

# MÁSTER DE FORMACIÓN PERMANENTE EN COMUNICACIÓN NO VERBAL Y HABILIDADES DIRECTIVAS

12ª edición

Abril 2025  
Abril 2026



MÁSTER EN COMUNICACIÓN NO VERBAL  
Y HABILIDADES DIRECTIVAS

Título Propio



Universidad Europea  
Miguel de Cervantes



100% online

# Contenido

01

- El Máster 02
- Programa y Metodología 08
- Claustro 47
- Admisión, Tasas y Descuentos 91
- Contacto 96

NUESTRA MISIÓN PRINCIPAL

**Formar en POWER SKILLS  
a los profesionales del  
siglo XXI**



**Comunicación  
No Verbal**



**Oratoria**



**Motivación**



**Gestión  
de equipos**



**Liderazgo**



**Marca  
Personal**



**Psicología y  
Personalidad**



**Inteligencia  
Emocional**



**Negociación**



**Influencia y  
persuasión**



**Eficiencia  
personal**



**Creatividad**

# ¿Por qué nuestro Máster?

Los profesionales del segundo cuarto del siglo XXI se van a enfrentar al gran reto de ser mejores que las diferentes inteligencias artificiales que se están desarrollando a un ritmo vertiginoso, si no quieren ver su puesto de trabajo sustituido por un software.

En este contexto, se revela fundamental disponer de las POWER SKILLS que nunca, jamás, podrá tener una inteligencia artificial: habilidades de comunicación, verbal y no verbal, creatividad, capacidad para trabajar en equipo y gestionar equipos, liderazgo, habilidades de negociación, oratoria, empatía, liderazgo, pensamiento analítico,...

Nuestro máster ayuda a nuestros estudiantes, tengan la profesión que tengan, a mejorar su empleabilidad, su adaptación a los diferentes entornos laborales y, por supuesto, a mejorar sus relaciones personales, sociales y profesionales, mejorando así su calidad de vida.

El Máster



04

# Peritos Judiciales

Nuestro alumnado, se dedique a lo que se dedique, va a mejorar sus habilidades emocionales, de comunicación, de análisis., de liderazgo, de negociación, marca personal, motivación, creatividad, gestión de equipos, eficiencia personal, etc.

Pero además, de forma más específica, las personas que finalizan el Máster adquieren las competencias necesarias para formar parte de ASENOLVE, la Asociación Española de Comunicación No Verbal, en calidad de SOCIO EXPERTO. Para poder ser SOCIO EXPERTO de ASENOLVE, es necesario demostrar un nivel muy alto de conocimientos científicos, teóricos y prácticos en comunicación no verbal, que muy pocas formaciones otorgan. Pertenecer a esta asociación como SOCIO EXPERTO es, pues, una garantía de excelencia profesional y habilita para entrar en las bolsas de peritaje en análisis de credibilidad y comunicación no verbal, entre otras ventajas. Por tanto, la obtención de nuestro título de Máster habilita para convertirse en Perito Judicial en Análisis de Credibilidad y de Comunicación No Verbal.



# Objetivos del Máster

Este Máster de Comunicación No Verbal y Habilidades Directivas es el único con contenido riguroso **basado en la investigación científica** sobre Comunicación No Verbal de **APLICACIÓN PRÁCTICA INMEDIATA EN EL ÁMBITO PROFESIONAL**.

Así mismo, hemos reforzado mucho el contenido relacionado con las habilidades directivas con nuevos temas y docentes.

Se pretende dotar al alumnado de una base muy sólida y muy práctica a la vez, con el fin de permitirles mejorar sus habilidades de análisis y gestión de la conducta humana. Esta mejora repercutirá en sus habilidades interpersonales e intrapersonales, especialmente en aquellas relacionadas con la dirección de equipos y departamentos, gestión de conflictos, negociación y mediación, gestión comercial y recursos humanos.

# Perfil de alumnado

- Directivos y mandos intermedios
- Directores y gestores comerciales
- Responsables de compras
- Project Managers
- Directores, jefes y responsables de equipo
- Jefes y directores de área o departamento
- Responsables de Recursos Humanos y selección de personal
- Encargados y responsables de atención al público
- Profesionales y público en general que deseen mejorar sus habilidades de comunicación

# ¿Qué distingue a nuestro Máster?

Hay otros másters en Comunicación No Verbal. Pero el nuestro tiene las siguientes características que lo diferencian de cualquier otro:

Nuestro **excepcional claustro de docentes:** combinamos docentes universitarios y profesionales en ejercicio.

Además, contamos con **tres de los investigadores más importantes a nivel mundial en**

**Comunicación No Verbal:** los doctores David Matsumoto, Miles Patterson y Aldert Vrij.



Rigor científico: la Comunicación No Verbal es ciencia. Por ello, en nuestro Máster huimos de las falsas creencias y bulos y **nos apoyamos solamente en la investigación científica.**

El aprendizaje e integración de numerosas **POWER SKILLS** integra la segunda parte del máster.



**Aplicación práctica inmediata:** además de tener mucho fondo teórico, nuestro Máster está pensado para su aplicación en situaciones específicas de la vida profesional y personal, como una negociación, procesos de ventas o compras, gestión de equipos, resolución de conflictos...



**Tutorización y seguimiento personalizado** de alumnos por parte de la experta, formadora y divulgadora más relevante de España: **la doctora Sonia El Hakim**. **La tutoría de alumnos NO se delega, la realiza toda la doctora Sonia El Hakim. De ahí que sólo admitamos 12 alumnos máximo por cada edición.**



Todo el material evaluable está en vídeo, a disposición del alumnado a cualquier hora del día, para que puedan **adaptarse a su propio horario.**

Además, realizamos periódicamente **tutorías voluntarias** en directo a través de videoconferencia para resolver dudas o hacer ejercicios extra.



# Programa y metodología

08



**100% online**



**Tutorías en directo  
individuales y grupales**



**Numeroso  
contenido extra**



**Evaluación  
continua**



**Toda la materia  
evaluable en  
vídeo clases**



**Disponible  
7 días/semana  
24 horas/día**



# Programa y Metodología

09

- **Comienzo: 28 de abril de 2025**
- **Finalización: 30 de abril de 2026**
- **1500 horas (60 créditos ECTS)**
- 100% online.
- 12 módulos + Trabajo Final de Máster.
- Cada módulo se divide en varios temas. Cada lunes, a las 10:00 AM (CET), se abrirán los diferentes temas, según el calendario del curso, y el alumnado dispondrá de una semana (hasta las 9:00 del lunes siguiente) para ver las lecciones teóricas en vídeo, leer las lecturas y apuntes, realizar las actividades obligatorias y el cuestionario correspondiente, y escribir dudas y aportaciones en el foro de alumnos
- El material a disposición del alumnado en cada tema será:
  1. Vídeo-clase teórica (visualización simultánea del docente y la presentación en diapositivas)
  2. Presentación en formato PDF
  3. Lecturas obligatorias y complementarias
  4. Cuestionario basado en la vídeo-clase y las lecturas obligatorias
  5. Actividades obligatorias
  6. Foro del tema
- Además, se hacen tutorías periódicas en directo por videoconferencia, individuales y grupales, con el fin de resolver dudas del alumnado y realizar ejercicios prácticos.

# MÓDULO 1

## Introducción a la Comunicación No Verbal

Módulo introductorio que permitirá entender la importancia de la Comunicación No Verbal en todos los ámbitos de la vida y, en especial, en el ámbito profesional. Se explicarán los principios básicos de la Comunicación No Verbal, los diferentes canales expresivos que se deben tener en cuenta, los determinantes de la Comunicación No Verbal y los fundamentos de análisis, así como los orígenes del estudio de la Comunicación No Verbal.

---

2 semanas: Del 28 de abril al 12 de mayo de 2025

Semana 1: Temas 1.1 a 1.4

Semana 2: Tema 1.5

Programa y Metodología



## Sesión de Bienvenida

Sesión en directo, a través de videoconferencia, de bienvenida y presentación del máster y los participantes. Explicación del funcionamiento de la plataforma. Se dejará grabada en la plataforma a disposición del alumnado.

### 1.1.- Introducción a la Comunicación No Verbal

Abordamos diversas cuestiones previas en el estudio de la Comunicación No Verbal: Terminología, las diferentes aproximaciones al estudio de la CNV, los determinantes y las características. Nombramos los autores principales que han influido en el estudio de la CNV.

### 1.2.- La importancia de la Comunicación No Verbal en el ámbito profesional

Dado el carácter práctico de este Máster, este breve tema tiene como objetivo hacer ver al alumnado las ventajas de dominar esta disciplina de estudio.

### 1.3.- Principios básicos de análisis de la Comunicación No Verbal

Tema fundamental, donde se explican las reglas básicas de análisis de la Comunicación No Verbal, sin las cuales no se pueden realizar interpretaciones acertadas de las observaciones.

