



Comunicación y Retroalimentación



Nombre:

“La honestidad, la confianza, el respeto, la capacidad de hablar y escuchar con claridad, la autocrítica y la credibilidad son algunas de las características que se esperan en los Líderes. Identificar las fortalezas y desarrollar las áreas de oportunidad que se tienen en cada uno de esos aspectos es de gran relevancia para convertirse en un Líder Efectivo”.



Objetivos de aprendizaje:

Desarrollar habilidades y utilizar técnicas que permitan a los líderes incrementar su efectividad al comunicarse con sus colaboradores, jefes, colegas, clientes internos y externos.

Utilizar la retroalimentación como una herramienta de desarrollo individual y grupal, que facilite el logro de los objetivos de las áreas a su cargo.



Contenido

1. La Comunicación

- 1.1 Concepto de comunicación.
- 1.2 Proceso de la comunicación.
- 1.3 Barreras de la comunicación efectiva.
- 1.4 Componentes de la comunicación.
- 1.5 Estilos de comunicación desde el DISC.

2. Retroalimentación Efectiva.

- 2.1 Características de la retroalimentación efectiva.
- 2.2 Beneficios de la retroalimentación efectiva.
- 2.3 Retroalimentación con el Modelo SBI.
- 2.4 Lineamientos para recibir retroalimentación
- 2.5 Modelo GROW
- 2.6 Preguntas poderosas



1. Comunicación

La comunicación es una herramienta clave para los líderes. Un buen empleo de la información es necesario para transmitir los objetivos y valores que promueve la organización a los colaboradores.

Una comunicación efectiva contribuye a generar una cultura organizacional con fidelidad, apropiación y sentido de pertenencia hacia la empresa por parte de su talento humano, que se siente motivado y valorado al tener claros y definidos los valores, sus funciones y los retos a los que se enfrenta la compañía.

Una de las principales quejas de los colaboradores en las organizaciones **es precisamente la falta de comunicación**. Los grandes líderes buscan comunicarse con su equipo para inspirarlos día a día y conseguir su mejor rendimiento.

Esa comunicación es un proceso complejo que involucra muchos aspectos y que es fundamental para que los colaboradores sientan que sus opiniones son escuchadas con atención y que son importantes para la compañía.

Una comunicación efectiva entre el líder y los miembros del equipo permite que todo fluya de una manera natural, evitando de esta forma conflictos y problemas que pueden surgir en el equipo debido a la ineficiencia al momento de transmitir lo que se desea.

¿Qué pasa cuando no existe una comunicación efectiva?: **Los principales problemas de las personas existen cuando hay una mala comunicación**. Los índices de motivación disminuyen, influye en que los colaboradores decidan seguir o no al líder, y crea un impacto directo en la calidad del trabajo y productividad reduciéndolos notablemente. Los miembros del equipo tienden a perder el enfoque y los objetivos principales de la organización, y su esfuerzo se dirige a otras actividades.

En conclusión: “sin comunicación, no puede haber liderazgo”. La comunicación tiene un enorme poder en todos los sentidos, puede destruir fácilmente una empresa y a la vez puede fortalecerla y llevarla a otro nivel, todo depende de su adecuado uso y cómo es manejada por los líderes.

Por lo anterior, estaremos trabajando en este módulo los temas de: Comunicación y Retroalimentación; cuyo objetivo es desarrollar conductas alineadas: **Ser Auténtico, Conocerse a uno Mismo y Adoptar el Aprendizaje**, competencias identificadas como prioritarias para el desarrollo de los **Líderes** que laboran en **la empresa**.



¡Bienvenido a esta experiencia de aprendizaje!

1.1 Concepto de Comunicación



Es el proceso mediante el cual dos o más personas, en una situación de interacción, intercambian mensajes de una manera simultánea y a través de múltiples canales, sean o no conscientes de ello y tengan o no la intención de hacerlo.

Si no existe un acuerdo entre las personas acerca de lo que uno expresó y el otro entendió o interpretó, no se puede hablar de una comunicación efectiva.

Para que la efectividad se dé entre las personas que se comunican, deben compartirse los significados que van implícitos o explícitos en los mensajes que intercambian; sin embargo, ninguna persona puede controlar o manipular físicamente los significados propios o de los demás. Estos se encuentran en el interior de cada quién y afloran cuando cada uno de nosotros interpreta un mensaje.

