

# Claves para una comunicación efectiva



# ¿Qué es la comunicación efectiva?

La comunicación efectiva es un tipo de comunicación que consiste en compartir ideas, pensamientos, conocimientos e información de la forma más comprensible posible para el receptor del mensaje. El objetivo es que el emisor y el receptor interpreten el mismo significado. De esta manera, se evitan dudas y confusiones, y, a su vez, se cumplen las expectativas sobre lo que se ha transmitido.

## Características

- 1 Es fácilmente comprensible:** la comunicación es efectiva cuando el receptor del mensaje logra comprender la información sin complicaciones, y, además puede recordarla y actuar en función de ella. Todo ello gracias a la claridad, empatía y escucha activa.
- 2 Proporciona información concisa:** la información que se transmite a través de la comunicación efectiva debe ser precisa y completa. Esto evita cualquier tipo de dudas, confusiones o posibles interpretaciones equivocadas por parte del receptor.
- 3 Es de interés para el receptor:** el mensaje es motivador e interesante para los que lo reciben.
- 4 Es objetiva:** la información transmitida por el emisor debe ser veraz, auténtica y lo más imparcial posible. Esto transmite confianza y genera credibilidad.

# ¿Qué es la comunicación efectiva?

## Factores clave



**Claridad**



**Propiedad**



**Precisión**



**Comunicación no  
verbal**



**Feedback**



**Escucha activa**



**Empatía**



**Respeto**



**Interés**



**Objetividad**



**Flexibilidad**



**Receptividad**

# Elementos clave de la comunicación

**Emisor:** persona que produce y envía el mensaje.

**Receptor:** persona que recibe e interpreta el mensaje.

**Código:** conjunto de reglas y signos que utiliza el emisor para producir su mensaje. Para que la comunicación sea efectiva, el receptor debe conocer e interpretar el código.

**Canal:** medio físico a través del que se transmite el mensaje.

**Mensaje:** concepto que se comunica. Es formulado y enviado por el emisor y recibido e interpretado por el receptor.

**Situación:** contexto en el que el emisor transmite su mensaje y en el que el receptor lo recibe.

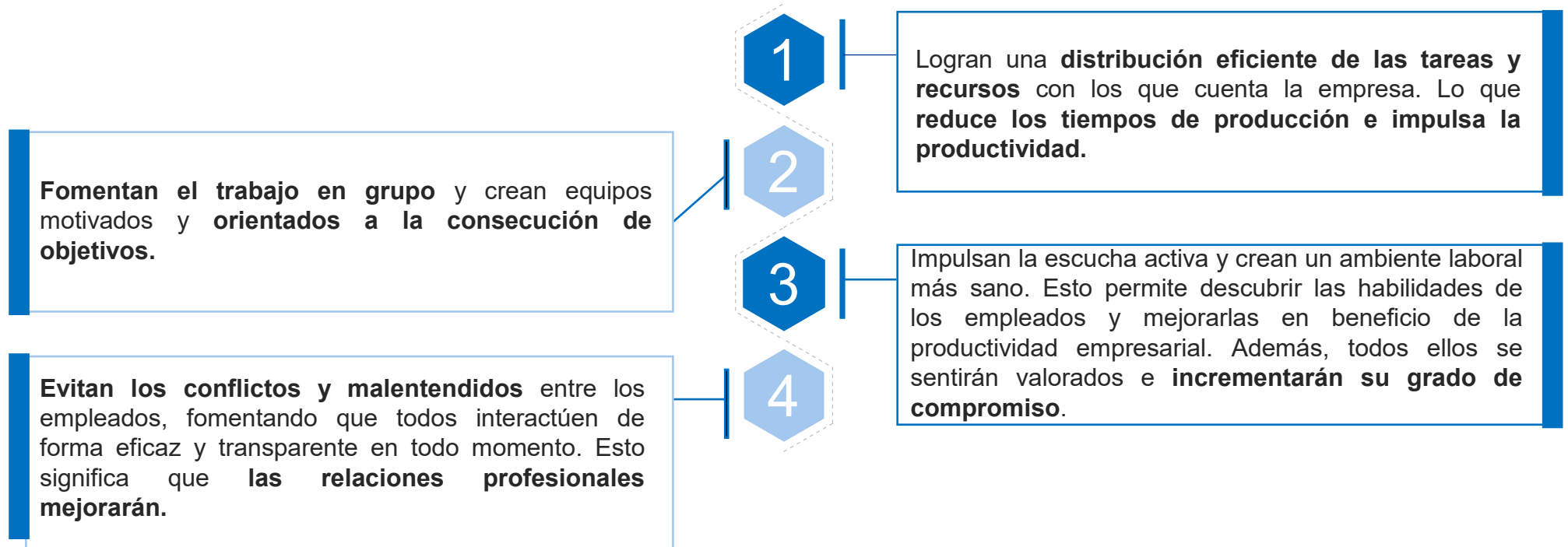
**Ruido:** interferencia que afecta a alguno de los elementos que intervienen en el proceso de comunicación.