## 1.4.- Los Canales Expresivos

¿Qué se estudia en Comunicación No Verbal? Hacemos un recorrido por los canales expresivos no verbales objeto de estudio y que se desarrollarán en posteriores módulos. También se hace una mención al canal verbal, puesto que es absolutamente imprescindible poner en relación la conducta observada con la verbalización asociada, con el fin de detectar posibles incongruencias.

## 1.5.- Trabajo Final de Módulo

Trabajo práctico que permita al alumnado demostrar el nivel de integración de los conceptos teóricos estudiados en los temas del módulo.

# MÓDULO 2

## Las Emociones en el Ámbito Profesional

Las emociones influyen en los procesos de negociación y venta, en la gestión de equipos, en la dirección de personas... Además, están en la base de buena parte de las observaciones que haremos de los diferentes canales no verbales expresivos. Entender, por tanto, cómo funcionan, para qué sirven, qué funciones tienen, qué tipos hay y qué procesos siguen, será esencial para poder obtener conclusiones fiables al observar la comunicación no verbal de las personas que nos rodean.

---

3 semanas: Del 12 de mayo al 02 de junio de 2025

Semana 1: Temas 2.0, 2.1 y 2.2

Semana 2: Temas 2.3 y 2.4

Semana 3: Temas 2.5 y 2.6

Programa y Metodología

13



## 2.0.- Introducción al Módulo

Recorrido por los aspectos fundamentales del Módulo. Qué es imprescindible conocer sobre las emociones a la hora de hacer análisis de Comunicación No Verbal.

## 2.1.- Introducción al estudio de las emociones

En este primer tema, definimos el término “emoción”, y hacemos un recorrido por las diferentes aproximaciones y autores del estudio científico de la emoción: La línea evolucionista (desde Darwin hasta Ekman), la psicofisiológica (James, Lange...), la neurológica (MacLean, LeDoux...), la cognitiva...

## 2.2.- Conceptos básicos en el estudio de la Psicología de la Emoción

Abordamos los conceptos clave del funcionamiento del cerebro que nos permitirán sentar las bases para comprender el proceso emocional: Capas cerebrales (emoción y cognición), hemisferios cerebrales, áreas cerebrales SNA (sistema simpático y parasimpático)... Explicamos la Teoría del Marcador Somático (Damasio) relacionada con la toma de decisiones.

## 2.3.- Definición, tipos y funciones de las emociones

Definición de la emoción, diferencia entre emociones primarias y secundarias, funciones adaptativa, social y motivacional de las emociones básicas. Las Leyes de la Emoción (Frijda). Propiedades para la conceptualización de las emociones (Russell y Lemay).

## 2.4.- El Proceso Emocional

Concepto de aproximación y evitación de las emociones, valencia afectiva y arousal emocional. Explicamos el proceso que sigue una emoción (estímulo, evaluación y valoración, emoción y reacción). Explicación del proceso oponente de Solomon y Corbit.

## 2.5.- Bases biológicas de la emoción

Clase impartida por el Dr. David Matsumoto sobre las emociones básicas y las bases biológicas de la emoción.

## 2.6.- Trabajo Final de Módulo

Trabajo práctico que permita al alumnado demostrar el nivel de integración de los conceptos teóricos estudiados en los temas del Módulo.

# MÓDULO 3

## La Expresión Facial

El canal expresivo facial es sobre el que más investigación científica se ha publicado. En este módulo, haremos primero una revisión teórica sobre el estudio de la expresión facial. Después, introduciremos y profundizaremos en el análisis de la expresión facial de las emociones a través del sistema de codificación más extendido, el FACS (Facial Action Coding System). Y finalmente estudiaremos nuestro protocolo de análisis de la comunicación no verbal, el NOCAP.

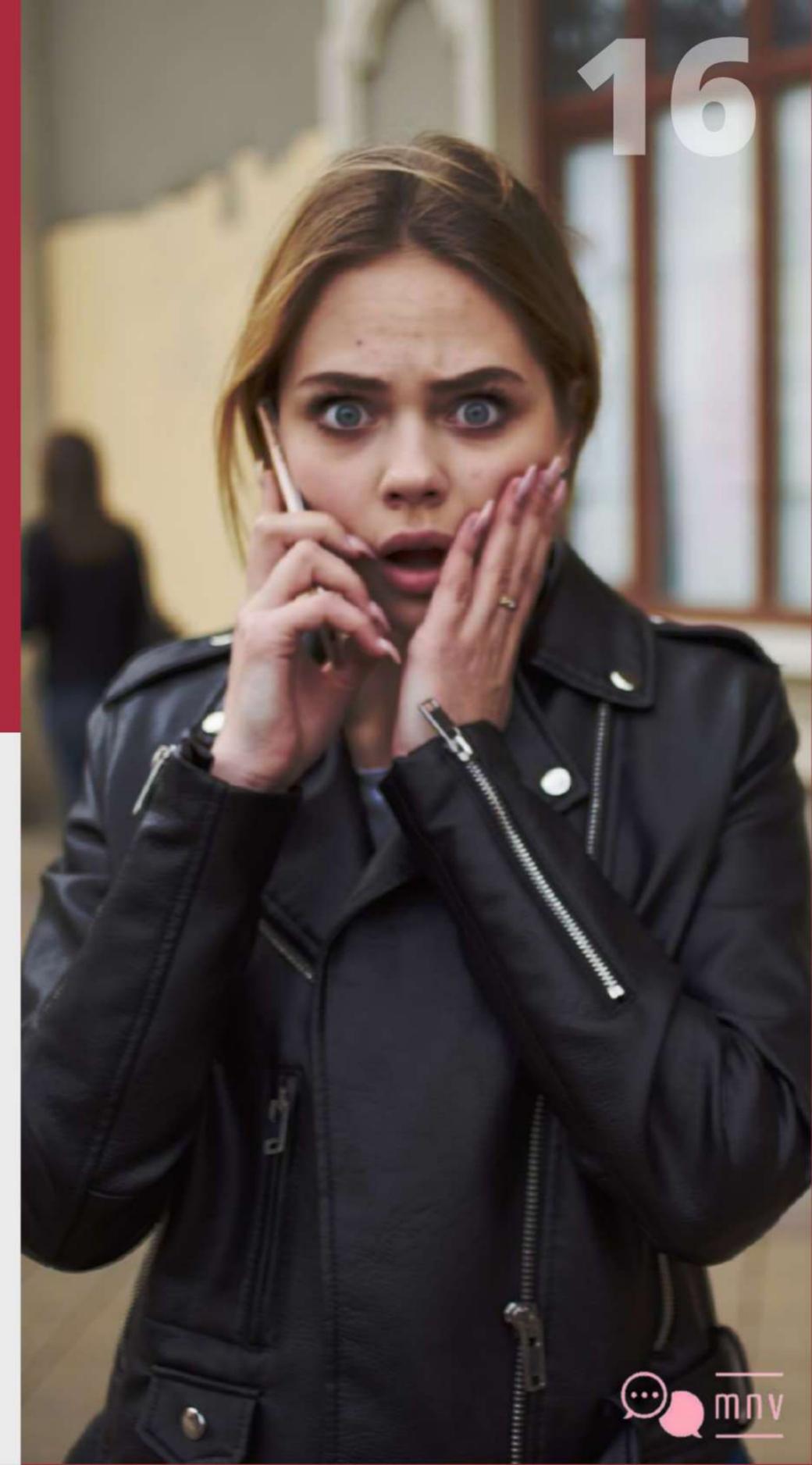
3 semanas: Del 02 al 23 de junio de 2025

Semana 1: Temas 3.1 y 3.2

Semana 2: Temas 3.3 y 3.4

Semanas 3 y 4: Tema 3.5

Programa y Metodología



## 3.1.- Introducción al estudio de la expresión facial

Recorrido por los diferentes autores que han estudiado la expresión facial, desde Darwin hasta Ekman, pasando por Izard, Tomkins, Kring y Sloan. Anatomía de la expresión facial, mecánica de la expresión facial, la expresión facial como componente del sistema de respuesta emocional, funciones de las expresiones faciales, metodología en el estudio de la expresión facial (diferentes sistemas de codificación de la acción facial). Se incluye una clase especial del Dr. Matsumoto sobre las bases biológicas de la emoción, la universalidad de la expresión facial de las emociones, las influencias culturales en la emoción y en la regulación emocional.

## 3.2.- Introducción al sistema FACS de codificación de la expresión facial

Definición del sistema FACS, tipos de signos faciales, puntos de interés para el análisis de la expresión facial (asimetrías, expresiones sutiles, desincronización...). Normas de codificación en el sistema FACS (orden de codificación, intensidad del movimiento...).

## 3.3.- FACS

Definición y explicación de la codificación de las unidades de acción del rostro, siguiendo el sistema FACS de codificación.

## 3.4.- EMFACS

Definición y explicación de la codificación de las unidades de acción referidas a las emociones con expresión facial universal.

## 3.5.- Trabajo Final de Módulo

Trabajo práctico que permita al alumnado demostrar el nivel de integración de los conceptos teóricos estudiados en los temas del módulo. Además, se explicará el protocolo (científico e inductivo) a seguir en los análisis de Comunicación No Verbal: el NOCAP (Nonverbal Communication Analysis Protocol), diseñado en exclusiva por el Laboratorio Código No Verbal.