El hecho de que los significados no se pueden transmitir físicamente junto con los mensajes, le da a la interpretación una importancia central en el proceso de la comunicación.



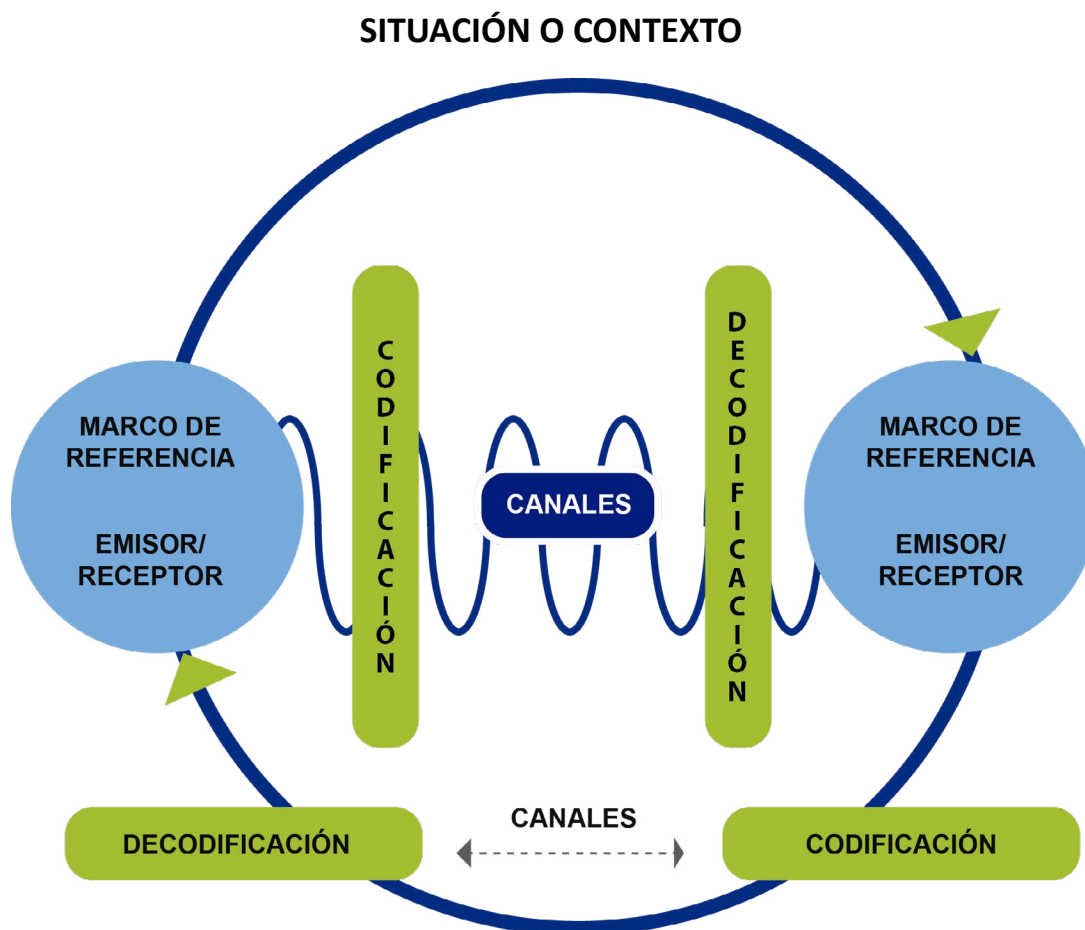
Escribe dos ejemplos de situaciones efectivas de comunicación que se presentan en tu área o en la empresa:

- Ahora menciona dos ejemplos de situaciones inefectivas de comunicación que en ocasiones se presentan en tu área o en la empresa:

1.2 Proceso de la Comunicación

Modelo de Comunicación de Berlo

La comunicación puede entenderse como un proceso o un flujo. Los problemas de comunicación ocurren cuando existen desviaciones u obstáculos en el flujo.



Para que la comunicación tenga lugar, es necesario un **propósito**, expresado como un **mensaje** a transmitir. Éste tiene lugar entre un **transmisor** (la fuente) y un **receptor**. El mensaje es **codificado** (convertido en una forma simbólica) y luego enviado mediante algún **medio** (canal) al receptor, quien traduce nuevamente (decodifica) el mensaje originado por la fuente.

