

Ya hemos visto la importancia de una buena comunicación oral, pero aun nos falta la parte más importante para transmitir nuestro mensaje: si lo que decimos es fundamental, también lo será cómo lo decimos y lo que transmitimos. En este módulo os vamos a enseñar a comunicar con vuestro cuerpo, a transmitir con vuestra imagen y a seguir un protocolo que os hará brillar con luz propia.

COMUNICACIÓN NO VERBAL, IMAGEN Y PROTOCOLO

MÓDULO 6

0. INTRODUCCIÓN

¿Alguna vez te has parado a pensar en la importancia de la comunicación no verbal? Muchas personas creen que en la comunicación basta con dominar el mensaje y transmitirlo de un modo comprensible, pero no es así. Decimos más sin las palabras que con las palabras. Es lo que se conoce como nivel emocional de la comunicación y que está compuesto por las miradas, el tono de voz, los gestos, las actitudes, etc.

A lo largo del presente módulo veremos los apartados fundamentales que constituyen la comunicación no verbal, siendo conscientes de que el presente tema da para una tesis doctoral, aunque nuestro objetivo es otro, ya que pondremos a tu alcance las herramientas para que tu comunicación sea la más eficaz posible, de un modo sencillo, haciéndote destacar por encima de la media y convirtiéndote en un profesional de éxito. Todos los elementos que te vamos a mostrar se entrenan, nuestro consejo es que interiorices las técnicas hasta que fluyan con total normalidad en tus conversaciones.

A todo esto sumaremos las pautas de imagen y protocolo, ya que junto con la comunicación no verbal, conforman un todo indisoluble a la hora de realizar nuestro trabajo comercial. Ten presentes las técnicas que te mostramos en este módulo en cada una de las visitas comerciales que realices, entrénalas y vigila que las empleas con corrección hasta que las llesves a cabo de un modo automático.

Comencemos.



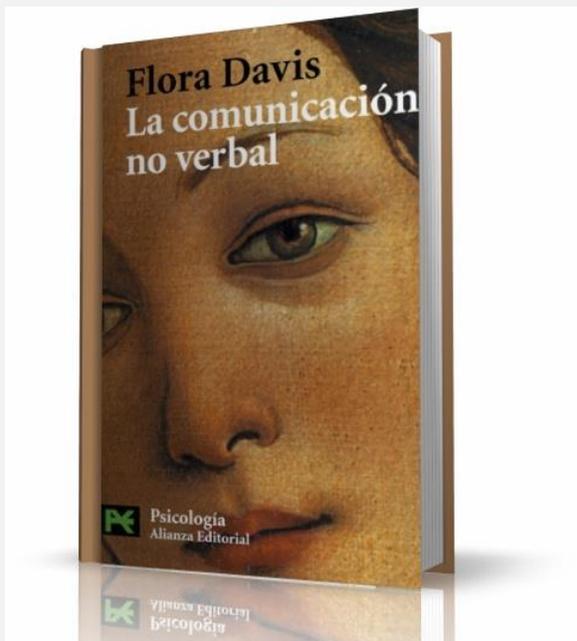
1. ¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN NO VERBAL?

La comunicación no verbal es una forma de expresión en la que **interactuamos con nuestro interlocutor sin emplear palabras**. Podríamos decir que **es todo lo que transmitimos con nuestro cuerpo**. Son gestos, posturas corporales, movimientos, determinadas distancias, risas, suspiros, bostezos, etc.

Lo primero que hemos de dejar claro es que lenguaje no verbal es en parte innato, en parte imitativo y en parte aprendido. Generalmente, distintas áreas del cuerpo tienden a trabajar unidas para enviar el mismo mensaje, aunque a veces, enviamos mensajes contradictorios.

Los diferentes tipos de comportamientos no verbales universales en el ser humano tienen un paralelo evolutivo en otras especies animales: las posturas de dominio y sumisión en encuentros cara a cara entre seres humanos son similares a exhibiciones rituales de agresión y apaciguamiento que establecen y mantienen jerarquías entre otros primates.

Diferentes disciplinas se vienen interesando desde los años 40 por la comunicación no verbal como parte esencial del proceso comunicativo. En el fondo siempre hemos sabido de la importancia de las expresiones corporales a la hora de comunicar, pero recientemente es cuando nos hemos comenzado a interesar en su estudio. En este punto tenemos que recurrir a una experta en la materia como es Flora Davis, para ella las palabras “son tan sólo el comienzo, pues detrás de las palabras está el cimiento sobre el cual se construyen las relaciones humanas (La comunicación no-verbal)”.