# MÓDULO 4

## Gestos, Postura y Proxémica

Estos tres canales no verbales expresivos aportan mucha información al análisis de Comunicación No Verbal y permiten entender mejor al interlocutor. Abordaremos las principales investigaciones y clasificaciones sobre gestos, posturas y proxémica.

---

3 semanas: Del 23 de junio al 14 de julio de 2025

Semana 1: Tema 4.1

Semana 2: Temas 4.2 y 4.3

Semana 3: Tema 4.4

Programa y Metodología

## 4.1.- Gestos

Definiremos primero qué son y qué no son los gestos. Explicaremos los orígenes en el estudio de los gestos, así como las diferentes clasificaciones que se han hecho, con una mención especial a la clasificación según Ekman. Por últimos señalaremos algunas consideraciones a tener en cuenta a la hora de analizar los gestos.

## 4.2.- Posturas

Abordaremos el vínculo entre las diferentes y los estados generales de actitud, así como el vínculo entre las posturas y determinadas emociones discretas, con una mención especial a las investigaciones sobre el rapport. Nos referiremos también a los movimientos corporales, incluyendo la forma de caminar.

## 4.3.- Proxémica

Definiremos las diferentes distancias entre personas y su significado, según el autor de referencia, E. Hall. Estudiaremos la influencia cultural en la distancia, explicaremos la hipótesis de equilibrio de la intimidad. Estudiaremos hasta qué punto el género y la edad influyen en las distancias. Haremos referencia a otros autores como Hediger (distancia en animales, extrapolables al ser humano) o Calhoun (Behavioral Sink y la repercusión del hacinamiento). Hablaremos de los ambientes sociófugos y sociópetos (Osmond) y su repercusión en el ámbito laboral. También abordaremos el concepto de territorialidad (Lyman y Scott): Territorios primarios, secundarios y públicos, y formas de introducirse en ellos.

## 4.4.- Trabajo Final de Módulo

Trabajo práctico que permita al alumnado demostrar el nivel de integración de los conceptos teóricos estudiados en los temas del módulo.

# MÓDULO 5

## Paralenguaje, Háptica, Oculésica y Cronémica

El canal del paralenguaje es importantísimo, pues es el relativo a todo lo que tiene que ver con la voz, excepto las propias palabras. El canal háptico (el canal expresivo del tacto) es fundamental en el comportamiento de los mamíferos. Sus implicaciones van desde el afecto más íntimo hasta la agresión. Así mismo, abordaremos en este módulo dos de los canales menos investigados, la oculésica y la cronémica, que estudian el movimiento ocular y la gestión del tiempo, respectivamente.

---

3 semanas: Del 14 al 28 de julio de 2025 y del 01 al 08 de septiembre de 2025

Semana 1: Temas 5.1 y 5.2

Semana 2: Temas 5.3 y 5.4

Semana 3: Tema 5.5

## 5.1.- Paralenguaje

Definición de prosodia y tipos de prosodia (intelectual, inarticulada, intrínseca y emocional). Explicaremos las diferentes unidades y rasgos prosódicos, y cómo matizan el significado semántico del discurso. Nos centraremos por último en la prosodia emocional, señalando el valor del contenido emocional de la voz en la decodificación del mensaje verbal, acabando este tema con los patrones vocales que tiene cada emoción.

## 5.2.- Oculésica

Comenzaremos definiendo este área de estudio dentro del comportamiento no verbal. Explicaremos por qué nos atrae especialmente la región ocular. Investigaciones sobre mirada y emoción. Mención a la investigación que descarta los accesos oculares de la PNL (Wiseman y Watt, 2012).

## 5.3.- Háptica

La importancia del tacto, diferentes investigaciones sobre el tacto en todos los ámbitos. Parámetros del tacto (forma que adopta, zona del cuerpo, existencia o no de reciprocidad...). Determinantes del tacto (contexto, cultura, relación interpersonal, edad, género, personalidad...). Diferentes clasificaciones de las funciones del tacto, desde Heslin (1974) hasta Saluja et al. (2024). El tacto en el ámbito profesional: Investigaciones científicas sobre el leve toque en el contexto del encuentro de servicio entre vendedor y cliente.

## 5.4.- Cronémica

Culturas policrónicas y monocrónicas: Repercusiones en el ámbito profesional. La importancia de entender las diferencias en ambientes profesionales multiculturales. Waiting time, Talk time y Work time: La marca del estatus. Repercusiones de la cronémica en el uso de aplicaciones de mensajería (Whatsapp y similares): Hipótesis del sociómetro de Leary (comprobar si un mensaje nuestro ha sido respondido o no es un intento de revisar nuestro estatus de inclusión).

## 5.5.- Trabajo Final de Módulo

Trabajo práctico que permita al alumnado demostrar el nivel de integración de los conceptos teóricos estudiados en los temas del módulo.

**MASTERCLASS:** "El Modelo Sistémico de interacción no verbal diádica", por el Dr. Miles Patterson

# MÓDULO 6

## Personalidad y Negociación

En la conducta no sólo influyen las emociones. Conocer la personalidad de nuestro interlocutor es clave para poder entender, adaptarnos y predecir sus conductas. De esta forma, gestionaremos mejor los equipos, negociaremos mejor y conseguiremos resultados más satisfactorios. En este módulo, después de introducirnos en el estudio de la personalidad, aprenderemos a perfilar la personalidad de un individuo en base a su conducta y su comportamiento no verbal, a través del modelo PEN de Eysenck.

---

3 semanas: Del 08 al 29 de septiembre de 2025

Semana 1: Tema 6.1

Semana 2: Temas 6.2 y 6.3

Semana 3: Tema 6.4

Programa y Metodología

25



## 6.1.- Introducción al estudio de la personalidad

Definiciones de la personalidad y conceptos afines. Enfoques de estudio de la personalidad (enfoques estructurales y procesuales), paradigmas en el estudio de la personalidad. Unidades de descripción y análisis de la personalidad. Estabilidad y cambio de la personalidad. Métodos de estudio de la personalidad. Evaluación de la personalidad.

## 6.2.- Perfilación indirecta de personalidad a través del modelo PEN

Origen de la perfilación indirecta. Origen y descripción del modelo DISC de Marston y equivalencia con el modelo PEN de Eysenck. Origen y descripción del modelo PEN. Definición de los macro-rasgos del neuroticismo, la extraversión y el psicoticismo, pertenecientes al modelo PEN.

## 6.3.- Personalidad y negociación

Definición de los sistemas BIS y BAS de Grey y su repercusión en la negociación. Negociar con los diferentes tipos de perfiles de personalidad.

## 6.4.- Trabajo Final de Módulo

Trabajo práctico que permita al alumnado demostrar el nivel de integración de los conceptos teóricos estudiados en los temas del módulo.

# MÓDULO 7

## Habilidades Directivas 1

Este primer módulo de habilidades directivas se centrará en las habilidades personales. Para ello, repasará los principios de la psicología de la persuasión (qué factores influyen en que una persona diga “sí” al requerimiento de otra), cómo aplicar esos principios, y cómo defenderse de ellos si es necesario. Se proporcionará al alumno herramientas para redirigir la atención del interlocutor antes de la transmisión de un mensaje importante de forma que se le sitúe en un estado mental propicio a la aceptación de este mensaje. Se definirá un protocolo para identificar, clasificar, comprender e influir a las personas con las que deberemos tratar en la búsqueda de nuestros objetivos. Así mismo, se trabajarán conceptos tan fundamentales para cualquier profesional como son la motivación, la creatividad y la eficiencia personal.

3 semanas: Del 29 de septiembre al 20 de octubre de 2025

Semana 1: Temas 7.1, 7.2 y 7.3

Semana 2: Tema 7.4, 7.5 y 7.6

Semana 3: Tema 7.7

Programa y Metodología



## 7.1.- Principios generales de la Influencia

Introducción al estudio de la psicología de la persuasión. Se analizarán los principios psicológicos básicos que subyacen a los procesos de influencia: Compromiso/Coherencia, Reciprocidad, Validación Social, Escasez, Simpatía y Autoridad. Se presentarán igualmente diferentes tácticas de influencia asociadas a cada uno de los principios enumerados y cómo aplicar estos principios en el ámbito profesional. De igual modo, los alumnos podrán descubrir cuándo y de qué modo otras personas tratan de influir sobre ellos.

## 7.2.- Persuasión anticipada

Este tema está basado en cómo predisponer al interlocutor para que sea más favorable a nuestras demandas. Para ello se analizarán fundamentalmente los siguientes enfoques: el modelo de aprendizaje del mensaje, la teoría de la respuesta cognitiva, el modelo heurístico y el modelo de probabilidad de la elaboración.