El resultado es una transfencia de significado de una persona a otra.

El proceso de la comunicación está formado por **ocho componentes**:

1. El Contexto

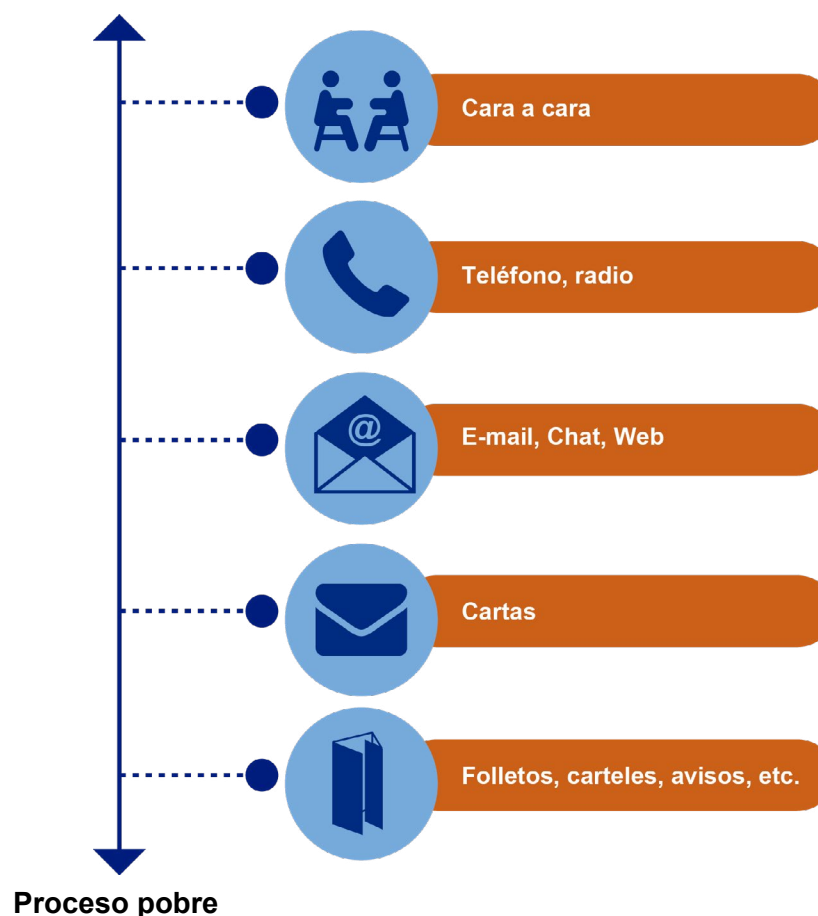
- Nuestras actitudes influyen en nuestro comportamiento.
- Tenemos ideas preconcebidas sobre temas diversos, lo cual afecta nuestras comunicaciones.
- Así como nuestras actitudes, también la posición sociocultural, creencias y valores afectan nuestra comunicación.



2. El emisor: de donde surge el primer mensaje, es el que inicia el ciclo de la comunicación. El mensaje del emisor, al igual que la retroalimentación del receptor, estará necesariamente influido por su contexto o situación sociocultural.

3. El mensaje es el resultado de la fuente. Cuando hablamos, las palabras son el mensaje. Cuando escribimos, la escritura es el mensaje. Cuando pintamos, la pintura es el mensaje. Cuando gesticulamos, los movimientos de los brazos, las expresiones de la cara, etc., son el mensaje.

Proceso Rico



4. El código o el grupo de símbolos que usamos (tanto si somos emisores como si somos receptores) para transferir el significado, el contenido del mensaje mismo y las decisiones que tomamos al seleccionar y arreglar tanto la codificación como el contenido, afectan nuestro mensaje.

5. El canal es el medio a través del cual viaja el mensaje. A la fuente le corresponde seleccionarlo y determinar si quiere un canal formal o uno informal. Los canales formales están establecidos por la empresa y transmiten los mensajes que atañen a las actividades relacionadas con el trabajo. Tradicionalmente siguen la red de autoridad dentro de la organización. Otras formas de mensajes, como los personales o sociales, utilizan los canales informales.