Como vemos, Flora Davis nos indica que **las palabras en el fondo no son más que un complemento de lo que expresamos con nuestro cuerpo**. Una de las teorías más asombrosas que han propuesto los especialistas en comunicación es la noción de que algunas veces el cuerpo se comunica por sí mismo, no sólo por la forma en que se mueve o por las posturas que adopta. También puede existir un mensaje en el aspecto del cuerpo en sí, y en la distribución de los rasgos faciales. **El cuerpo se comunica por sí solo**, esto es fundamental. Es por eso que en muchas ocasiones un mensaje oral realmente bueno falla, ya que el cuerpo está lanzando un mensaje diferente al que

pretendemos transmitir mediante la palabra.



Continuando con Flora Davis queremos resaltar el siguiente párrafo de su obra “La comunicación no verbal”: “el mensaje que se transmite por el aspecto personal no es solo el que se refiere a la persona en sí sino también a lo que ella expresa. Un acalorado discurso político pronunciado por un hombre de mirada apagada, de rostro de rasgos caídos y de posición corporal incorrecta, no resulta atractivo. El orador nos indica con su aspecto que no tenemos necesidad de prestarle atención, ya que nada interesante tiene que decir. Algunos observadores políticos afirman que en el famoso debate televisivo entre Kennedy y Nixon en el año 1960, el contraste entre la obvia vitalidad de Kennedy y el cansancio de Nixon (sumado a su habitual poca expresividad) fue más definitorio que todas las palabras que dijeron.” Aplicado a las ventas la pregunta sería ¿se puede llegar a perder una venta por la comunicación no verbal? La respuesta rotunda es sí. Podemos llegar a perder una y todas las que nos vayamos proponiendo hasta que no trabajemos convenientemente este aspecto de la comunicación.

Los estudios del investigador Albert Mehrabian revelan que en una conversación cara a cara la comunicación no verbal aporta más del 65% mientras que el lenguaje verbal apenas supone el 35%. Otros autores llegan a hablar de un 70-30 a favor de la comunicación no verbal. De todos modos el interés real no es el de cifrar ese porcentaje (dejemos a los expertos que se pongan de acuerdo), sino quedarnos con la idea de que **conocer el verdadero significado de los mensajes que transmitimos mediante el lenguaje corporal es clave para comunicarnos de manera exitosa.**

Tenemos que tener siempre presente que la responsabilidad en la comunicación recae en todo momento en el emisor, en nosotros mismos, no en el receptor (cliente). Borremos de nuestro vocabulario la pregunta “¿me has entendido?” y pasémosnos al “¿me he explicado?” Seamos responsables de lo que decimos y asumamos que si nuestro mensaje no es interpretado como nosotros esperamos es porque hemos fallado en el proceso comunicativo, porque no ha existido una buena sintonía entre lo que hemos expresado con palabras y lo que hemos transmitido con nuestro cuerpo.



2. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN NO VERBAL

Ahora que ya hemos visto la importancia de la comunicación no verbal cuando transmitimos nuestros mensajes, es el momento de adentrarnos en aquellos elementos que juegan un papel fundamental en la comunicación no verbal. Según algunos autores podemos hablar de 5 o 6 factores que influyen en la comunicación no verbal; veamos los que podemos considerar los 5 principales:

La expresión facial: es la forma más común de expresión no verbal. A través de la mímica de la cara (movimiento de las cejas, labios, músculo facial, etc.) es posible averiguar el estado de ánimo de muchas personas, así como sus sentimientos de temor, felicidad, sorpresa o enojo. Tal y como dice el refrán: “La cara es el espejo del alma”, por lo que resulta indispensable lograr el control de las expresiones que transmitan disgusto u hostilidad para mantener la calma durante el proceso comunicativo. Esto no significa que esos estados de ánimo desaparezcan, eso es imposible, sino que los dejemos de lado en el momento oportuno para poder ejercer la comunicación correctamente.



Los gestos: cuando se utilizan las manos, piernas y brazos para gesticular, se están expresando sentimientos y actitudes. Una persona entusiasta y vital acompañará la conversación con gestos amplios y cargados de energía, mientras que otra más reflexiva utilizará movimientos más calmados y armoniosos. Es interesante resaltar el hecho de que

los gestos carecen de universalidad. Debido a este factor, cada gesto puede tener un significado muy distinto según la cultura. Más adelante os daremos algunas claves para utilizar adecuadamente los gestos en el proceso comunicativo.