## 7.3.- Estrategias de influencia en la empresa

Este apartado está estrechamente conectado con módulos anteriores, pues se basa en analizar qué elementos de la comunicación afectan a la persuasión y cómo se deben gestionar éstos para conseguir nuestros objetivos. También se reflexionará sobre la cara y la cruz de la influencia y la persuasión en la empresa.

## 7.4.- Motivación

La motivación es un pilar fundamental en el liderazgo de equipos eficientes que, en el entorno laboral actual definido por la incertidumbre, ambigüedad, fragilidad..., con equipos híbridos y multigeneracionales, adquiere aún más importancia.

En este tema, el alumnado aprenderá primeramente qué es la motivación (desde el punto de vista científico y aplicado al liderazgo actual), qué factores influyen en ella, su importancia en el liderazgo y los pilares en los que se basa. Posteriormente se trabajará la motivación aplicada al rol del líder, tanto en su propia automotivación, como en la motivación del equipo y adquirirá pautas y estrategias para motivarte y motivar eficientemente a los demás.

## 7.5.- Creatividad

La Creatividad contribuye a solucionar problemas de la organización y a conseguir los objetivos propios y del equipo de forma eficaz. Es la base para la innovación y se ha convertido en una competencia fundamental en el liderazgo. Es importante que el líder la desarrolle y promueva en su equipo.

En este tema, el alumnado conocerá qué es la creatividad, qué la potencia y qué la bloquea, cómo “funciona” el proceso creativo, qué factores y habilidades influyen hacen al líder creativo, y adquirirá diferentes herramientas para fomentar su propia creatividad y la de su equipo.

## 7.6.- Eficiencia Personal

La eficiencia es la facultad de lograr un objetivo o de obtener el mejor resultado empleando la menor cantidad de recursos.

El tiempo es limitado, como también lo es la energía personal: ¿cómo sacar el mejor provecho de mi tiempo disponible para poder conseguir mis objetivos y realizarlo de manera saludable?

En este tema, el alumnado aprenderá los conceptos de la neuropsicología que afectan y/o ayudan a tu productividad personal, adquirirá un mayor autoconocimiento personal respecto a la gestión de su agenda y conocerá cuáles son los hábitos que incrementan tu productividad y las herramientas para ser más efectivo y productivo.

## 7.7.- Trabajo Final de Módulo

Trabajo práctico que permita al alumnado demostrar el nivel de integración de los conceptos teóricos estudiados en los temas del módulo.

**MASTERCLASS:** Comunicación No Verbal para influir en los demás

# MÓDULO 8

## Habilidades Directivas 2

En este módulo el alumno aprenderá a entender la importancia del liderazgo en la empresa y, más concretamente, el papel que el líder está llamado a desarrollar como catalizador del cambio organizativo, en equipos humanos multiculturales e interdisciplinarios en una sociedad compleja. El estudio del liderazgo y su vinculación con la cultura organizativa es clave en la interpretación del clima sociolaboral de las organizaciones y el modo en que éste debe actuar. Por otra parte, el liderazgo por competencias se convierte en el elemento clave para la adquisición, estimulación y desarrollo de un conjunto de conocimientos, capacidades y habilidades que permiten atraer y retener el talento de quienes forman parte de un proyecto de base holística.

El alumnado aprenderá las bases de la negociación efectiva y de influencia de la cultura en la negociación en entornos internacionales.

---

4 semanas: Del 20 de octubre al 17 de noviembre de 2025

Semana 1: Temas 8.1 y 8.2, 8.3 y 8.4

Semana 2: Temas 8.5

Semana 3: Tema 8.6, y 8.,7

Semana 4: Tema 8.8

Programa y Metodología

31



# Temario Módulo 8

32

## 8.1.- El concepto de Liderazgo

Qué es el liderazgo en la empresa. A qué necesidades en la empresa debe responder el líder.

## 8.2.- Perspectivas de liderazgo

En este tema, se ven tres perspectivas del liderazgo: el liderazgo transaccional, el liderazgo transformacional y el superliderazgo (autoliderazgo).

## 8.3.- Estilos de liderazgo

Identificamos los diferentes estilos de liderazgo que hay: el estilo de coacción, el de orientación, el de afiliación, el de participación, el de emulación, el de capacitación y el situacional. También abordamos las formas neuróticas de liderazgo.

## 8.4.- Perfil de referencia para el líder

Repasamos los mecanismos eficaces de influencia del líder y definimos las características de referencia del líder.

## 8.5.- Negociación en la empresa

Frente a la típica negociación posicional, la metodología del "Harvard Negotiation Project" supone una negociación por intereses, en la que el foco está puesto en la persona, y no sólo en el problema a resolver. Así mismo, se explicará la importancia de la preparación previa y de la creatividad en la negociación.

**MASTERCLASS:** Comunicación No Verbal en las negociaciones online

## 8.6.- Liderazgo aplicado

En este tema eminentemente práctico, el alumnado aprenderá a aplicar en el día a día del líder, los conocimientos y competencias adquiridos en los temas anteriores.

Se plantearán diferentes situaciones reales y casos detallados en los que se enfrenta el liderazgo, y aprenderá y practicará las fases necesarias para realizar un análisis y dar solución adecuada a cada uno de ellos.

## 8.7.- Comunicación No Verbal en la negociación intercultural

En este tema, el alumnado aprenderá las claves no verbales de la negociación entre personas de diferentes culturas, que, en muchas ocasiones, es un factor de éxito o de fracaso en una negociación.

**MASTERCLASS:** Comunicación no verbal y cultura. Impartida por el Dr. David Matsumoto

## 8.8.- Trabajo Final de Módulo

Trabajo práctico que permita al alumnado demostrar el nivel de integración de los conceptos teóricos estudiados en los temas del módulo.

**MASTERCLASS:** Ejemplo de informe de comunicación no verbal, personalidad y liderazgo para una toma de decisión empresarial

# MÓDULO 9

## Habilidades Directivas 3

La investigación científica ha dedicado un buen número de estudios a la primera impresión que causamos en los demás y sus efectos. En este sentido, la apariencia es un canal especialmente relevante, aunque no es el único.

En este módulo veremos las claves de una buena primera impresión, la marca personal y diferentes estrategias no verbales para dominar liderar reuniones y negociaciones.

Por último, estudiaremos las claves de la gestión de equipos.

---

3 semanas: Del 17 de noviembre al 08 de diciembre de 2025

Semana 1: Temas 9.1, 9.2 y 9.3

Semana 2: Tema 9.4

Semana 3: Tema 9.5

## 9.1.- La primera impresión y el saludo

Investigaciones científicas sobre la primera impresión. Saludo formal y profesional. Investigaciones científicas sobre la apariencia y su influencia en la primera impresión.

Incluimos en este tema una aplicación práctica del análisis de comunicación no verbal.

## 9.2.- La Marca Personal

La marca personal es la huella o el recuerdo que cada persona deja en la mente de los demás cuando se ha ido. Es nuestra identidad y reputación. En una sociedad altamente competitiva y saturada de perfiles profesionales homogéneos, la marca personal permite identificar, definir y comunicar aquellos valores que nos hacen diferentes de los demás y que nos permiten destacar sobre el resto. Una marca personal positiva consigue convertirnos en la opción preferida en un proceso de selección.

## 9.3.- Estrategias no verbales de liderazgo

Habilidades fundamentales para negociar: La escucha activa y la asertividad. Uso de los diferentes canales de comunicación: ventajas y desventajas de cada uno. La importancia del entorno en negociación (olores, temperatura,...).

## 9.4.- Gestión de equipos

En este tema, el alumnado conocerá la diferencia entre trabajar en grupo y hacerlo en equipo. Aprenderá cuáles son los factores clave para que, como líder, consiga un equipo de alto rendimiento orientado a los objetivos, fomentando la confianza y generando compromiso. Y adquirirá herramientas y recursos para lograr que el equipo se sienta como tal, enfocado y motivado hacia los resultados y a la vez cuidando de las personas.

## 9.5.- Trabajo Final de Módulo

Trabajo práctico que permita al alumnado demostrar el nivel de integración de los conceptos teóricos estudiados en los temas del módulo.

# MÓDULO 10

## Presentaciones Eficaces en la Empresa

Hoy en día, es impensable aspirar a puestos directivos sin tener habilidades de Oratoria. La forma en que se presentan los proyectos, ideas o resultados son tan importantes como el propio contenido de la presentación. En este módulo trabajaremos las herramientas necesarias, verbales y no verbales, para realizar presentaciones eficaces en la empresa.

---

3 semanas: Del 08 al 22 de diciembre de 2025 y del 12 al 19 de enero de 2026

Semana 1: Temas 10.1, 10.2 y 10.3

Semana 2: Temas 10.4 y 10.5

Semana 3: Tema 10.6

Programa y Metodología

37



## **10.1.- Preparación de las presentaciones**

Pasos previos que hay que tener en cuenta antes de realizar una presentación en público. Desde la preparación de la presentación multimedia hasta la elección de la vestimenta.

## **10.2.- Uso del discurso para llegar al público. Tipos de discurso**

Objetivos en el discurso y tipos de discurso. Patrones verbales: Logos, Ethos y Pathos.

