiente virtual

Mantener contacto visual.

Es indispensable ver de frente y con tus ojos hacia la cámara.

La expresión facial.

A través de la cara transmites tus emociones, por lo que puedes darle significado a lo que estás diciendo.

Gesticulación de las manos.

Considera utilizar tus manos y mostrarlas a la cámara para enfatizar y dar confianza.

La postura corporal.

Tu postura debe estar derecha para generar confianza.

Proximidad.

Cuando te acercas a la cámara generas mayor empatía.

Comunicación de apoyo

La comunicación de apoyo valida el esfuerzo de los colaboradores, ya que, aunque el conflicto persista, se puede reconocer al equipo por querer solucionarlo.

Debes ser específico en lo que quieres resolver para atender la situación sin poner en riesgo la relación interpersonal.



Comunicación de apoyo

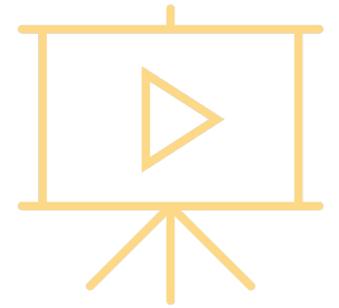


Fuente: Ramos Suriano Ana Lidia. (2020, 13 de julio). *Comunicación de Apoyo* [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=CeNOPIjfxfM>

Práctica grupal

Tomando en cuenta los métodos básicos del lenguaje visual mientras estamos frente a una audiencia virtual, realiza lo siguiente:

1. Elabora un video de manera individual (de máximo 1 min) en donde selecciones un tema del lenguaje corporal y utilices los métodos básicos del lenguaje visual mientras estás frente a un público virtual.
2. Comparte tu video con tu equipo de trabajo y escucha a tus compañeros.
3. Responde la siguiente pregunta: ¿Que descubrí de mí?



Cierre

¿Has intentado comunicarte con tu equipo sin lograr una conexión? El mensaje mismo lleva una carga emocional que puede ser interpretada por el sonido de la voz y por el movimiento de nuestro cuerpo, lo cual asegura la información.



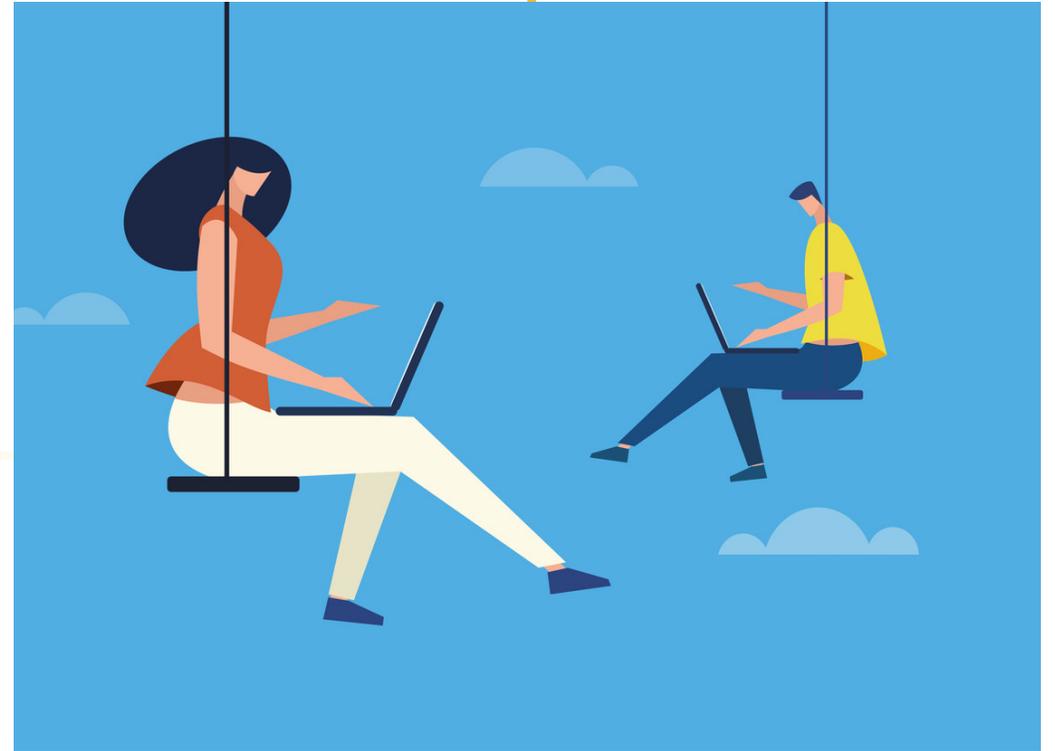
Receso

Tema 4.