La postura: es otra forma de comunicación no verbal que nos revela muchos detalles sobre los distintos estados de ánimo. Las posturas verticales y rectas van ligadas a personas equilibradas, mientras que las posturas encorvadas y con la cabeza baja se relacionan con comportamientos depresivos o estados de tristeza. Dominar la postura a la hora de hablar en público es sencillo y muy práctico, ya que le dará vitalidad a nuestro discurso.



El contacto ocular: se trata de una forma más sutil de lenguaje no verbal. La mirada tiene un significado especial en la comunicación, pues el contacto visual es el primero que establecemos con los demás. De este modo, las personas tímidas tienden a desviar la mirada, mientras que las inseguras la bajan y las afectuosas la sostienen. Cuando miramos a los ojos de nuestro interlocutor podemos transmitir desde ánimo y confianza, hasta vergüenza o dolor.

Elementos paraverbales: hacen referencia a otros aspectos de la comunicación no verbal, como el tono, los silencios, la fluidez verbal, etc. La voz está cargada de significados muy sutiles, tanto es así, que los niños pequeños responderán mejor a la entonación que usen los adultos antes que a las propias palabras. También podemos reconocer estos elementos en la voz baja y pausada de los enfermos, que contrasta con el tono alto e intenso de las personas enérgicas.



3. CLAVES PARA UNA COMUNICACIÓN NO VERBAL EFECTIVA

En este punto os queremos dejar un decálogo con los que consideramos los 10 puntos clave para una comunicación no verbal efectiva. No queremos decir con esto que sean los únicos, ya que nos podemos encontrar con diferentes autores que añadan o hagan desaparecer puntos de nuestra lista, pero bajo nuestro punto de vista son los principales, y que si los entrenas conseguirás alcanzar el éxito a la hora de comunicar. Veamos cuales son:

1. La expresión corporal.

A la hora de hablar en público es necesario dominar conscientemente la expresión corporal y aprovecharla para transmitir el mensaje con la mayor expresividad posible, sin caer en exageraciones. Por tanto, la recomendación general es que evites en lo posible posturas que te generen limitaciones o rigidez innecesarias. Controla las expresiones corporales, y evita las posturas rígidas, los movimientos cíclicos y los gestos repetitivos, solo restringen la riqueza expresiva de que puedes disponer. Busca siempre la expresión natural y humana, no robotizada ni programada; se tú mismo en todo momento.

Practica lo más que puedas, frente a un espejo, frente a otras personas, frente a una cámara que te grabe... Busca tu propio estilo y desarróllalo. Y disfruta de todo el proceso.

2. La mirada.

La mirada es de gran importancia a la hora de establecer contacto con quienes nos escuchan. Desatenderla tiene sus consecuencias negativas; aprovecharla significa tener una gran ventaja. Al hablar al público no la debes descuidar, puesto que daría la impresión de que no tienes verdadero interés en quienes te escuchan, o estarías mostrando inseguridad.

La mirada ha de ser activa, intencional, agradable y sincera; sin dureza, con afecto. Tu nivel de persuasión se incrementa cuando estableces un contacto sincero y directo con tu público. Las personas que establecen el contacto visual adecuado resultan más creíbles que quienes no lo hacen.

3. La sonrisa y los gestos faciales.

Al iniciar las relaciones comunicativas así como en situaciones tensas la sonrisa es un arma profusamente usada, mayoritariamente porque cuando se sonríe se produce un “efecto espejo” en el interlocutor, que gracias a la relación causa-efecto genera sentimientos positivos en ambos interlocutores. Con respecto a los gestos faciales os recomendamos el uso de expresiones entusiastas y que se vayan alternando a lo largo de la presentación.



4. Los gestos.

Los gestos han de ser abiertos. Deja que tus manos actúen libremente. Al hacerlo, pronto comenzarán a acompañar, como siempre lo hacen, a tu mensaje y a incorporarse a tu presentación. Recuerda que durante muchos años este proceso natural lo has realizado sin siquiera pensarlo; lo mismo sucederá al hablar en público si les das la libertad necesaria. Los gestos han de acompañar nuestro mensaje aumentando la expresividad del mismo y ayudándonos a describir lo que estamos diciendo. Mantener los dedos unidos cuando se gesticule, las manos por debajo del nivel de la barbilla y evitar cruzar brazos o pies.