6. El receptor es la persona a quien se dirige el mensaje. Así como el emisor está determinado (y limitado) por sus habilidades, actitudes, conocimientos y su sistema sociocultural, el receptor también lo está. Del mismo modo en que el emisor debe tener la habilidad de escribir o hablar, el receptor debe tener la habilidad de leer o escuchar, y ambos deben ser capaces de razonar y comprender. El conocimiento, las actitudes y la experiencia cultural influyen tanto en la habilidad de emitir como en la de recibir.

7. La decodificación del mensaje. Antes de que el mensaje pueda recibirse, sus símbolos deben traducirse a una forma que pueda entender el receptor.

8. La retroalimentación es el último eslabón en el proceso de la comunicación. “Si una fuente de comunicación decodifica el mensaje que codificó, si el mensaje se pone de nuevo en el sistema, surge la retroalimentación.” La retroalimentación consiste en verificar si tuvimos éxito al transferir nuestros mensajes como intentamos transferirlos desde el principio. Determina si el entendimiento se ha logrado o no.

1.3 Barreras para la comunicación efectiva

Existen **conductas** que realizamos, algunas en forma consciente y otras totalmente de forma inconsciente, las cuales son “dañinas” para el proceso de comunicación. Por ejemplo:

- Interrumpir al que habla.
- Contar “nuestra anécdota” cuando el otro aún está hablando.
- Quitar importancia a los sentimientos de la otra persona con expresiones como “no te preocupes por esa tontería”, “no te pongas así” o “eso no tiene importancia”.
- Juzgar cada comentario que hace nuestro interlocutor.
- Caer en el “síndrome del experto”: saber lo que debemos contestar cuando el otro no ha hecho más que iniciar su relato.



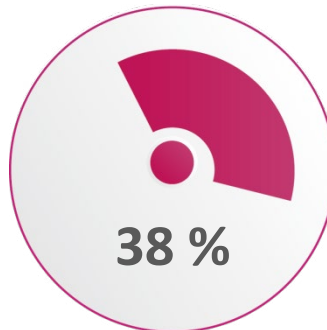
Junto con tu equipo, identifiquen algunas barreras en la comunicación que se presenten en tu planta. Dado que pertenecen a diferentes plantas, revisen si hay consistencia en lo que sucede.

BARRERAS	CÓMO LO RESOLVERÁN

1.4 Componentes de la comunicación



Lenguaje Corporal



Tono de Voz



Palabras

Según los expertos de la comunicación, existen tres componentes fundamentales que hay que tomar en cuenta para establecer una comunicación efectiva:

1. La palabra o el lenguaje
2. El tono de voz
3. La comunicación no verbal

LA PALABRA: representa un 7% de la capacidad de nuestra comunicación para impactar en los demás.

Utilizamos las palabras (habladas o escritas) para comunicarnos, manifestando ideas, conceptos, datos y sentimientos a través de las estructuras lingüísticas que formulamos. A mayor conocimiento del tema que estamos comunicando, mayor cantidad de argumentos y conceptos.

EL TONO DE VOZ

Es el segundo componente y representa el 38% del poder significativo de la comunicación. “No es tanto lo que me dices, sino el tono con que lo haces”. A través del tono de la voz proyectamos nuestras emociones o sentimientos que acompañan a nuestras ideas, así como el nivel de energía con el que nos comunicamos.

EL LENGUAJE NO VERBAL

Este tercer componente representa el 55% del significado de nuestra comunicación para los demás. En una comunicación personal directa este elemento es fundamental, ya que genera la mayor cantidad de impacto en la comunicación, es decir: “Es tan fuerte lo que haces, que no puedo escuchar lo que dices”. Está constituido por la postura corporal, las expresiones y gestulaciones, los movimientos y la mirada.