# Barreras en la comunicación



# Ventajas de la comunicación

La comunicación efectiva desempeña un papel esencial en el éxito empresarial. Las empresas que forman a sus empleados en aspectos vinculados a la comunicación obtienen las siguientes ventajas:



Mientras que, aquellas empresas que le quitan importancia al desarrollo de las habilidades de comunicación fomentan la creación de un **ambiente laboral tenso** y, en consecuencia, un **descenso de la productividad.**

# Agentes beneficiados

**1 Líderes de las empresas:** a través de una comunicación efectiva pueden transmitir sus conocimientos y experiencia, que inspiran a sus trabajadores y generan confianza.



**2 Vendedores:** la comunicación efectiva les permite generar confianza que conduce al compromiso y fidelidad de sus clientes.



**3 Gerentes:** la comunicación efectiva les permite crear cohesión dentro de sus equipos de trabajo para alcanzar sus objetivos y aumentar la productividad.



**4 Representantes de servicio al cliente:** la comunicación efectiva contribuye a mejorar la calidad de servicio al cliente y ayuda a los representantes a transmitir los mensajes de forma clara.



# Comunicación formal e informal

La **comunicación efectiva de tipo formal** se utiliza, en las empresas, para transmitir **órdenes e instrucciones de manera profesional, teniendo en cuenta los niveles jerárquicos establecidos y los protocolos establecidos** en las mismas. En este caso, es la propia entidad la que establece cuál es el protocolo habitual de expresión de mensajes formales y refleja el tipo de vínculo formal que tienen los protagonistas del proceso comunicativo. Además, el guion de expresión formal presenta un esquema asociado a los trámites indicados para cada caso. Esta comunicación puede llevarse a cabo tanto en un diálogo presencial como en un soporte escrito.

Formal

La **comunicación efectiva informal** se utiliza entre personas que tienen la necesidad de **comunicarse de manera rápida y eficaz, sin la necesidad de seguir algún tipo de protocolo establecido.**

En este caso, el guión de expresión informal se completa con información procedente de aquellos datos que surgen de forma directa en la convivencia cotidiana durante el tiempo de oficina. Todo ello, contribuye a la creación de un equipo coordinado a partir del conocimiento que cada uno tiene de los demás.

Informal



# Comunicación formal e informal

## Ascendente

La comunicación efectiva también incluye la **transmisión de mensajes hacia arriba**, es decir, **de los empleados a los gerentes comerciales, líderes empresariales o su responsable directo**. Es posible visualizar esta dirección a través de la visualización del organigrama de la entidad.

En este tipo de comunicación, un subordinado lleva una información a aquellos profesionales que desempeñan un puesto de mayor responsabilidad.



## Descendente

Este tipo de comunicación es el caso contrario a la comunicación ascendente. La **transmisión de mensajes se produce desde arriba hacia abajo**, es decir, **cuando los directivos de una empresa dan información a los empleados**.

Cuando un líder mantiene una reunión importante con su equipo para abordar un asunto específico, el tipo de argumentación que se utiliza, y que lleva el formato de una indicación clara que es trasladada al grupo de trabajo, favorece el mapa empresarial en términos de palabra, escucha, empatía y comprensión. En consecuencia, los empleados realizarán su labor con mayor autoconfianza.

# Comunicación horizontal

Este tipo de comunicación efectiva se produce entre **personas que forman parte de un mismo nivel jerárquico** para transmitir mensajes que faciliten la toma de decisiones. Por lo tanto, puede darse a todos los niveles, siempre y cuando no haya una relación de autoridad entre ellos. Esto quiere decir que **la comunicación horizontal transita de forma lateral**.

Por medio de este tipo de colaboración, los responsables de un proyecto pueden avanzar en la consecución de un objetivo común, ya que aunque formen parte de distintos departamentos tienen la misma posición jerárquica.

01

Un ejemplo de ello podría ser cuando el director de un departamento tiene un encuentro con los compañeros de otras áreas de la misma empresa.

02

Otro ejemplo sería un correo electrónico entre dos compañeros del departamento de Ventas sería una comunicación horizontal o una llamada entre el CCO (Chief Communications Officer) y el CIO (Chief Information Officer).

