COMUNICACIÓN EFECTIVA

MÓDULO 3.1

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ
ΙΚΥ

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Por qué estamos aquí hoy / Excepciones

- Las habilidades de comunicación ayudan en la mayoría de los aspectos de nuestra vida, desde lo profesional hasta lo personal.
- Desde el punto de vista de cualquier negocio, la buena comunicación muchas veces es la razón de toda transacción exitosa.
- Las habilidades de comunicación en los negocios se utilizan ampliamente para hacer redes, hablar en público, negociar negocios, contar historias.
- Las grandes habilidades de comunicación se pueden aprender y desarrollar en la práctica diaria.

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ ΙΚΥ
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

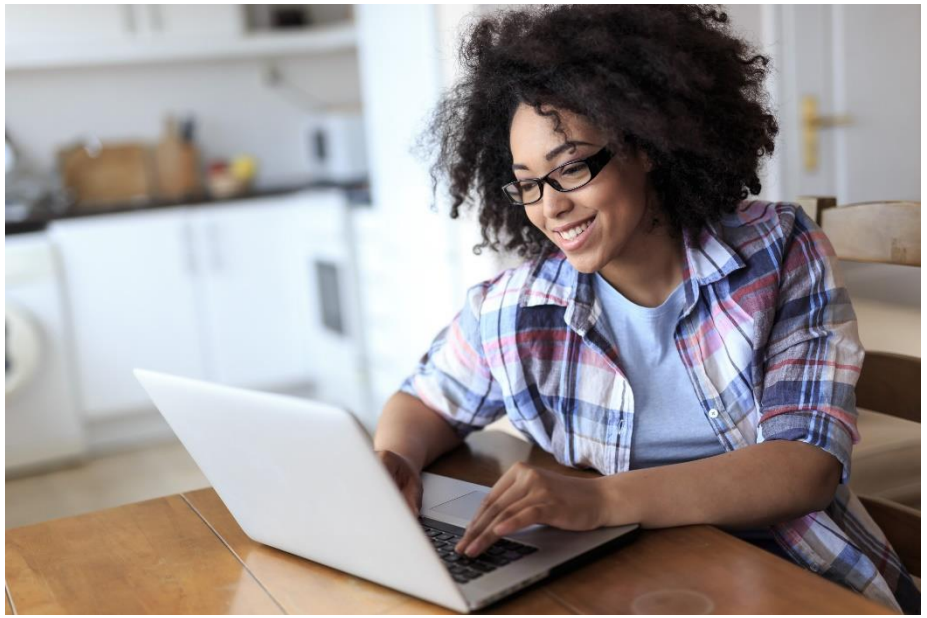
Lista de temas
(como en el plan de estudios/ parte teórica)

- ¿Qué es la comunicación efectiva?
- Cómo hablar en público
- Técnicas básicas de negociación
- El storytelling como forma de comunicación empresarial
- Actualización de la comunicación para la „comprensión de la economía circular“ y la „narración de la economía circular“

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ ΙΚΥ
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Puntos de aprendizaje
(como en el plan de estudios/ parte teórica)

- Inspirar y entusiasmar a las partes interesadas relevantes
- Obtenga el apoyo necesario para lograr resultados valiosos de la comunicación efectiva
- Demostrar comunicación efectiva: hablar en público, persuasión, negociación y narración de historias.



ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ ΙΚΥ
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