## **10.3.- Errores y trampas en las presentaciones. Gestión de situaciones conflictivas**

Gestión de situaciones complicadas durante las presentaciones en público: Herramientas para captar la atención de la audiencia. Gestión de boicoteadores.

## **10.4.- Tipos de público y variaciones en el discurso**

Diferentes tipos de público y adaptación del discurso. Elementos que debe contener siempre una presentación.

# Temario Módulo 10 (cont.)

39

## 10.5.- Comportamiento no verbal en las presentaciones

Comportamiento no verbal aplicado a las presentaciones en público. Dominio de la escena, postura, gestos...

**MASTERCLASS:** "Claves de Comunicación No Verbal en videoconferencias"

## 10.6.- Trabajo final de Módulo

Trabajo práctico que permita al alumnado demostrar el nivel de integración de los conceptos teóricos estudiados en los temas del módulo.

# MÓDULO 11

## Análisis y Detección de Mentiras

"El cliente siempre tiene la razón". Pero no siempre dice la verdad. Poder saber cuándo nos mienten es una inquietud recurrente en todos los profesionales. En este módulo, de la forma más rigurosa y científica, trataremos este complejo y apasionante mundo de la detección de mentiras. Además, basándonos en los mejores métodos policiales, aprenderemos a preguntar de la forma más efectiva posible para obtener información abundante y de calidad.

---

4 semanas: Del 19 de enero al 16 de febrero de 2026

Semana 1: Temas 11.1 y 11.2

Semana 2: Tema 11.3

Semana 3: Tema 11.4

Semana 4: Tema 11.5

Programa y Metodología



## 11.1.- Introducción a la Detección de Mentiras

Investigadores relevantes en Detección de la Mentira (Feldman, Ekman, Vrij, De Paulo, Masip...). Definición de la mentira. Tipos de mentira, diferentes clasificaciones según autores. Origen de la mentira: La empatía cognitiva (Teoría de la Mente). Procesos cerebrales implicados en la mentira: Actividad emocional, gestión conductual y actividad cognitiva. Teoría de la Carga Cognitiva.

## 11.2.- Saber preguntar para obtener información fiable

Descripción de la entrevista cognitiva y las técnicas utilizadas para obtener información de calidad (cambio de perspectiva, cambio de orden, contextualización...).

## 11.3.- Detección de Mentiras: Análisis del contenido

Los diferentes modelos de análisis de contenido. Indicadores estratégicos de mentira. Indicadores CBCA y Listado de Validez (SVA).

# Temario Módulo 11 (cont.)

42

## 11.4.- Detección de Mentiras: Análisis del Comportamiento No Verbal

Indicadores no estratégicos de mentira. Indicadores no verbales en la mentira. Recorrido por los diferentes indicadores de los canales expresivos no verbales que son síntoma de engaño.

## 11.5.- Trabajo Final de Módulo

Trabajo práctico que permita al alumnado demostrar el nivel de integración de los conceptos teóricos estudiados en los temas del módulo.

**MASTERCLASS:** La detección no verbal de la mentira. Dr. Aldert Vrij

# MÓDULO 12

## La Comunicación No Verbal en diferentes ámbitos profesionales

En este módulo, queremos mostrar la aplicación que el conocimiento de la Comunicación No Verbal tiene en distintos ámbitos profesionales. De la mano de expertos en su campo, haremos un recorrido por algunos de los sectores en los que la interpretación de la Comunicación No Verbal es especialmente importante.

---

1 semana: Del 16 al 23 de febrero de 2026  
Semana 1: Temas 12.1 a 12.6

Programa y Metodología

43



## **12.1.- Comunicación No Verbal en procesos de coaching y mentoring**

Tema corto en el que una profesional de reconocido prestigio dentro del mundo del coaching y el mentoring da su visión sobre la utilidad del dominio de la Comunicación No Verbal en su área de trabajo.

## **12.2.- Comunicación No Verbal en el ámbito comercial**

Tema corto en el que una profesional del campo comercial y experta en comunicación no verbal da su visión sobre la utilidad del dominio de la Comunicación No Verbal en su área de trabajo.

## **12.3.- Comunicación No Verbal en la gestión de equipos**

Tema corto en el que un profesional directivo con un equipo a su cargo y experto en comunicación no verbal da su visión sobre la utilidad del dominio de la Comunicación No Verbal en su área de trabajo.

## **12.4.- Comunicación No Verbal en las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad**

Tema corto en el que la Comisario PT y Jefa de la Sección Semiología de la Dirección Nacional de Policía Científica de Uruguay y experta en comunicación no verbal da su visión sobre la utilidad del dominio de la Comunicación No Verbal en su área de trabajo.

## 12.5.- Comunicación No Verbal en el ámbito jurídico

Tema corto en el que una profesional jurista y experta en comunicación no verbal da su visión sobre la utilidad del dominio de la Comunicación No Verbal en su área de trabajo.

## 12.6.- Trabajo Final de Módulo

Trabajo práctico que permita al alumnado demostrar el nivel de integración de los conceptos teóricos estudiados en los temas del módulo.

# MÓDULO 13

## Trabajo Final de Máster

Este módulo consistirá en la realización de un Trabajo Final de Máster (TFM) de carácter práctico, que permita al alumnado mostrar su nivel de adquisición de todos los conocimientos impartidos a lo largo del Máster.

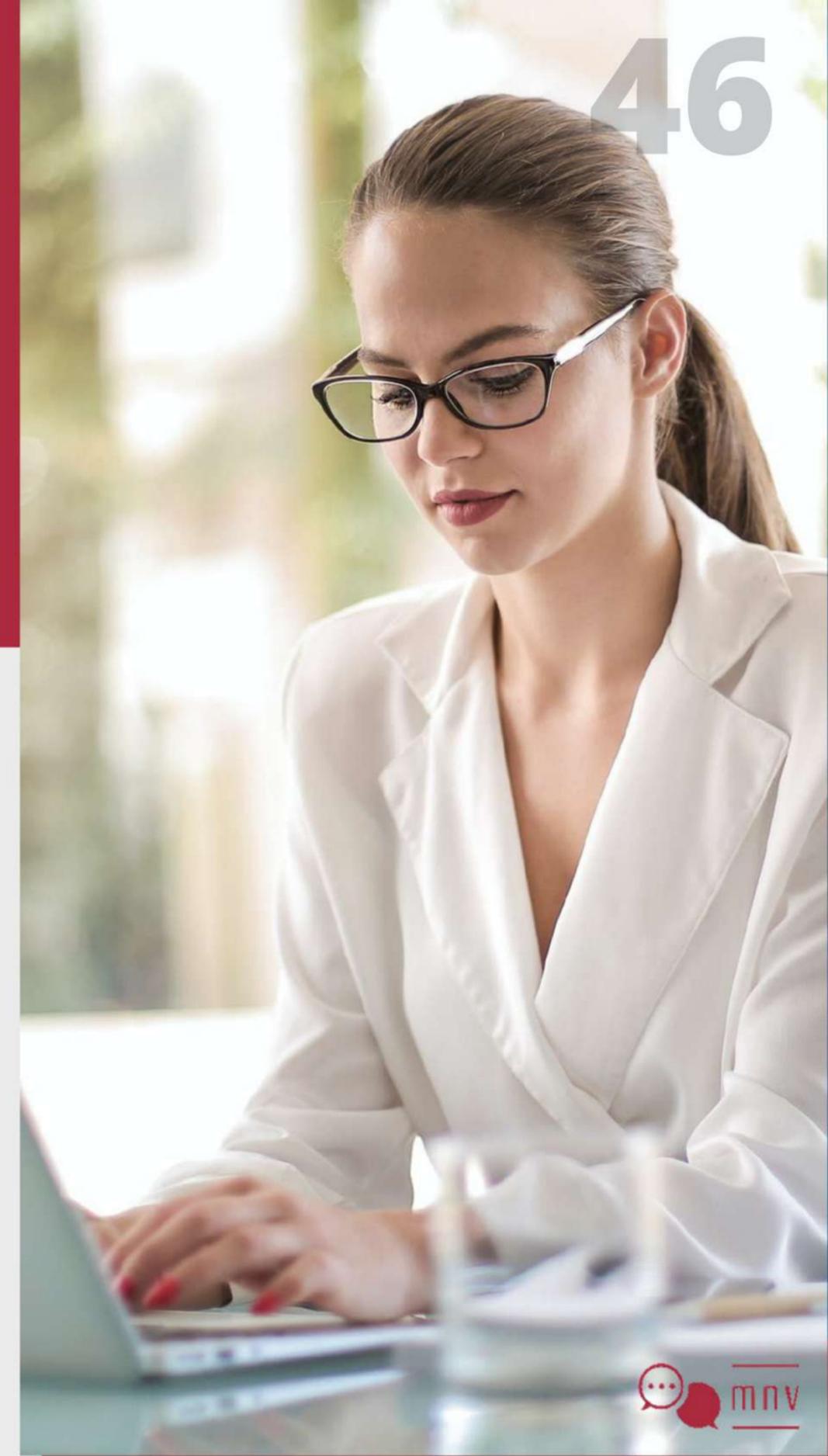
Se dará libertad al alumnado para elegir temática, pero guardando el espíritu riguroso y práctico del Máster.