1.5 Estilos de Comunicación desde el DISC

COLOR		CONDUCTAS	ESTILO DE COMUNICACIÓN	TRABAJO EN EQUIPO
Rojo	Extrovertido / Racional	<ul style="list-style-type: none"> • Positivo • Afirmativo • Determinado • Asertivo 	<ul style="list-style-type: none"> • Solo él habla. • Interrumpe y no escucha. • Solo cuenta lo que él dice. 	<ul style="list-style-type: none"> • Es rápido. • Busca dirigir, coordinar y delegar tareas. • Como participante no es buen trabajador. • Busca brillar más.
Amarillo	Extrovertido / Emocional	<ul style="list-style-type: none"> • Entusiasta • Animoso • Dinámico • Optimista 	<ul style="list-style-type: none"> • Habla mucho de sí mismo. • No permite que los demás se expresen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Con facilidad podrá relacionarse con todos. • Es un participante activo. • Da soluciones creativas. • Busca lucir más que otros.
Verde	Introvertido / Emocional	<ul style="list-style-type: none"> • Quieto • Tranquilo • Reconfortante • Afectuoso 	<ul style="list-style-type: none"> • Escucha genuinamente. • Sólo habla cuando se lo piden. • No expresa sus ideas ni sentimientos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Es un extraordinario colaborador. • Está dispuesto a apoyar en todo momento. • Identifica con facilidad las necesidades de los demás.
Azul	Introvertido / Racional	<ul style="list-style-type: none"> • Imparcial • Objetivo • Desapegado • Analítico 	<ul style="list-style-type: none"> • Habla muy poco, menos de lo indispensable. • Suele callarse la mayoría de lo que piensa. • No interrumpe, juzga internamente todo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prefiere trabajar solo. • No se involucra. • Busca que cada quien haga su parte sin interactuar.

2. Retroalimentación Efectiva

Los colaboradores requieren información que les permita conocerse mejor para desarrollar su potencial, alcanzar sus objetivos y reforzar la confianza con las personas. Por esto es la principal herramienta que, cuando es aplicada de manera efectiva, nos permite lograr un crecimiento cada vez mayor en las diferentes funciones que desempeñamos.

La retroalimentación es la información específica que le damos a una persona sobre su actuación o desempeño.

Es el medio que permite a una persona o a un grupo:

- Destacar sus comportamientos y acciones.
- Tomar conciencia del impacto de sus acciones sobre equipos, clientes, negocio y uno mismo.
- Identificar la diferencia entre la intención y el impacto de sus acciones en su entorno.

2.1 Características de la Retroalimentación Efectiva

- Se dirige a comportamientos observables y sus efectos, no a impresiones generales.
- Muestra la intención de ayudar, no herir ni evidenciar.
- Se basa en expectativas claras y metas definidas de desempeño.
- Es proporcionada con respeto, cortesía y empatía.
- Toma en cuenta las necesidades del receptor y no solo de quien la proporciona.
- Es más efectiva cuando es positiva, pues ayuda a disminuir malos hábitos y mejorar el desempeño.

2.2 Beneficios de la Retroalimentación Efectiva

- Es esencial para administrar el desempeño.
- Ayuda a que la gente mejore. Nuestra responsabilidad como líderes es trabajar con los colaboradores para “mejorar la manera como pueden mejorar”.
- Útil para aplicar coaching.
- Refuerza un buen desempeño, ayuda a disminuir malos hábitos.
- Es esencial para aplicar acciones disciplinarias.





Ejercicio:

Describe brevemente una experiencia en la que recibiste una retroalimentación efectiva y una en la que fue inefectiva:

Retroalimentación Efectiva	Retroalimentación Inefectiva



Prewrite

Identifica las acciones que puedes llevar a cabo al retroalimentar a cada uno de los colores, desde tu color predominante.

	Si mi colaborador es rojo	Si mi colaborador es amarillo	Si mi colaborador es verde	Si mi colaborador es azul
Si yo soy rojo				
Si yo soy amarillo				
Si yo soy verde				
Si yo soy azul				

2.3 Retroalimentación con el Modelo SBI

EL modelo SBI



2.4 Lineamientos para recibir retroalimentación

- Escucha cuidadosamente.
- Trata de no defenderte, pero mentalmente elabora preguntas o desacuerdos.
- Repite al interlocutor, con tus propias palabras lo que crees que escuchaste para verificar tu percepción.
- Haz preguntas para clarificar o pide ejemplos.
- Evalúa cuidadosamente qué de lo que escuchaste puede ser valioso considerar.
- Evita tomar personal la retroalimentación; sin embargo, obsérvate, pregunta y cuando creas que sea necesario modifica tu conducta y evalúa los resultados en las nuevas condiciones.
- Sé abierto y comparte tus sentimientos con respecto a la retroalimentación recibida.
- Genera compromisos para efectuar cambios que a la luz de la retroalimentación, resulten necesarios.