# Técnicas de comunicación



Claridad y  
concisión

Uso de la voz

Historias, ejemplos y  
preguntas retóricas

Preparación y  
apoyos visuales

- 1 Claridad y concisión:** las ideas emitidas deben ser claras por medio de palabras entendibles y coherentes para evitar posibles interpretaciones erróneas.
- 2 Uso de la voz:** es necesario mantener un nivel y un tono de voz acorde a la situación en la que se encuentre el emisor, hablar con claridad y seguridad y controlar el ritmo y la respiración.
- 3 Historias, ejemplos y preguntas retóricas:** emplear historias reales, ejemplificar los conceptos y realizar preguntas permiten mantener activo e interesado al receptor.
- 4 Preparación y apoyos visuales:** una vez se sabe de lo que se va a hablar o defender, es fundamental que preparar el discurso. No se aconseja improvisar, por ello, hay que prepararse con tiempo para estar seguro de uno mismo y hablar de forma fluida. Además, resulta clave utilizar una presentación visual que sirva de apoyo.

# Técnicas de comunicación no verbal



Lenguaje corporal

Expresiones faciales

Contacto visual

Espacio adecuado

- 1 Lenguaje corporal:** este punto implica que, tanto los movimientos del cuerpo como la postura del mismo, deben apoyar y enriquecer las ideas que se están comunicando o escuchando.
- 2 Expresiones faciales:** la gesticulación es una de las expresiones más directas de comunicación. Evitar hacer algún gesto negativo ayuda a no alterar el objetivo central de la conversación.
- 3 Contacto visual:** la mirada es una de las mayores expresiones del cuerpo. Mantener un contacto visual muestra interés y seguridad hacia la otra persona.
- 4 Espacio adecuado:** es importante no ser demasiado expresivo, ser naturales y hacer uso del espacio disponible, de forma contrario es posible que el receptor se distraiga.

# Técnicas persuasivas y de argumentación comercial



Conocer a la audiencia

Evidencia y datos

Conexión emocional

Llamada a la acción

- 1 Conocer la audiencia:** es fundamental conocer quién es tu público para lograr saber la razón por la cual se quiere influir en ellos, cuáles son sus necesidades, sus puntos fuertes, sus puntos débiles y qué acciones se esperan que llevar a cabo.
- 2 Evidencia y datos:** cuando se argumenta, de lo que se trata es de utilizar el razonamiento lógico de un modo que permita demostrar las conclusiones. Los datos son los hechos materiales que sostienen a la argumentación. Corresponderían a las pruebas que la sustentan
- 3 Conexión emocional:** conocer al público permite empatizar con él y establecer una conexión emocional que nos acerque a nuestro objetivo de persuasión.
- 4 Llamada a la acción:** es importante guiar al público para que realicen la acción que deseamos.

# Técnicas de retroalimentación y escucha activa



Evitar interrumpir

Escuchar sin emitir  
juicio

Parafrasear y resumir

Hacer preguntas  
específicas y abiertas

1

**Evitar interrumpir:** resulta clave dedicar toda la atención y energía a lo que dice la otra persona para entender. Interrumpir no es algo que conviene hacer cuando se está escuchando de manera activa para entender.

2

**Escuchar sin emitir juicio:** el hecho de emitir juicio hace referencia a cualquier pensamiento, positivo o negativo, que surja con respecto a lo que dice otra persona. Cuando se generan estos pensamientos internos, inherentemente se está poniendo atención en lo que uno piensa en lugar de lo que la otra persona dice.