La comunicación estratégica

Comunicación estratégica

La comunicación estratégica va más allá del lenguaje oral y no verbal, la cual también incluye a la comunicación digital. Esto implica reflexionar sobre cómo entendemos la información y la forma de transmitir los mensajes.



Comunicación efectiva

Aunque en la escuela nos enseñaron matemáticas, historia, geografía, etc., nunca nos enseñaron cómo comunicarnos correctamente.

A saber, todos los mensajes pueden ser comprendidos si se transmiten claramente. Por ende, si tus mensajes no son claros la otra persona no entenderá lo que deseas comunicar.



Comunicación efectiva



La **escucha** es la característica muy importante para conectarnos con nuestro entorno, ya que es el punto de conexión en donde dos o más personas convergen.

No obstante, nuestro cerebro está bombardeado por muchos estímulos. Por lo tanto, no está diseñado para realizar muchas tareas simultáneas.



**¿Qué tan importante
es la comunicación
para ti?**

Comunicación asertiva

Una buena comunicación implica que no solo pongas tus oídos a disposición del otro, sino toda tu atención, presencia y ser.

Tu interlocutor solo recibirá el mensaje si lo dices con convicción. Aquí es donde muchas personas no logran lo que quieren, pues sus mensajes no son poderosos.



La comunicación asertiva se basa en nuestra actitud, esta debe de ir enfocada a lo positivo, ya que nuestras relaciones son importantes para el fortalecimiento de las empresas, esto es, expresar nuestras opiniones, evitando calificaciones, reproches y enfrentamiento o conflictos.

(Universidad de San Buenaventura Medellín, 2020)



Empatía



Esta hace que la unión entre las personas sea posible, ya que te permite crear un puente entre tu mente y la mente de los demás, por lo que los mensajes convergen en un punto medio.

El poder de la empatía



Fuente: Alejandro Toro. (2013, 17 de diciembre). *El poder de la empatía — Subtitulado español* [Archivo de video]. Recuperado de https://youtu.be/hRE6P_FY2rE

Comunicación persuasiva

¿Qué es persuadir? De acuerdo con Rockcontent (2019), es la capacidad de conseguir “mediante palabras, sentimientos o razonamientos” que una persona actúe o haga algo que tú desees en una situación y momento determinado.



Elementos para tener una comunicación persuasiva:

Intenta persuadir acerca del problema antes de la solución.

Recoge inteligencia. Es más fácil persuadir cuando entiendes los dolores de la otra persona.

La persuasión se logra cuando la razón justifica a la emoción. Por ende, emociona vendiendo aspiraciones.

Utiliza tonalidades, mismas que tienen la capacidad de generar emociones.

Se mantiene un balance entre lo superlativo y lo realista.

Ubica al receptor en un estado mental positivo, obligándolo de cierta forma a que te responda con un "sí".

Realiza pausas activas para conectar con el receptor.

Utiliza el principio de la reciprocidad. Cuando haces algo por otras personas, es normal que quieran devolver el favor.

La persuasión es el resultado de la confianza: muestra relaciones en el proceso, expertise y consistencia.

Cierre

La comunicación estratégica consiste en relacionarse con interlocutores relevantes para lograr los objetivos estratégicos, por lo que debemos comprender los temas básicos sobre cómo nos comunicamos.



¡Gracias por
tu atención!



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 académicos y didácticos, por lo que no existen fines de lucro, relación publicitaria o de patrocinio.

Todos los derechos reservados @ Universidad Tecmilenio

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 material a su computadora personal para uso exclusivamente personal 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.