2.5 Modelo GROW

Modelo GROW



2.6 Preguntas poderosas



Características Básicas

- Cortas y simples.
- Abiertas y precisas.
- Orientadas a emprender una acción.
- Utiliza: “Qué”, “Quién”, “Cómo”, “Cuándo”, “Para qué”. Evita el uso del “Por qué”, pues sólo lleva a que se busque justificación y podrá sentirse cuestionado o juzgado.
- Orientadas a la solución y no al área de oportunidad.
- Están centradas en el presente y el futuro, no en el pasado.
- Se plantean con un propósito definido y honesto.
- Invitan al colaborador a reflexionar y tomar conciencia sobre su desarrollo.



Ejemplos de preguntas

1. Las que ayudan al otro a definir y precisar sus metas y objetivos:

- ¿Qué es lo que quieres lograr en tu puesto?
- ¿Qué exactamente verás, oirás o sentirás, cuando logres lo que quieres en relación con tus metas?

- ¿Cómo te visualizas habiendo logrado tu meta?
- ¿Cuándo quieres alcanzar esta meta?

2

2. Las que ayudan a identificar algunas prioridades sobre sus metas y objetivos:

- ¿Qué te aportará el logro de esta meta en relación con tus planes laborales?
- ¿Qué te motiva o impulsa a querer lograr el objetivo que planteas?
- ¿Qué vas a obtener más grande al lograr esta meta que compartes?

3

3. Las que ayudan a obtener retroalimentación sobre el logro o camino recorrido hacia su meta, para ir monitoreando sus avances logrados y establecer fechas e indicadores de medición:

- ¿Qué pruebas tendrás de que te estás acercando al logro de tu meta?
- ¿Cómo sabrás que has logrado tu meta en el área?
- ¿Cómo medirás tu progreso hacia tu meta final?

4

4. Las que ayudan a identificar los recursos que necesita para lograr su meta:

- ¿Con qué recursos cuentas desde ahora para lograr tu meta?
- ¿Qué recursos vas a necesitar para alcanzar tu meta?
- ¿Qué vas a hacer para obtener estos recursos?

5

5. Las que ayudan a identificar los obstáculos que le impiden alcanzarla:

- ¿Conoces a alguna persona que ya haya logrado esta meta? ¿Qué hizo para lograrla?
- ¿Qué te impide lograr esta meta que planteas?
- ¿Qué hábitos te están deteniendo en tu avance hacia tu meta?
- ¿Qué vas a hacer para superar estos obstáculos?

6

6. Las que ayudan a identificar las acciones específicas a realizar, cuánto control e influencia tiene en el logro y mantenimiento de su meta:

- Del 1 al 10, ¿Qué tan retadora sientes esta meta?
- ¿Qué vas a hacer concretamente para alcanzarla?
- ¿Qué recursos necesitas para alcanzar esta meta?
- ¿Qué otras opciones tienes para alcanzar esta meta?
- Una vez que hayas alcanzado tu meta, ¿qué vas a hacer para mantenerla?

7

7. Las que ayudan a evaluar el impacto en su vida y en su entorno:

- ¿Qué piensan de esta meta las personas que son importantes para ti?
- ¿Qué impacto va a tener en tu vida y en la de los otros el logro de esta meta?
- ¿Cómo se verán afectadas tus diferentes áreas de la vida cuando logres esta meta?
- ¿Cómo se verá afectado el equilibrio entre las diferentes áreas de tu vida al lograr esta meta?
- ¿Qué es lo peor que podría pasar si logras esta meta?
- ¿Qué es lo mejor que podría pasar si alcanzas esta meta?



Prework:

Tomando un caso particular con algún colaborador, reúnete con un equipo de tres personas y realiza lo siguiente:



1. Identifica el caso
2. Describe a la persona
3. Describe la situación
4. Elige quien va a representar a esa persona
5. Prepárate a retroalimentar a esa persona
6. Acepta representar el rol de colaborador que te pide tu colega
7. Estúdialo y prepárate

**Prewrite:**

Después de realizar el ejercicio anterior, responde:

● ¿Qué aprendiste dando retroalimentación?

● ¿Qué aprendiste recibiendo retroalimentación?

● ¿Qué aprendiste observando?

**Prewrite:**

De acuerdo a tu participación en el ejercicio de retroalimentación, responde las siguientes preguntas:
¿Qué hice bien? ¿Qué puedo mejorar? ¿De qué me di cuenta?



 **Adrianna Peraza**

 **adrianna@toptraining.com.mx**

 **www.toptraining.com.mx**