
Módulo de Aprendizaje 7

Comunicación & Negociación



Definición EQF

Conocimientos

- Conocimiento fáctico y teórico en contextos amplios dentro de la Comunicación (definición, objetivos, tipos, procesos, elementos, principios, usos, medios) y Negociación (definición, características, tipos, procesos, etapas, barreras, estrategias, tácticas, habilidades).

Habilidades

- Habilidades cognitivas y prácticas requeridas para generar soluciones a problemas específicos en Comunicación (principios de comunicación efectiva) y Negociación (estrategias, tácticas, habilidades)

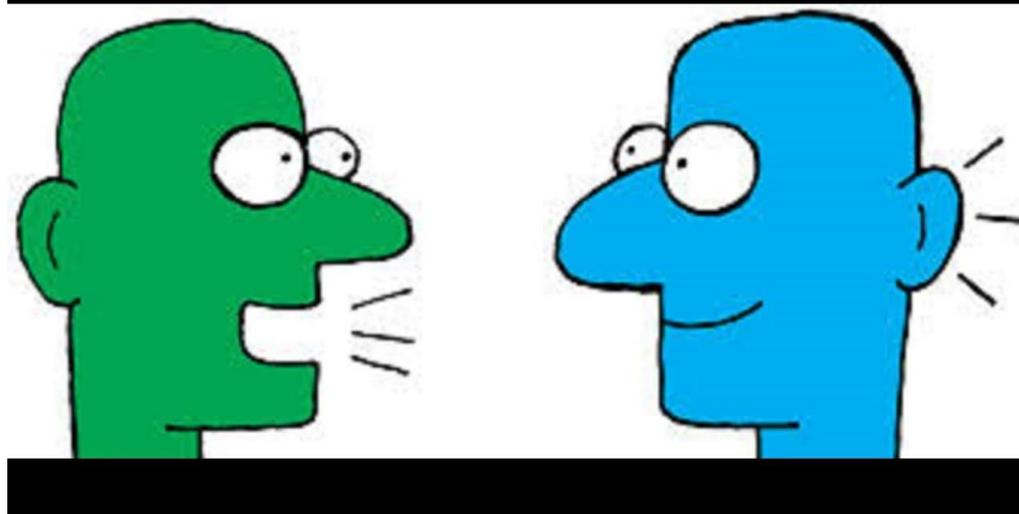
Competencias

- Ejercer la autogestión dentro de contextos de comunicación y negociación que generalmente son predecibles, pero están sujetos a cambios;
- Supervisar el trabajo rutinario de otros, asumiendo cierta responsabilidad por la evaluación y mejora de la Comunicación y Negociación.

¿Qué es la comunicación?

La **comunicación** se define como:

- Una información hablada o escrita;
- Intercambio de información entre personas, por ejemplo, hablando, escribiendo o usando un sistema común de signos o comportamiento;
- Intercambio de mensajes a través de algún canal y en algún medio;
- Impartir o intercambiar información hablando, escribiendo o utilizando algún otro medio.



Tipos de comunicación: comunicación verbal

La **comunicación verbal** es el uso de sonidos y palabras (oralmente, por escrito o usando lenguaje de señas) para expresarse, especialmente en contraste con el uso de gestos o gestos (comunicación no verbal).

Tipos de comunicación: comunicación no verbal

La **comunicación no verbal** es la comunicación en una forma diferente a las palabras escritas o habladas, como gestos, expresiones faciales o lenguaje corporal.

Tipos de comunicación no verbal

- Lenguaje corporal o movimiento;
- Cercanía o espacio personal;
- Contacto visual;
- Gestos;
- Paralenguaje;
- Postura y orientación corporal;
- Sonrisas y expresiones faciales;
- Tono y voz del hablante.



<https://i.ytimg.com/vi/QaTzHi7Oj2c/maxresdefault.jpg>

¿Por qué se comunican las personas?

La gente se comunica:

- Para aliviar la ansiedad y asesoramiento;
- Crear relaciones armoniosas entre varios grupos sociales (integración);
- Para crear interés y desarrollar pensamiento / comportamiento positivo (estimulación);
- Para expresar emociones;
- Para encontrar y explicar cosas nuevas (información);
- Hacer que alguien se comporte de manera apropiada (control);
- Para ayudar a fomentar los valores sociales y pasarlos de generación en generación (promoción de la cultura);
- Para ayudar a hacer compañía agradable (promoción del contacto social);
- Para ayudar a pasar el tiempo y disfrutar de la vida (entretenimiento);
- Transferir conocimiento para el progreso de la sociedad (educación).

¿Cómo intercambian mensajes las personas?