También es muy importante tener en cuenta algunas malas praxis que hemos de evitar a la hora de comunicar con gestos: jamás te lleves las manos los bolsillos, o las coloques detrás de tu cuerpo. Así mismo, evita que las manos se queden paradas y bajo ningún concepto te cruces de brazos. Los brazos en jarra reflejan agresividad, por lo tanto también hemos de evitar esta postura. Por último cuidado con el síndrome del brazo muerto, hay personas que solo utilizan un brazo para acompañar su exposición oral, lo que da una mala imagen a la persona que nos escucha.

5. El tono de voz.

Durante la presentación de un producto debemos de ir variando nuestro tono de voz. Un tono monótono a lo largo de la presentación solo va a conseguir aburrir al cliente. Tenemos que mantener atento a nuestro cliente, para ello modularemos el tono de voz elevándolo siempre que queramos destacar algún punto.

6. El saludo.

Podemos saludarnos de dos maneras distintas: con dos besos o con un apretón de manos. El primer saludo se utiliza con personas más cercanas y, el segundo, con desconocidos.

La manera de dar el apretón de manos dice mucho sobre una persona. Si el apretón es débil lo que muestras es pasividad y falta de confianza en ti mismo; si el apretón es demasiado fuerte te muestras dominante y agresivo. Lo ideal es dar un apretón que se sitúe entre los dos que acabamos de describir, de tal manera que te muestres confiado y seguro de ti mismo.

No menosprecies el saludo, recuerda siempre la importancia de las primeras impresiones.



7. Evitar los tics gestuales.

Es muy común que el nerviosismo nos lleve a los tics gestuales. Tenemos que evitar jugar con un bolígrafo o con el anillo, apartarse el cabello, colocarse bien las gafas repetidamente, etc. Todos estos tics provocan distracciones en el oyente y nos restan credibilidad.

8. Vigila los movimientos de la cabeza.

La cabeza ha de acompañar al discurso, tanto cuando hablamos como cuando escuchamos. Una buena técnica consiste en utilizar los gestos de asentimiento al hablar y el gesto de ladear la cabeza al escuchar. Mantener la barbilla siempre erguida y al frente.

9. Controlar la postura del cuerpo.

Si estamos sentados no es aconsejable recostarse en el respaldo, y tampoco desaparecer hundiéndose en la silla. Inclínate hacia adelante cuando escuches y mantente erguido cuando hables. Procura mantener siempre los brazos sobre la mesa. Evita las manos cerradas y los brazos o pies cruzados.

En el caso de estar de pie, no permanezcas totalmente inmóvil, muévete con naturalidad, desplazándote de vez en cuando. Además no se debe dar nunca la espalda al cliente, incluso cuando se utilice una pizarra para escribir adoptaremos una posición lateral, sin dar la espalda.

10. Hablar con seguridad.

Tus clientes necesitan verte convencido de tu idea. Además, debes hablar con claridad y expresividad en el momento de pronunciar tu discurso, y esto tiene mucho que ver con que conozcas, manejes y domines lo más que puedas el contenido de tu discurso y el objetivo que quieres lograr. Esto te dará seguridad y te permitirá hablar con cierto nivel de autoridad, generando convencimiento entre quienes escuchan. Recuerda que comunicamos con el fin de generar una acción en quien nos escucha, en nuestro caso suele ser la venta. Podremos decir que hemos tenido éxito comunicando cuando alcancemos este objetivo.



4. LA IMAGEN PERSONAL



La imagen personal se define como el conjunto de rasgos que caracterizan ante la sociedad a una persona. La imagen física, como código de comunicación no verbal, incluye no solamente las prendas de vestir, sino también el peinado, el maquillaje y los accesorios. Así mismo la postura al estar erguido, sentarse y caminar, la sonrisa, los ademanes, el tono de voz, el contacto visual y la conducta en general. Podemos decir que la imagen es nuestra tarjeta de presentación.

Respecto a la imagen personal, la apariencia es lo primero que se percibe de una persona, lo que «entra por los ojos» va a condicionar la atención que se preste. De ahí la importancia de lograr una buena imagen personal. Imagen que no tiene relación con ir a la «última moda» o tener un «cuerpo perfecto»; se trata de lograr una apariencia agradable, acorde con el lugar y la circunstancia en los que nos encontremos.