---

7 semanas: Del 23 de febrero al 30 de marzo y del 13 al 20 de abril de 2026

Defensa oral: antes del 30 de abril de 2026

Programa y Metodología



# NUESTRO EXCEPCIONAL CLAUSTRO DE PROFESORES

- 21 Docentes nacionales e internacionales de prestigio
- Dirigido por la Dra. Sonia El Hakim

# DRA. SONIA EL HAKIM

DIRECTORA ACADÉMICA DEL MÁSTER  
PROFESORA DE COMUNICACIÓN NO VERBAL



**mnv**  
MÁSTER EN COMUNICACIÓN NO VERBAL  
Y HABILIDADES DIRECTIVAS

Título Propio  
**UEMC**  
Universidad Europea  
Miguel de Cervantes

## PRESENTACIÓN



### 3. ESTUDIO DE LOS GESTOS

Estudios actuales

Author	Year	Sample Size	Findings
Ekman & Friesen	1971	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	1975	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	1976	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	1977	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	1978	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	1979	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	1980	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	1981	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	1982	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	1983	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	1984	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	1985	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	1986	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	1987	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	1988	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	1989	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	1990	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	1991	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	1992	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	1993	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	1994	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	1995	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	1996	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	1997	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	1998	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	1999	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	2000	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	2001	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	2002	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	2003	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	2004	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	2005	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	2006	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	2007	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	2008	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	2009	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	2010	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	2011	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	2012	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	2013	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	2014	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	2015	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	2016	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	2017	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	2018	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	2019	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.
Ekman & Friesen	2020	20	Identified 7 basic emotions: happiness, surprise, anger, fear, disgust, sadness, contempt.

Matsumoto, D., & Hwang, H. C. (2013)



### 1. INFORME DE ANÁLISIS DE CREDIBILIDAD

```
graph TD; A[Entrevista Cognitiva] --> B[Indicadores Estratégicos]; B --> C[Análisis de contenido CBCA]; C --> D[Listado de Validez]; D --> E[Indicadores No Estratégicos]; E --> F[Conclusión];
```

VERBAL: A, B, C, D  
NO VERBAL: E, F



# Dra. Sonia El Hakim

DOCENTE Y DIRECTORA ACADÉMICA

- Fuerzas y Cuerpos de Seguridad (Policía Nacional, Policía Local, Guardia Civil y Ejército- Unidad Inteligencia, Carabineros de Chile...)
- Colegio Oficial de Detectives Privados de la Comunidad Valenciana
- Ilustre Colegio de Abogados de Valencia
- Profesora y coordinadora de módulo en el Máster de Gestión de Firmas Jurídicas y Marketing Estratégico del ISDE
- Colegio Oficial de Administradores de la Propiedad Inmobiliaria de Valencia
- Colegio Oficial de Mediadores de Seguros del Principado de Asturias
- Docente invitada en la facultad de Derecho de la Universidad del Este de Argentina
- Docente invitada en la Universidad Pompeu Fabra
- Docente invitada en la Universidad de Valencia
- Ponente en congresos y jornadas nacionales e internacionales
- Ponente invitada en diferentes universidades españolas e internacionales (Instituto Universitario de Yucatán (México), Universidad de Valencia, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa (Perú), Universidad Jesuita de Guadalajara (México),...

## FORMACIÓN ACADÉMICA

- **Doctora por la Universidad de Valencia con la tesis "Comunicación no verbal en el encuentro de servicio" (calificación de sobresaliente Cum Laude)**
- **Licenciada** en Administración y Dirección de Empresas (Universidad de Valencia)
- **Doble máster** universitario en Comunicación No Verbal
- Formada en detección de mentiras, investigación psicológica del delito, interrogatorios y perfilación indirecta de la personalidad por los miembros de la Sección de Análisis de Conducta de la Policía Nacional y los miembros de la Sección de Análisis de Comportamiento Delictivo de la Guardia Civil.
- Certificada en **Economía Conductual** por la Universidad Heritage de EEUU
- **Experta Universitaria** en Neurociencia de la Felicidad (Universidad de Valencia) .

## DIVULGADORA

- Autora del libro CÓDIGO NO VERBAL, editado por el Grupo Editorial Planeta
- TEDx Speaker
- Colaboradora en televisión y radio, con sección fija en Levante Televisión

## ANALISTA

- Única analista en España con sección semanal en radio, prensa y televisión desde hace años
- Perito judicial en comunicación no verbal y análisis de credibilidad



49

Presidenta de la Asociación Española de Comunicación No Verbal (ASENOVE)

Directora de la escuela Código No Verbal

Directora del Máster en Comunicación No Verbal y Habilidades Directivas, título propio de la Universidad Europea Miguel de Cervantes

# DR. DAVID MATSUMOTO

PROFESOR DE COMUNICACIÓN NO VERBAL

Claustro

50

 **Categorías de emoción** 

- **Emociones básicas**
  - Universales para todos los humanos, activadas en el cerebro por un sistema innato biológicamente
- **Emociones autoconscientes**
  - Asociadas con procesos autorreflexivos
    - P. ej., vergüenza, culpa, orgullo...

Hay muchos otros tipos de emociones, como vergüenza, culpa, orgullo, pudor... Éstas se conocen como emociones autoconscientes,

**Influencia de la Cultura en la Comunicación No Verbal** 

- La mayor parte del contenido de los mensajes se transmite de forma no verbal
  - Los canales no verbales ayudan a entender el significado y los estados emocionales



Fuente: AP Photo

Llamemos a este tipo de comunicación "comunicación verbal".

Así esos dos estudios, y varios otros en realidad, vinieron por estar sentado en una conferencia en Nueva York,

 **Emociones** 

- **Reacciones neurofisiológicas transitorias a eventos que tienen consecuencias sobre nuestro bienestar**
  - Requieren un comportamiento de respuesta inmediato
  - Incluyen sentimientos, reacciones fisiológicas, comportamientos expresivos y cambios cognitivos

Y yo defino las emociones, igual que muchos académicos en este campo, como reacciones neurofisiológicas transitorias

# Dr. David Matsumoto

51

Reconocido experto investigador en el campo de las microexpresiones, gestos, emoción y cultura. Profesor de Psicología en la Universidad Estatal de San Francisco (Estados Unidos). Fue coeditor del Sage Handbook of Nonverbal Communication de 2016. Fundador y director del Laboratorio de Investigación de Cultura y Emoción de la misma Universidad. Creó, junto a Paul Ekman, herramientas de aprendizaje de la expresión facial. Es formador de fuerzas y cuerpos de seguridad. Ha publicado numerosas investigaciones de gran relevancia en el campo de la comunicación no verbal, así como numerosos artículos y libros. Actualmente, el Dr. Matsumoto es considerado como uno de los investigadores más influyentes en las áreas de expresión facial, gestos y cultura, dentro de la Comunicación No Verbal.



# DR. MILES PATTERSON

PROFESOR DE COMUNICACIÓN NO VERBAL

## Factores y procesos que determinan el resultado de los procesos diádicos fundamentales

► Biología, cultura, género y personalidad, que influyen en los patrones habituales perceptivos, conductuales y cognitivos y la selección del entorno



Y Wicker es otra persona que ha escrito sobre esto, describiendo la naturaleza de los "entorno de comportamiento".

## Modelo Sistémico de la CNV diádica

Mueve la descripción de los procesos no verbales del nivel individual al nivel diádico.



Éste es un enfoque muy diferente a las teorías anteriores, que se centraban principalmente en la parte del comportamiento,

## Contexto Teórico

Primeras teorías de CNV basadas en el afecto

Teoría del Equilibrio (Argyle y Dean, 1965)



Y predijeron que uno o varios de esos comportamientos se ajustarían para que el nivel de intimidad volviera a estar en consonancia con la intimidad de la relación.

## La Evolución de un Modelo Sistémico de Interacción No Verbal Diádica: Una Evolución Personal

Miles L. Patterson

University of Missouri-St. Louis



¡Hola! Estoy encantado de hacer esta presentación hoy.

# Dr. Miles Patterson

53

Profesor Emérito y antiguo Director del Departamento de Psicología de la Universidad de Missouri-St. Louis. Es autor de más de 100 publicaciones, incluyendo 3 libros y coeditor del Sage Handbook of Nonverbal Communication de 2006. Su libro más reciente, "Más que Palabras: El Poder de la Comunicación No Verbal", fue publicado en diferentes idiomas (entre ellos, en castellano). Ha sido editor del Journal of Nonverbal Behavior y ha estado en la dirección de diversas revistas de Psicología, Comunicación y Sociología. Actualmente, está coeditando un número especial de la revista Frontiers in Psychology sobre los "Avances y obstáculos en la investigación contemporánea de la Comunicación No Verbal". Patterson fue galardonado en 2009 con el Premio a la Investigación y Creatividad del Rector de la Universidad de Missouri. Es miembro de la Asociación Americana de Psicología, la Asociación de la Ciencia Psicológica y de la Sociedad de Psicología Social Experimental.