Las personas intercambian mensajes de diferentes maneras:

Gestual (comunicación basada en la mano);

Señalización (comunicación basada en el cuerpo);

Visual (comunicación basada en imágenes);

Vocal (comunicación basada en la voz).



<http://123forums.net/wp-content/uploads/2014/11/communication-online.jpg>

¿Qué es un proceso de comunicación?

El **proceso de comunicación** es:

- Un proceso en el cual las personas repercuten entre sí a través del intercambio de información;
- Un proceso de transmisión de mensajes e interpretación del significado del mensaje de la otra persona;
- Un proceso que no puede no comunicarse.



<http://www.pnlbenessere.it/wp-content/uploads/2014/05/comunicare-con-congruenza.jpg>

¿Cuáles son los elementos de la comunicación?

Un **proceso de comunicación** tiene varios elementos básicos:

- Un *remitente* (una persona que envía o transmite un mensaje, carta, correo electrónico, etc.);
- Un *mensaje* (una comunicación verbal, escrita o grabada enviada o dejada para un destinatario que no puede ser contactado directamente);
- Un *contexto* (las circunstancias que forman el escenario para un evento, declaración o idea, y en términos de los cuales puede entenderse completamente);
- Un *canal* (un método o sistema de comunicación o distribución);
- Un *ruido* (fluctuaciones aleatorias que oscurecen o no contienen datos significativos u otra información);
- Un *receptor* (una persona que recibe o acepta algo que les ha sido enviado o entregado);
- Una *retroalimentación* (información sobre reacciones a un producto, el desempeño de una tarea de una persona, etc., que se utiliza como base para la mejora);
- Un *efecto* (un cambio que es el resultado o consecuencia de una acción u otra causa).

Principios de la comunicación efectiva



Necesita los siguientes **11 principios para comunicarse de manera efectiva** con sus interlocutores:

- Seleccione los temas apropiados para su interlocutor y la ocasión;
- Formule presentaciones que orienten a su interlocutor al tema y al orador;
- Use patrones organizacionales efectivos (observando puntos principales claros con contenido no superpuesto);
- Localizar, sintetizar y emplear materiales de apoyo convincentes;
- Desarrollar conclusiones que refuercen el tema y proporcionen cierre psicológico;
- Demostrar una cuidadosa elección de palabras;
- Use de manera efectiva la expresión vocal y el paralenguaje para involucrar a su interlocutor (expresiones faciales, gestos, ruidos de vacilación, entonación, tono, velocidad de expresión);
- Demostrar un comportamiento no verbal que respalde el mensaje verbal (expresiones faciales, gestos, etc.);
- Adapte con éxito el mensaje a su interlocutor;
- Use materiales apropiados para el tema;
- Construya mensajes persuasivos efectivos con evidencia creíble y razonamiento sólido.

Principios para escucha efectiva



Hay **10 principios de escucha efectiva**:

- Escucha (no termine las oraciones para su interlocutor, no interrumpa, no hable sobre él / ella);
- Prepárate para escuchar (concéntrate en tu interlocutor y olvida otras cosas);
- Tranquiliza a su interlocutor (mostrándole que está escuchando y entendiendo lo que se dice);
- Elimine las distracciones (concéntrese en lo que se dice y evite interrupciones innecesarias);
- Empatice (intente comprender el punto de vista de su interlocutor al observar los problemas desde su perspectiva);
- Sea paciente (nunca interrumpa o termine una oración por su interlocutor);
- Evite los prejuicios personales (trate de ser imparcial enfocándose en lo que se dice e ignorando los estilos de entrega);
- Escuche el tono y el volumen de su interlocutor;
- Escuche las ideas, no solo las palabras (porque necesita obtener una imagen completa, no solo partes de ella);
- Espere y observe la comunicación no verbal (los movimientos oculares, las expresiones faciales, los gestos, etc. pueden transmitir información adicional).

Comunicación en agricultura

La comunicación en la agricultura es importante porque:

- Permite una comunicación respetuosa con los empleados;
- Es un medio para convencer a los socios;
- Es la manera perfecta de atraer inversores, además del entusiasmo;
- Abre muchas puertas;
- Utiliza el lenguaje corporal para impactar a las personas con las que uno trabaja.



<https://www.gadgetguy.com.au/wordpress/wp-content/uploads/2018/05/1506667745179.png>

¿Qué es la comunicación agrícola?