Son muchos los componentes que contribuyen a lograr la buena imagen; citaremos algunos de los más evidentes:

COMUNICACIONES PRESENCIALES	
Ropa, calzado, complementos	<ul style="list-style-type: none"> • Que sean cómodos y adecuados a la ocasión. • Buscar colores que favorezcan, evitando las estridencias. • El estilo neutro, formal y elegante, suele adaptarse bien a la mayoría de las circunstancias. • Evitar el desaliño: botones caídos, descosidos, manchas, etc.
Aseo personal	<ul style="list-style-type: none"> • Limpieza y pulcritud. Especial atención a las uñas, el cabello y la barba. • Huir de los excesos en el maquillaje o en el perfume.
Voz y gestos	<ul style="list-style-type: none"> • El volumen de voz ha de ser el adecuado. • Tener cuidado con los gestos, ya sabemos que «nos delatan».



En resumen, para «construirnos» una buena imagen conviene:

- Resaltar los puntos fuertes, sacándoles el máximo provecho.
- Seguir un estilo que no llame en exceso la atención.

En este punto, queremos explicar brevemente **el efecto halo**, que consiste en la realización de una generalización errónea a partir de una sola característica o cualidad de un objeto o de una persona. Es decir, realizamos un juicio previo a partir del cual generalizamos el resto de las características. Si lo pensamos bien este tipo de sesgo es algo que aplicamos muy a menudo casi sin darnos cuenta. Lo hacemos cuando vemos, por ejemplo, a alguien atractivo y asumimos (de forma inconsciente) que también su personalidad nos resultará igual de agradable. “Pocos ven lo que somos, pero todos ven lo que aparentamos.” Nicolás Maquiavelo.

En este sentido, el comercial ha de tener presente que **no hay una segunda oportunidad para dar una buena primera impresión**. La primera impresión que una persona genera en otra impacta, comunica y, en la mayoría de los casos, crea en nuestra mente una idea preconcebida sobre la persona que tenemos delante. Aquí entra en juego la importancia de la imagen física, una de las grandes protagonistas de esta primera impresión.

Como ya hemos visto, la imagen física influye en cualquier tipo de comunicación, pero cuando se trata de las ventas cobra aún mayor relevancia. Podemos afirmar que en el sector de las ventas la imagen es una herramienta más para el comercial. De hecho, **el comercial tiene que tener claro que su primer producto es él mismo**.

No existe una imagen estándar que seguir a la hora de ser comercial, ya que eso dependerá de muchos factores: desde el producto que se vende, la empresa que se representa hasta el cliente que se va a ver. Podemos decir que se trata de dar una buena impresión al receptor con una buena imagen, acorde al lugar y tipo de negocio al que nos dirigimos. Tenemos que ser nosotros mismos, sentirnos a gusto con nuestra imagen personal, si nosotros nos gustamos, nuestra imagen gustará a los demás.

Señalar por último, que la imagen personal conforma un todo junto con la comunicación no verbal. No la descuides bajo ningún concepto a la hora de realizar tu labor comercial. Una buena imagen nos ayudará a realizar nuestra labor de comunicación con éxito.



5.PROTOCOLO

Protocolo proviene del latín,"protocollum", y se refiere al cumplimiento de las reglas generales, que deben observarse en la realización de actos públicos y oficios diplomáticos, es decir es la base para manejarse en ceremonias. Podemos considerar cada venta como una ceremonia en sí misma, y, además, afirmamos que es la tercera pata de la comunicación no verbal, junto con la imagen.

Cuando recibimos invitados en nuestra casa procuramos ofrecerles lo mejor y hacerles la estancia lo más agradable posible. En el mundo de los negocios este deseo de agradar a las visitas debe ser una máxima respetada por todos los integrantes de la organización, ya que



la impresión que los visitantes se van a llevar de la empresa dependerá en gran medida del trato que reciban. La primera impresión es la que más cuenta.

Lo mismo trataremos de hacer cuando seamos nosotros los que realizamos la visita. Tendremos que seguir un protocolo de actuación que nos lleve a que nuestra visita

sea lo más agradable posible. Esto nos ayudará a dejar una buena imagen en la empresa visitada. Tenemos que pensar que en muchas ocasiones somos nosotros mismo (prácticamente) quienes nos hemos invitado a ir a la empresa, por lo tanto es a nosotros a quienes nos toca dar una buena imagen y hacer nuestro paso por la empresa visitada lo más agradable posible.