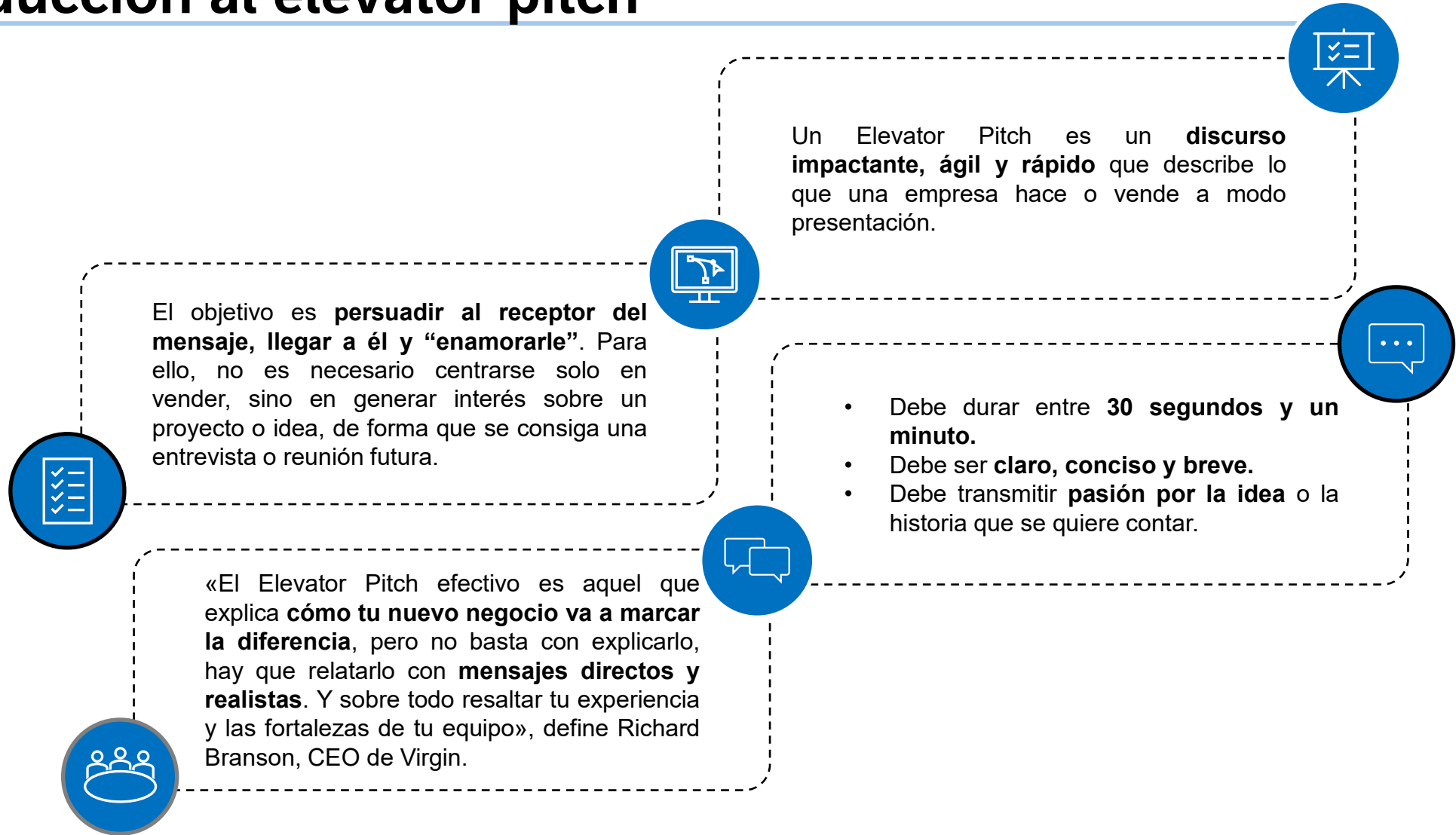
3

**Parafrasear y resumir:** parafrasear ayuda a asegurarse de que se entendió lo que la otra persona estaba tratando de expresar. Si al parafrasear falta algo que la otra persona intentaba comunicar, lo puede aclarar y, posteriormente, profundizar en la conversación.

4

**Hacer preguntas específicas y abiertas:** es importante demostrar que se ha conectado con el emisor haciendo preguntas específicas y abiertas sin emitir un juicio de valor propio a esas preguntas.

# Introducción al elevator pitch



# Estructura del elevator pitch

**Problema:** plantea una visión general del sector o industria en los que se desarrolle el proyecto y cuáles son las necesidades actuales.



**Solución:** hay que dejar claro quién eres y de qué eres capaz.



**Diferenciador:** es la oportunidad de demostrar tu valor diferencial; esa habilidad o talento que otros no tienen, por los cuales deberían invertir en ti o tu proyecto.



**Cierre:** incentiva a la inversión o acción de forma atractiva y convincente.



**Competencia:** muestra que estás informado muy bien de lo que haces, pero también de lo que tus competidores hacen.



Consejos



Opiniones o testimonios



Historia de éxito o lema





# Pasos para elaborar un elevator pitch



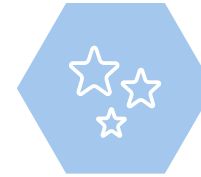
## Preséntate

De forma sintética y elaborando un guión para ordenar las ideas. Hay que **presentarse brevemente** (nombre, empresa y puesto). Comparte la información mínima acerca de tu persona; conforme el trato avance, te ganarás el derecho a decir más sobre ti.



## Desarrolla el mensaje, modelo de negocio, idea o presentación

Incluye una sección donde **presentes tu empresa**. Cuanto más conozcas acerca del negocio, te será más sencillo expresar tus puntos al respecto.



## Destaca la propuesta de valor

¿Qué hace tu empresa de manera tal que diferencie tu producto o servicio de la competencia? Redacta una o dos frases sobre **el valor que tu producto o servicio ofrece a los clientes actuales**.



## Añade un gancho, lee y edita el discurso

Atrae a tu audiencia con una **historia emocionante** sobre un cliente o acerca de los fundadores de la compañía. Un gancho llamativo hace que las personas se emocionen con lo que dices.  
  
Lee tu discurso en voz alta y asegúrate de que suene **natural**.

# Ejemplo de un elevator pitch