La comunicación agrícola se define como:

- Un campo que se centra en la comunicación sobre información relacionada con la agricultura entre las partes interesadas agrícolas y entre las partes interesadas agrícolas y no agrícolas;
- Un esfuerzo interdisciplinario que se basa en conceptos fundamentales tanto en la agricultura como en las comunicaciones;
- El intercambio de información sobre las industrias agrícolas y de recursos naturales a través de medios efectivos y eficientes, como periódicos, revistas, televisión, radio y la Web, para llegar al público apropiado.



<http://www.environmentalscience.org/wp-content/uploads/2014/12/agricultural-engineer-300x200.jpg>

Usos de la comunicación agrícola

La comunicación en la agricultura es importante en:

- Actividades específicas de la granja, en los tratos de un agricultor con miembros de la familia, empleados, socios y clientes;
- Extensión agrícola (un servicio o sistema que ayuda a los campesinos, a través de procedimientos educativos, a mejorar los métodos y técnicas agrícolas, aumentar la eficiencia de la producción y los ingresos, mejorar sus niveles de vida y elevar los estándares sociales y educativos de la vida rural);
- Extensión de agricultor a agricultor (la provisión de capacitación de los agricultores a los agricultores, a menudo mediante la creación de una estructura de formadores de agricultores);
- Publicidad (la promoción pública de algo como un producto, servicio, negocio o evento para atraer o aumentar el interés en él; la actividad o profesión de producir anuncios de productos o servicios comerciales).



<https://www.communication-agriculture.com/wp-content/uploads/2019/05/renouvellement-actifs-638983176-384x185.jpg>

Negociación

La **negociación** se define como una **discusión dirigida** para llegar a un acuerdo.

Puede ser:

- **predominantemente cooperativo / integrador, o**
- **predominantemente conflictivo / distributivo.**



<https://alexandrurotaru.files.wordpress.com/2014/02/red-blue-guys-shaking-hands.jpg>

Características de la negociación

Las **características más importantes de la negociación** son:

- Dominio de la negociación por objeto (producto, servicio) y / o atributos (calidad, condiciones de pago, garantías, demora, precio, etc.);
- Surgimiento de un estado conflictivo entre la necesidad de concluir una transacción mutuamente ventajosa (exacerbada por la presión competitiva) y la lealtad a la situación negociada;
- Existencia, en los socios de la negociación comercial, de particularidades como el lenguaje, principios y valores que dan el perfil del negociador;
- La ubicación cara a cara de dos socios auto-seleccionados;
- Diversidad de situaciones en las que puede tener lugar, que requiere el conocimiento y el uso de un código común de interlocutores: gran negociación, pequeña negociación, negociación bancaria, negociación de compra, negociación de venta...
- Ubicación de la negociación comercial en una red económica, en la que constituye un "ojo" intermedio y final al mismo tiempo.



<https://ed.stanford.edu/sites/default/files/news/image/gettyimages-136144203.jpg>

Negociación predominantemente cooperativa / integradora

Una **negociación predominantemente cooperativa / integradora**:

- Está determinado por el deseo / necesidad de:
 - Buscar opciones constructivas y dinámicas;
 - Crear y desarrollar un clima de credibilidad, confianza y reciprocidad;
 - Desarrollar "proyectos";
 - Mitigar riesgos mediante una mayor estabilidad a la solución negociada;
 - Mantener la relación entre socios;
- Está orientado a respetar las aspiraciones del socio negociador para que la parte contraria considere que el resultado es satisfactorio;
- Puede llevar a la modificación de los objetivos individuales iniciales si es necesario para lograr objetivos inmediatos de interés común;
- Tiende a mantener, fortalecer e intensificar la calidad de la relación entre los dos socios porque se orienta más a la solidaridad mutua que a los antagonismos.

Negociación predominantemente conflictiva / distributiva

Una **negociación predominantemente conflictiva / distributiva**:

- Se lleva a cabo en caso de una clara oposición de intereses, cuando el compromiso es difícil o incluso imposible de lograr y cuando una de las partes tiene que sucumbir en nombre del realismo;
- Es el modelo clásico en el que un fabricante / proveedor de un producto para el cual existe una demanda muy alta pero una producción limitada requiere un precio muy alto, y el comprador está obligado a cumplirlo, aunque, durante las conversaciones, luchó por lograr algunas ventajas ;
- Se manifiesta como una "confrontación" en la que se pretende ganar todo mediante la completa obediencia del otro imponiendo una solución imperativa;
- Presenta el peligro de "ruptura", que el negociador distributivo, interesado en mantener la relación (útil e incluso beneficioso en ciertas circunstancias), intentará evitarla;
- Tiende a separar a los protagonistas según su autoridad, haciendo que se comporten como "ganadores" y no como "perdedores".