Veamos a continuación los pasos a dar en nuestra visita comercial atendiendo al protocolo:

1. Primer contacto:

Es normal que el primer contacto cuando visitamos una empresa se produzca con quien está al cargo de la recepción, hasta que nos pasan al despacho donde seremos atendidos. Trata con mucho respeto a la persona de la recepción y trata de ganarte su confianza, no olvides que esa persona es un filtro para las visitas y tenerla a favor nos ayudará cara a futuras visitas.



2. Identificación:

Como visitantes lo primero que hemos de hacer es informar sobre el motivo o asunto que nos lleva a realizar la visita. Es normal, y hasta conveniente, entregar una tarjeta para identificarse.

3. Acogida:

Lo normal es que no nos atiendan inmediatamente, pero que tampoco nos dejen esperando en la recepción hasta que nos reciban. Siguiendo el protocolo nos deben de llevar a la sala de espera o zona equivalente, y hacer todo lo posible para que estemos cómodos. Pero incluso aunque nos dejen esperando en la recepción por tiempo indeterminado no debemos de mostrarnos molestos, aprovecharemos ese tiempo si es posible para ganarnos la confianza de la persona encargada de la recepción, si no fuera posible esperaremos tranquilamente a que llegue nuestro turno o si el tiempo de espera es muy largo, diremos que estamos en la cafetería tomando un café y volveremos en el tiempo pactado.

4. Gestión:

Tenemos que procurar que la persona que atiende a la visita se encuentre cómoda y se lleve una buena imagen nuestra y por lo tanto una buena imagen de nuestra empresa. Veamos algunas pautas de comportamiento:

- Observar las normas más elementales de cortesía y educación: presentarse, saludar, dar la bienvenida, ofrecer asiento...
- Como recién llegados tenemos que sentirnos seguros y confiados; esto ayudará a crear un ambiente más relajado.
- Memoriza datos del cliente, tales como su nombre, la empresa a la que representa, el cargo que ocupa, etc., y llámale por su nombre, esto ayudará a que sienta mayor cercanía y trato personal.
- El desarrollo de estas reuniones no siempre es fácil, a veces surgen fricciones y desacuerdos. No obstante, el comercial deberá manejar la situación de tal manera que su anfitrión se lleve la impresión de que se le ha tratado, en todo momento, con amabilidad y corrección.

4. Despedida:

Es el último paso, si hasta ese momento se ha realizado la visita de un modo profesional, no se puede echar todo por tierra con una despedida inadecuada. Veamos los puntos fundamentales:



- **Agradecer el tiempo que se nos ha dedicado siempre es bueno.** El anfitrión no debe llevarse la impresión de que lo hemos ido a molestar, o que le hemos hecho perder el tiempo.
- **No basta con decirle «adiós»**, procuraremos salir junto a la persona que ha atendido nuestra visita y nos despediremos con un apretón de manos afectuoso, dejando una vez más una impresión agradable en nuestro cliente.

Cumplir estos puntos en nuestra visita, junto con todos los que hemos ido viendo a lo largo del tema, nos ayudará a dar una imagen agradable, profesional, de confianza. Esto garantizará el éxito en nuestras visitas, ya que marcaremos la diferencia con respecto al resto de comerciales.

6.CONCLUSIONES

A lo largo de este tema hemos visto la importancia de la comunicación no verbal. Éramos conscientes de la dificultad de abordar un tema tan amplio sin caer en el exceso, así que como ya has visto te hemos indicado las principales pautas a tener en cuenta a la hora de realizar tu labor comercial. No olvides que transmitimos más con el cuerpo que con las palabras, por ello entrena tu cuerpo, conviértelo en una herramienta que te ayuda a lograr mayores porcentajes de éxito.

No olvides que junto con el cuerpo va la imagen personal, y que debemos de cuidarla para lograr un halo positivo. La imagen para el comercial es su primera tarjeta de presentación. Si a todo esto sumamos el saber dominar las pautas de protocolo a la hora de realizar nuestras visitas, ya nada nos podrá frenar en nuestro camino hacia la excelencia.

“Para hacerse comprender, lo primero que hay que hacer con la gente es hablarles a los ojos”. Napoleón