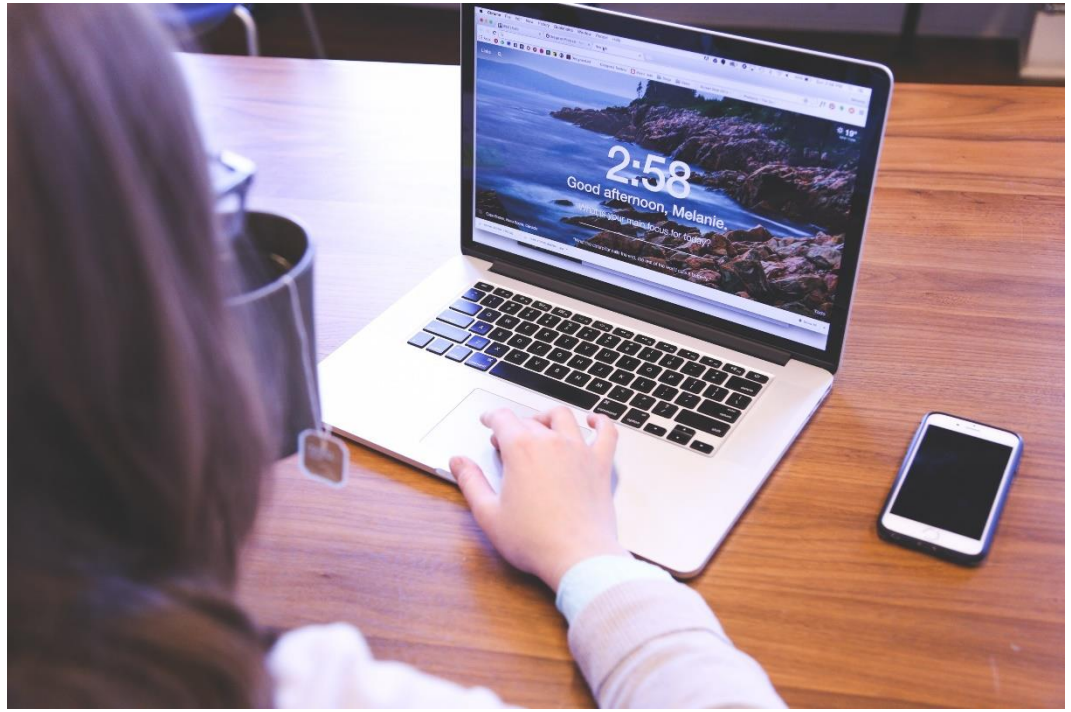
Principales actividades/estructura de la sesión(teórico, práctico,…)

- Alrededor de 20 minutos de presentación de los antecedentes teóricos.
- Respuestas a preguntas 10 min.
- Actividad 1: Presente su idea de negocio - Taller de 60 minutos para hablar en público.
- Resumen- 10 min.
- Actividad 2: Negocia el problema de tu negocio- Taller de 60 min.
- Resumen- 10 min.
- Actividad 3: Imagina tu historia empresarial inteligente- 60 min. taller de narración.
- Sesión de recapitulación- 10 min.

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ IKY
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

¿Qué se espera que produzca
(lista de resultados concretos)

- Experiencia práctica en hablar en público.
- Un pitch para presentar tu idea de negocio
- Plan de negociación del asunto empresarial
- La historia de la visión y misión de su negocio inteligente



ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ ΙΚΥ
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Resumen de la parte teórica

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

El concepto de comunicación

- ***Comunicación efectiva***es un proceso bidireccional que implica el envío y la recepción de información relevante.

- El proceso exitoso implica la***transmisión***de información completa y su contexto a los receptores; y recibiendo***de información requerida***y sus significados de los remitentes en la configuración global.

Bhatti, Ahsan, 2021

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

El concepto de comunicación

- La comunicación efectiva es un proceso de***verbal***y***información no verbal***intercambiar, y ayuda a intercambiar información y datos, y a expresar opiniones, necesidades, emociones, deseos y miedos.

Bhatti, Ahsan, 2021

La comunicación no eres tú, hablando. La comunicación es mucho más que eso. ***esta en comunion***,**esta escuchando**tanto como hablar, es encontrarse con la otra persona o el actor, no en algún medio que nosotros determinemos, sino en todo el camino donde vive. Y escuchando cómo llegaron a su lugar, hasta que comprendamos verdaderamente, profundamente.

Murray, D., 2021. La comunicación no ayuda. ¿Por qué? Prorhetoric.com/discursos-vitales-del-dia

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ IKY

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Comunicación efectiva con los empleados.

www.hrcloud.com

La comunicación efectiva está orientada a:

- Atender Consultas de los Empleados;
- Generar Espíritu Comunitario;
- Generar confianza;
- Motivar a los empleados.

Los indicadores de la comunicación efectiva son:

- Compromiso de los empleados;
- Participación y compromiso de los empleados;
- reducción de la incertidumbre;
- Seguridad en el empleo;
- Adición de comentarios.

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ ΙΚΥ

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Comunicación efectiva a través del cambio organizacional

Se debe utilizar una comunicación significativa:

- Informar a los miembros de la organización sobre el cambio y cómo ese cambio alterará el trabajo del individuo;
- crear una comunidad que aumente el compromiso, la confianza y la identificación con la organización y la gestión;
- Informar y educar a los empleados en todos los niveles y motivarlos a apoyar la estrategia.
- Incidir en los sentimientos de certeza y seguridad laboral.