El proceso de negociación

El **proceso de negociación**:

- Es un fenómeno social que implica la existencia de comunicación entre las personas y que por lo tanto lleva la huella digital del comportamiento humano;
- Es un proceso con un propósito preciso que implica la armonización de intereses: el objetivo de la negociación es lograr un acuerdo de voluntad, consenso, no una victoria, como resultado de lo cual los negociadores deben tener la sensación de que han aprovechado al máximo lo que han propuesto;
- Es un proceso organizado destinado a evitar confrontaciones (aunque el contexto es competitivo) y respetar los requisitos de naturaleza moral (ética) y procesal;
- Es, por excelencia, un proceso competitivo que requiere esfuerzos para evitar confrontar y alcanzar soluciones mutuamente ventajosas;
- Supone presentar la propia posición, pero también conocer la posición del otro; presentar argumentos y escuchar argumentos en contra; haciendo el juicio más imparcial; llegar a una solución aceptable para ambas partes;
- Requiere concesiones recíprocas y repetidas hasta que se llegue a un consenso de acuerdo con las necesidades y la información disponible.

Etapas de negociación (1)

La negociación comercial tiene cuatro etapas distintas: **proto-negociación, pre-negociación, negociación real y post-negociación.**

La proto-negociación consiste en acciones y reacciones manifestadas por actos unilaterales de las dos partes. Es extremadamente importante porque puede conducir a bloquear y completar discusiones. Se asemeja al juego de ajedrez en el sentido de que los "movimientos" deben calcularse de antemano.



https://2012books.lardbucket.org/books/beginning-project-management-v1.0/section_07/be5340f7e50591f094cf8a0a53726cc6.jpg

Etapas de negociación (2)

La **negociación previa** se lleva a cabo con la primera discusión, cuando las dos partes manifiestan su interés en resolver los problemas que surjan. Esta etapa comprende lo siguiente:

- Preparación y organización de actividades de negociación;
- Recolección y procesamiento de información;
- Preparación de variaciones y expedientes de negociación;
- Preparación y aprobación del mandato de negociación;
- Simulación de negociaciones.



<https://blogs-images.forbes.com/northwesternmutual/files/2014/04/4-salary-negotiation-myths-that-hold-women-back.jpg>

Etapas de negociación (3)

La **negociación real** comienza con el reconocimiento oficial del interés de los negociadores para lograr intereses comunes. Consiste en adoptar un acuerdo (contrato escrito) que contenga las medidas a tomar para lograr el propósito. Es la etapa de diálogo entre las partes, que expone su interés en el tema de la negociación. La negociación en sí comprende varias secuencias:

- Presentación de ofertas y contraofertas;
- Presentación de argumentos y contraargumentos;
- Uso de tácticas contrarias;
- Reflexión para redefinir la posición;
- Concesión de concesiones para la aproximación de los puntos de vista;
- Acuerdo para comprometer soluciones;
- Firma de documentos.



<https://salesblueprint.com.sg/wp-content/uploads/2014/12/negotiations-skills-training-singapore.jpg>

Etapas de negociación (4)

La **negociación posterior** tiene lugar en el momento de la firma del contrato, al establecer los objetivos para la implementación de sus disposiciones. Esta es la etapa donde se analizan los resultados reales en comparación con los esperados. Durante la post negociación, se resuelven los problemas que surgen después de la firma del contrato, por ejemplo:

- Dificultades derivadas de aspectos desconocidos;
- Modificación, extensión o finalización de cláusulas contractuales;
- Resolver quejas o disputas (malentendidos) amigablemente o en la corte.



<https://assets.entrepreneur.com/content/3x2/2000/win-business-negotiation.jpg>

Barreras en la negociación

Las **barreras más importantes** para la negociación son:

- Juego de la culpa (culpar a la otra persona por la dificultad de negociar);
- Falta de empatía (no entender las necesidades de la otra persona);
- Perspectiva negativa hacia el proceso de negociación (no trabajando juntos para encontrar una solución);
- Exposición excesiva de emociones (no mantener el control de nuestras emociones);
- Actitud de "tratar de ganar a toda costa" (no tratar de encontrar una solución donde ambas partes ganen);
- Enfoque incorrecto (centrarse en las personas en lugar de los problemas involucrados).



https://1.bp.blogspot.com/_irRHE701c1E/RoV8-XDCbl/AAAAAAAAABvw/BqfxcnHwB_M/s400/negotiation_negotiation.jpg

Barreras de comunicación en el proceso de negociación

Las **barreras en la comunicación** que con mayor frecuencia intervienen en el proceso de negociación son:

- Decodificación incorrecta del significado connotativo de las palabras causadas por la falta adecuada de lenguaje;
- Decodificación incorrecta del significado denotativo de las palabras causadas por la falta adecuada de lenguaje;
- Ruidos producidos en el proceso de comunicación (entrada y salida de alguien dentro / fuera de la habitación, timbre del teléfono, ruido de la calle, etc.);
- Percepción del interlocutor;
- Percepción del mundo circundante de acuerdo con las expectativas, deseos o necesidades de los interlocutores;
- Lo imaginario (la imagen que creamos acerca de alguien o algo; la visión unificadora de lo consciente y lo inconsciente en el informe del ser humano al medio ambiente);
- Los ruidos producidos intencionalmente por uno de los socios (la acción repetida de la pluma, por ejemplo).
- Filtrado o procesamiento involuntario del mensaje causado por la reacción emocional del interlocutor.

Estrategias de negociación y tácticas

Las **estrategias y tácticas de negociación más efectivas** son:

- Hablar con un gerente o propietario (porque él / ella se beneficiará directamente de la venta);
- Trueque (intercambiar bienes o servicios por otros bienes o servicios sin usar dinero);
- Estar dispuesto a retirarse (si el vendedor no baja al precio máximo que ha establecido para su presupuesto);
- Paquete (incluye otros artículos);
- No haga la primera oferta (porque la otra parte puede ofrecer un mejor trato) y no negocie con usted mismo (la negociación debe ser un proceso de ida y vuelta);
- Mantenga una cara de póker (no muestre un interés inusual en los artículos);
- Manténgase agradable (inyectando algo de humor en la conversación, sonriendo);
- Negocie todo, negociación práctica (en ventas de garaje, mercados de pulgas, mercados tradicionales);
- Use el silencio y el tiempo como táctica (haciendo una pausa, suspendiendo las negociaciones);
- Utilice comunicación escrita si es posible (por correo electrónico, a través de chat en línea para servicio al cliente);

Habilidades de negociación

Las **habilidades de negociación** más importantes son:

- Habilidades de escucha activa;
- Habilidades de comunicación claras y efectivas;
- Habilidades de cooperación (con miembros del equipo);
- Habilidades para la toma de decisiones;
- Habilidades de control de las emociones;
- Habilidades de ejecución;
- Mantener buenas habilidades de relación;
- Habilidades de preparación para reuniones;
- Habilidades de análisis de problemas (para identificar intereses y objetivos);
- Habilidades para resolver problemas.



https://insight.kellogg.northwestern.edu/content/uploads/negotiate_CROP.jpg

5 consejos esenciales para una negociación efectiva

1. Establezca la relación antes de continuar;
2. Elija "miel genuina sobre vinagre";
3. Centrarse en el "ganar-ganar";
4. Encarna a tu adulto interno, no a tu niño interno;
5. Respeta el ritmo de la relación.

¡Y no olvide que la negociación se trata de relaciones!



<http://blog.capterra.com/wp-content/uploads/2013/05/5-tips-software-negotiation-process.jpg>

Referencias

- Abramson, H. (2018). Fashioning an Effective Negotiation Style: Choosing Between Good Practices, Tactics, and Tricks. *Harvard Negotiation Law Review*, 23(319), 319-344.
- Adler, N. J. & Gundersen, A. (2007). *International Dimensions of Organisational Behaviour*. Mason, OH: Thomson.
- Barry, B. & Friedman, R. A. (1998). Bargainer Characteristics in Distributive and Integrative Negotiation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(2), 345-359.
- *Business Dictionary*. Available at: <http://www.businessdictionary.com>. Accessed on 17.09.2019.
- Čulo, K. & Skendrović, V. (2012). Communication in the Process of Negotiation. *Informatologia*, 45(4), 323-327.
- Danesi, M. (2009). *Dictionary of Media and Communications*. Armond, NY & London: M. E. Sharpe.
- Daniels, T. D. & Spiker, B. K. (1987). *Perspectives on Organizational Communication*. Dubuque, IO: Wm. C. Brown Publishers.
- DeVito, J. A. (1988). *Human Communication*. New York, NY: Harper & Row.
- Donaldson, M. C. (2007). *Negotiating for Dummies*. Hoboken NJ: Wiley Publishing, Inc.
- Eunson, B. (2005). *Communicating in the 21st century*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Rață, G. (2001). *Contribuții la teoria comunicării*. Timișoara: Mirton.
- Robbins, S. P. & Judge, T. A. (2014). *Organizational Behavior*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Rowe, M. (2002). *Negotiation: Theory and Practice*. Cambridge, MA: MIT.
- Savory, J. (2010). *Styles and Effectiveness of Negotiation*. New York, NY: CUNY.