# DR. ALDERT VRIJ

## PROFESOR DE DETECCIÓN DE MENTIRAS



MÁSTER EN COMUNICACIÓN NO VERBAL Y HABILIDADES DIRECTIVAS

MASTER CLASS

### La base científica para la detección no verbal de mentiras

Bienvenidos a esta charla sobre la detección no verbal de mentiras

Dr. Aldert Vrij  
Psychology Department - University of Portsmouth



#### Indicadores verbales prometedores<sup>1</sup>

##### Quando se dispone de evidencias

Uso Estratégico de Evidencias (SUE): Afirmación – inconsistencias con las evidencias,  $d = 1,27^2$

##### Quando podemos disponer potencialmente de evidencias

Enfoque de verificabilidad (VA): Detalles verificables,  $d = 0,80^3$

##### Quando no hay evidencias disponibles

Evaluación de Credibilidad Cognitiva (CCA): Complicaciones,  $d = 0,58^4$

Si esta persona tuvo realmente un encuentro inocente con alguien, es más probable que diga al menos "ayer comí con tal tipo, puedes llamarle".



#### Evidencia de la detección no verbal de mentiras

##### • Metaanálisis: Indicadores (no) verbales del engaño<sup>1</sup>

- Los indicadores verbales ( $d = 0,17$ ) están más fuertemente relacionados con el engaño que los no verbales ( $d = 0,07$ )

##### • Metaanálisis: Capacidad de detectar el engaño<sup>2</sup>

- Tasas más altas de precisión cuando la gente sólo **escucha** ( $d = 0,38$ ) que cuando sólo **mira** ( $d = 0,10$ ) a la persona objetivo

##### • Metaanálisis: Entrenamiento<sup>3</sup>

- El entrenamiento verbal resultó en una ganancia de efecto medio, y el entrenamiento no verbal en una ganancia de efecto pequeño

Y cuando las personas asisten a una formación en detección verbal de mentiras, se vuelven mejores que cuando asisten a una formación en detección no verbal.



#### Indicadores no verbales de las teorías del engaño

##### Procesos mentales

1. Emoción
2. Cognición

- Carga cognitiva
- Modelos estratégicos

##### Teorías de psicología social

3. Engaño interpersonal
4. Teoría autopresentacional
5. Teoría de psicología moral

básicamente hay un enfoque global que explicará todas estas señales verbales que la gente está buscando, no cinco. Cinco son demasiadas.

# Dr. Aldert Vrij

55

Profesor de Psicología Social Aplicada en la Universidad de Portsmouth (Reino Unido). Su principal área de investigación es la detección de mentiras, verbal y no verbal; lo que ha resultado en más de 600 publicaciones ampliamente citadas. De hecho, un artículo de revisión sobre 100 años de investigación sobre la mentira (publicado en 2022) mostró que Vrij tiene la mayor cantidad de publicaciones y citas en este campo. Colabora estrechamente con profesionales (policía, servicios de seguridad e inteligencia) en el diseño y la realización de investigaciones, así como en la difusión de sus hallazgos. Investiga y proporciona capacitación a profesionales en la Evaluación Cognitiva de Credibilidad. En 2016, recibió el Premio a la Trayectoria del Grupo de Investigación de Entrevistas Investigativas Internacionales en reconocimiento a su contribución significativa a las entrevistas de investigación.



# ALEJANDRO SÁNCHEZ MEROÑO

PROFESOR DE INFLUENCIA Y PERSUASIÓN

**PERSUASIÓN ANTICIPADA**

¿Cómo lo conseguimos?



**LLAMAR LA ATENCIÓN**

**ASOCIACIONES DE IDEAS**





**ESTRATEGIA DE INFLUENCIA EN LA EMPRESA**

**2) IDENTIFICACIÓN**

**A QUIÉN DEBEMOS CONSIDERAR:**

- Clientes / Usuarios
- Jefes, jefes de tus jefes, y directivos
- Trabajadores que hacen el trabajo "real"
- Consejeros / consultores
- Proveedores
- Estrellas y "estrellitas" de tu organización
- Otros afectados por tu objetivo



**ESTRATEGIA DE INFLUENCIA EN LA EMPRESA**

**3) ANÁLISIS**

**CRÍTICOS:**

- Aprovecha la buena relación. No están de acuerdo con tu plan, pero podéis hablar de ello.
- Pueden ser:
  - Incidentales: Puntualmente no están de acuerdo.
  - Vigilantes: Siempre están buscando el fallo.
  - Accidentales: Coinciden en el objetivo, pero no en la forma de conseguirlo ("ahora no es el momento").
- Se trata de entender de forma muy precisa sus objeciones, y de reforzar la relación con ellos.




# Alejandro Sánchez Meroño

57



Máster en Dirección de Empresas y Transformación Digital - MBA por la Universidad Politécnica de Valencia. Ingeniero Superior de Telecomunicación por la Universidad Politécnica de Valencia, Director de Proyectos con certificación PMP del Project Management Institute, Máster en Comunicación No Verbal, y certificación IBM en Ciencia de Datos. Analista y consultor en Comunicación No Verbal. Experto en gestión de equipos, influencia y persuasión. Experiencia de 25 años en todos los ámbitos de las Tecnologías de la Información, tanto técnicos como comerciales y de gestión, y 12 años como director de proyectos internacionales y equipos multidisciplinarios en grandes empresas. Actualmente, project manager en la multinacional tecnológica Hitachi Digital Services.

NUEVA  
INCORPORACIÓN

# MIGUEL ARRIAGA

PROFESOR DE COMUNICACIÓN NO VERBAL

# Miguel Arriaga

59



Licenciado en Empresariales por la Universidad del País Vasco y la Northumbria University de UK. Master de formación permanente en Comunicación no Verbal y Habilidades Directivas, por la Universidad Europea Miguel de Cervantes.

Director comercial con experiencia profesional de 20 años acreditada en compañías en el mundo de la logística y distribución.

Actualmente desarrolla el plan comercial como Director Comercial Regional de Ventas en la empresa DSV A & S en el norte de España.

# DRA. AMI BONDÍA

PROFESORA DE MARCA PERSONAL



# Dra. Ami Bondía

61

Doctora en Comunicación. Especialista en Marca Personal y Nuevas Habilidades para la Era Digital. Colaboradora en el programa «Emprende» (Canal 24h TVE). Ha trabajado en proyectos de innovación educativa con Santillana y ha recorrido medio mundo junto a Alejandro Sanz, como jefa de prensa. Ha publicado tres libros sobre marca personal. Actualmente, ofrece conferencias a nivel nacional e internacional.



# AMAIA AGIRRE

PROFESORA DE ORATORIA



### Conectores

- **Transición argumentativa:** «Ahora que ya he planteado el punto A pasaré al siguiente punto que es...»
- **Visualización :** «A continuación hablaré de...»
- **Enumerativo:** «Me baso en tres argumentos. Mi primer argumento es...; mi segundo argumento es...»
- **Los silencios:** Enfatizan y dan fuerza a tus argumentos y ayudan a entender el paso de una idea a otra.

# Amaia Agirre

63

Periodista, licenciada en Ciencias de la Información, postgraduada en Dirección Universitaria y Normalización Lingüística, Coach certificada por la ICF y consultora del talento asociada a TTI Success Insights. Amplia experiencia liderando equipos de alta cualificación, emprendedora, es socia fundadora de Coaching Factory. Officer en el Club Internacional de Oratoria Toastmasters Bilbao, responsable de eventos y relaciones institucionales de BNI, y coach y mentora en AED, Asociación de Empresarias y Directivas de Bizkaia, y en MET Community. Especialista en Comunicación No Verbal.



# ANGEL MARTÍNEZ MORENO Y DR. RAFAEL FERNÁNDEZ

PROFESORES DE LIDERAZGO

Claustro



# Dr. Rafael Fernández

65

Catedrático de la Universitat de València, en el Departamento de Dirección de Empresas – Juan José Renau Piqueras. Miembro de la Asociación Científica de Economía y Dirección de la Empresa federada en la International Federation of Scholarly Associations of Management, de la que fue miembro del consejo de dirección y secretario hasta septiembre de 1999. Miembro de la European Association of Business Management y de la Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM). Investigador responsable del Estudio «Análisis e Investigación de iniciativas empresariales impulsadas por jóvenes» financiado por Generalitat Valenciana (1999-2008). Investigador de varios proyectos de los planes nacionales y autonómicos de I+D. Director del Máster de Gestión de Concesiones Ford y profesor de los módulos de Recursos Humanos de los Máster de la Universidad de Málaga, Carlos III de Madrid, Comercio Internacional de la Universitat de València y Cámara de Comercio, CENCI de Granada y Dirección de Empresas Turísticas de la Universitat de València. Director del Programa de Doctorado «El trabajo en el siglo XXI» de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universitat de València. Ha publicado varios artículos en revistas especializadas en economía social y en recursos humanos, y ha participado en varios libros.