Comunicación efectiva a través de etapas de cambio:

Comunicarse durante la 'etapa de descongelamiento'

Comunicarse durante la 'etapa de movimiento'

Comunicarse durante la 'etapa de recongelación'

Zareen, H. La comunicación efectiva genera un cambio organizacional exitoso.*La revisión de negocios y administración*, 2013, vol. 3 núm. 2, pág. 43-50

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ IKY

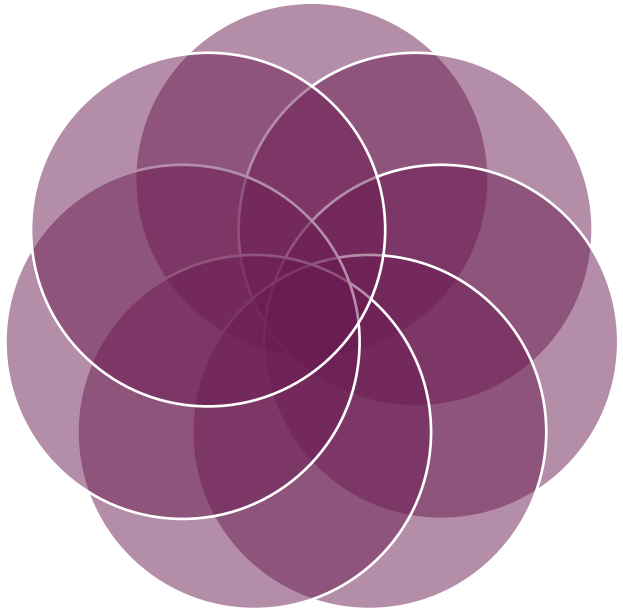
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Los elementos de una comunicación efectiva.

Escucha activa

Elegir el medio correcto

Conciencia



Mente abierta

Lenguaje corporal

Respeto

Confianza

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ ΙΚΥ

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

construcción de discurso

Principales aspectos de un discurso.	Consejos para oradores principiantes
Contenido	Seleccione el tema, identifique los puntos principales que se cubrirán, reúna hechos y cualquier otra evidencia disponible para respaldar los puntos principales y transmitir el mensaje central a la audiencia.
Estructura	Considere tanto la estructura general del discurso como la estructura de la información que se entregará.
Desarrollando el cuerpo	El mensaje está en el cuerpo. Incluya de tres a cinco puntos principales para apoyar o explicar el tema principal de una presentación.
Desarrollando la Introducción	Una buena introducción hace lo siguiente: llama la atención, revela el propósito, establece la credibilidad, establece una buena relación, proporciona la hoja de ruta del discurso.
Desarrollando una Conclusión Fuerte	Debe cerrar el círculo abierto por la introducción. La conclusión debe repasar y reiterar los puntos principales que se han cubierto, también tocar nuevamente los intereses de la audiencia a la que se sirve. Esto motiva a la audiencia a recordar y utilizar la información.

Marshall H. Breeze, Rick D. Rudd, Gregory T. Gifford y Catherine W. Shoulders, 2011

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ IKY

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Consejos para principiantes en hablar en público

- No te compares con los demás al principio.
- Cuando hable, concéntrese en su mensaje o historia, no en usted mismo, su desempeño o lo que otros puedan decir sobre su discurso.
- No tengas miedo de cometer errores.
- Se consistente. Encuentre oportunidades para hablar regularmente.
- Haz esfuerzos para salir de tu zona de confort. Establece estándares altos para ti mismo a medida que progresas.

Jia-Jones, revista KK HR Professional, 2012

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ ΙΚΥ

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Las 5 etapas de la negociación

Preparación: metas, oficios, investigación, alternativas, relaciones, resultados esperados, consecuencias, poder, posibles soluciones

Discusión, construcción de relaciones.

Objetivos claros, primera oferta

Negociar hacia un resultado de ganar-ganar

Convenio

http://live-canvas.eu/en/learning-area/full/24/6/1/etapas-en-negociación

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ ΙΚΥ
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Habilidades de negociación

Mejor alternativa a un acuerdo negociado(BATNA) es lo que les queda a los negociadores cuando no logran llegar a un acuerdo negociado.

Estrategia de negociación distributivaLa estrategia más común a la que está acostumbrado el negociador desinformado suele caracterizarse como un enfoque de ganar-perder o de pastel fijo. Los negociadores distributivos están ansiosos por ganar a expensas de la otra parte. La negociación distributiva implica negociar con un enfoque en la propia posición en lugar de los problemas subyacentes que cada parte valora.

negociación integradoraes un enfoque de negociación de ganar-ganar o pastel expansivo. Los negociadores integradores se enfocan en los problemas u objetivos subyacentes que son importantes para ambas partes, en lugar de posiciones rígidas.

Beenen, G., Barbuto, JE

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ IKY

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Narrativa para empresas

Las historias son memorables, fáciles de entender y establecen un terreno común con otras que crean credibilidad.
Las historias nos ayudan a dar sentido a lo que somos, de dónde venimos y lo que queremos ser.
Storytelling ya ha sido reconocida como una excelente herramienta de negocios en muchas áreas de la organización: para introducir cambios, gestión de cambios, comunicación, gestión de diseño, liderazgo y aprendizaje organizacional.

www.GoNarrative.com

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Habilidades de narración

- Contar una historia convincente es la forma de generar credibilidad para usted y sus ideas.
- Es cómo inspiras a una audiencia y diriges una organización.
- Ya sea que necesite ganarse a un colega, un equipo, un ejecutivo, un reclutador o toda la audiencia de una conferencia, la narración efectiva es clave.

Gothelf, J. Storytelling puede hacer o deshacer su liderazgo. https://hbr.org/2020/10/storytelling-can-make-or-break-your-leadership

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ IKY
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Comunicación para la “comprensión de la economía circular”

La comunicación corporativa juega un doble papel en la sostenibilidad:
1) las empresas informan sobre su desempeño en sostenibilidad;
2) la comunicación corporativa debe estar orientada a apoyar los esfuerzos de sostenibilidad de una empresa.

Consideraciones sobre el contenido, las formas y los procesos de la comunicación sostenible:

1. El diseño sustentable de la naturaleza física y energética de la respectiva forma de comunicación.
2. La comunicación debe versar sobre productos y servicios cuyo uso de recursos se mueva dentro de límites sociales y ambientales y que se consideren particularmente eficientes.
3. La información debe diseñarse de tal manera que atraiga la atención de los destinatarios hacia productos y servicios sostenibles. En el plano social, esto exige que la atención de los destinatarios sea reconocida como un recurso cada vez más escaso. También significa que demasiada información es un factor de riesgo para el bienestar mental.

Bittner-Fesseler, A., Weicht, JF. Más allá de la comunicación sobre sostenibilidad: comunicaciones corporativas integradas en la sostenibilidad. Revista de Innovación Estratégica y Sostenibilidad, 2020

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ IKY
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Principios de la economía circular para la comunicación de marketing

Principios de una economía circular que utilizan las empresas para explorar sus comunicaciones de marketing con los clientes a través de sus

- **Longevidad-**fomentar el uso prolongado o resistir la obsolescencia;
- **Arrendamiento-**ralentizar el ciclo proporcionando acceso sobre la propiedad;
- **Reutilizar-**uso prolongado o posponer la obsolescencia a través de la extensión de la vida útil del producto;
- **Reciclaje-**recuperación, o revirtiendo la obsolescencia a través de la extensión de la vida útil del material.

https://urbact.eu/storytelling-powerful-tool-quest-circular-economy

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ ΙΚΥ

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Visión general de la parte práctica

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Lo que vamos a lograr hoy

- Durante la sesión práctica utilizaremos las pocas herramientas para situaciones prácticas de la vida personal del emprendedor y del día a día del quehacer empresarial.
- Los métodos de capacitación incluyen hablar en público, negociar, contar historias para obtener las habilidades necesarias de comunicación empresarial.
- Como resultado del módulo, tendrá un discurso para presentar su idea de negocio.
- Se preparará un plan de negociación para resolver un problema comercial.
- La misión de su empresa, que se representará a modo de narración de historias, finalizará la sesión práctica.

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ IKY
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Hablar en publico

- La actividad diseñada para adquirir habilidades prácticas para hablar en público. Como la comunicación oral efectiva en los negocios es invaluable, la sesión ayudará a practicar el pitching empresarial.
- Las tres etapas de la actividad implican: establecer el propósito de un discurso, construir el esquema del mismo y la experimentación práctica de dar un discurso en dos roles: como presentador y como oyente.
- Los comentarios y otras recomendaciones concluirán la sesión.

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ ΙΚΥ
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Negociar un asunto de negocios

- Esta tarea se asigna para que los participantes tengan la experiencia y las habilidades de gestión para negociar diversos asuntos comerciales.

- El método de juego de rol está en el centro de la actividad.

- Durante la actividad los participantes obtendrán:

- una experiencia de planificación y gestión del proceso de negociación;
- comprender el papel de BATNA para el éxito de la negociación;
- la utilidad de los acuerdos realizados mediante una estrategia distributiva y/o integradora.

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ ΙΚΥ

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Imagina tu historia empresarial inteligente

- La forma de contar historias es una clave eficaz para llegar a nuestro público objetivo, para generar credibilidad en los negocios.
- La sesión práctica incluye una tarea de convincente historia empresarial valiosa, basada en los valores del negocio, reflejando los ángulos de la sostenibilidad.
- La revisión de la misión empresarial forma parte de la actividad ya sea como punto de partida o como etapa final de la actividad.

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ IKY

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union