# Angel Martínez Moreno

66

Psicólogo Social y Especialista en Psicología Clínica. Ha sido responsable municipal de Servicios Sociales y participado en diferentes proyectos, tanto de investigación como de intervención, en el contexto de los Servicios Sociales. En el ámbito de las organizaciones ha sido Jefe de Servicio y Director Técnico de Proyectos del Fondo de Promoción de Empleo del sector Naval en Valencia; Socio Consultor de CTA Consultors, y asesor de alta dirección de diferentes organizaciones, tanto industriales como de gestión de servicios y de intervención psicosocial; Director Técnico de la empresa de Consultoría de RR.HH y Proyectos Paina Consultoría, Subdirector Económico del Hospital de Liria de la Generalitat Valenciana. Actualmente es Psicólogo Clínico y consultor en el área de Organización, Recursos Humanos y Desarrollo de Proyectos en Aduma Psicología. Asimismo es Profesor Asociado de Psicología Social en la Facultad de Psicología de la Universitat de València desde 1996. Profesor en los máster de Habilidades Directivas y de Coaching y Liderazgo de la Universitat de València, entre otros.



# ANNA MORROS

PROFESORA DE HABILIDADES DIRECTIVAS

**INTRODUCCION**

Fijate bien en estas empresas

**1. DEFINICION**

**4. PRINCIPALES TEORÍAS**

**Teorías sobre el CONTENIDO.**

**Factores Internos**

- Las personas tienen unas necesidades que deben satisfacer.
- Estas necesidades son las mínimas que necesitan.

Teoría de Maslow

Cinco niveles de necesidades ordenadas jerárquicamente: necesidades fisiológicas, de seguridad, sociales, de pertenencia y amor, de estima y de autorrealización.

Las necesidades se convierten en motivación cuando se hacen conscientes e impulsan al individuo a la acción.

**5. MOTIVACION Y LIDERAZGO**

**LIDERAZGO**

**Las 5 I's**  
Generación de Compromiso.

**INFORMA**  
Proporciona la información que necesita para entender lo que se espera de él/ella.

**INSPIRA**  
Conecta a l@s emplead@s con la visión y la misión de la empresa.

**INSTRUYE**  
Apoya a l@s emplead@s con formación, coaching y feedback.

**IMPlica**  
Toma acción con l@s emplead@s para mejorar los procesos y resolver problemas.

**INCENTIVA**  
Despliega sistemas adecuados para medir, recompensar y reforzar los comportamientos deseados.

# Anna Morros

68

Licenciada en Psicología de las Organizaciones y Trabajo (Universidad de Barcelona). Máster en Comunicación No Verbal y Habilidades Directivas (Universidad Europea Miguel de Cervantes).

Máster en Recursos Humanos (EADA- Barcelona), Máster en E-learning (Educación y TIC) (UOC).

Amplia experiencia profesional en el desarrollo de personas en la empresa, tanto a nivel técnico como directivo en diferentes tipos de empresas. Actualmente centrada en el campo de la formación, consultoría y orientación, ayudando a profesionales a mejorar sus habilidades personales, sociales y directivas.



# MARÍA JESÚS REIG

PROFESORA COMUNICACIÓN NO VERBAL

# María Jesús Reig

70

Licenciada en Derecho por la Universidad de Valencia, Máster en comunicación no verbal y habilidades directivas por la Universidad Europea Miguel de Cervantes y Postgraduada en Mediación por la Universidad de Valencia.

Su desarrollo profesional en el campo del derecho comprende una amplia experiencia de más de 20 años, en los que ha trabajado, en distintos periodos, como Juez sustituta en los juzgado de Valencia, como Abogada y Mediadora en ejercicio con despacho profesional propio y como Letrada de la Administración de Justicia en los Juzgado de Castellón, donde, actualmente, desempeña su trabajo.

Actualmente, forma parte del equipo docente del Máster de la Abogacía, organizado por el ICACS, en la Universidad Jaume I.

La dirección del equipo de trabajo, por un lado, y conseguir transmitir conocimientos a los alumnos, por otro, fueron los detonantes de su inmersión en el estudio de la comunicación no verbal y las habilidades directivas hasta el punto de haberse transformado, hoy en día, en una parte más de su vida profesional.



# CRISTIAN SALOMONI

PROFESOR DE ANÁLISIS DE CREDIBILIDAD

Claustro



MÁSTER EN COMUNICACIÓN NO VERBAL  
Y HABILIDADES DIRECTIVAS

MÓDULO 11: DETECCIÓN DE MENTIRAS Y  
ANÁLISIS DE CREDIBILIDAD

TEMA 11.3: DETECCIÓN DE MENTIRAS.  
ANÁLISIS DE CONTENIDO



## Análisis de la Realidad de las Declaraciones (Statement Reality Analysis, SRA)

### Criterios derivados de la declaración

- Criterios generales, fundamentales
  - Anclaje, fijación espacio-temporal (concreción de la acción en un espacio y tiempo)
  - Concreción (claridad, viveza)
  - Riqueza de detalles (gran cantidad de detalles en la narración)
  - Originalidad de las narraciones (frente a estereotipos o clichés)
  - Consistencia interna (coherencia lógica y psicológica)
  - Mención de detalles específicos de un tipo concreto de agresión sexual
- Manifestaciones especiales de los criterios anteriores
  - Referencia a detalles que exceden la capacidad del testigo (que van más allá de su imaginación o capacidad de comprensión)
  - Referencia a experiencias subjetivas: sentimientos, emociones, pensamientos, miedos...
  - Mención a imprevistos o complicaciones inesperadas
  - Correcciones espontáneas, especificaciones y complementaciones durante la declaración
  - Auto desaprobación (declaración en contra de su interés)
- Criterios negativos o de control:
  - Carencia de consistencia interna (contradicciones)
  - Carencia de consistencia con las leyes de la naturaleza o científicas
  - Carencia de consistencia externa (discrepancia con otros hechos incontrovertibles)

### Criterios derivados de las secuencias de declaraciones

- Carencia de persistencia (estabilidad en el tiempo y contextos)
- Declaración inconsistente con la anterior



## Protocolo de Michigan

Esta guía presenta los siguientes componentes:

- Preparación del entorno
- Presentación del entrevistador
- Establecimiento de la capacidad del entrevistado para identificar y diferenciar entre verdad y mentira
- Establecimiento de reglas base para la entrevista
- Afianzamiento del rapport con una entrevista de práctica
- Introducción al tema materia de estudio
- Fomento de narrativa libre del menor
- Inicio del interrogatorio
- Clarificación de los hechos
- Cierre



## EL SISTEMA DE EVALUACIÓN GLOBAL (SEG)

- Obtención de la declaración
- Repetición de la obtención de la declaración
- Estudio de la motivación
- Análisis de la validez de las declaraciones
- Análisis de la realidad de las declaraciones
- Análisis de la fiabilidad de las medidas
- Medida de las consecuencias clínicas del hecho traumático
- Evaluación de la declaración de los actores implicados
- Análisis de las características psicológicas de los actores implicados
- Implicaciones para la presentación del informe

71



# Cristian Salomoni

72

Psicólogo, criminalista y actualmente director del IIAC, el Instituto Internacional de Análisis de la Conducta.

Licenciado en Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales por la Universidad de Milán. Post grado en Criminalística, Infoanálisis y técnicas avanzadas en Ciencias Forenses, y Máster en Criminalística por la Universidad Autónoma de Barcelona. Consejero Forense. Inteligencia Criminal y Policía Científica. Máster en Ciencias Policiales por la Universidad de Alcalá de Henares.

Profesor en varias universidades, institutos de negocios y plataformas on line de formación como Domestika. Imparte clase e investiga temas sobre política, comunicación, psicología, ciencias sociales y criminología. Perito judicial en materia de análisis de la conducta. Participa asiduamente con medios de comunicación nacionales e internacionales, colaborando con secciones sobre comunicación no verbal cómo “Sin decir ni pío” en Radio Nacional, “EspeluznARTE” en Radio Nacional o “Giú la Maschera” en La7. Columnista del Wall Street International y en Código Nuevo.



# CURRO SANTACREU

PROFESOR DE NEGOCIACIÓN



**EL ARTE DE LA NEGOCIACIÓN**

1. Negociaciones competitivas o distributivas

Es como si todas las soluciones posibles de la negociación, estuvieran dispuestas a lo largo de una línea recta. Me recuerda mucho a ese juego infantil en donde dos grupos tiran de una cuerda hasta que uno hace caer al otro. "Win-Lose"



**EL ARTE DE LA NEGOCIACIÓN**

El desarrollo de la negociación. Los intereses debajo de las posiciones del otro



El famoso cuento de las dos hermanas que se pelean por la misma naranja sirve de excelente ejemplo para ver las diferencias entre posiciones e intereses



**EL ARTE DE LA NEGOCIACIÓN**

- Definiciones y Objetivos
- Tipos de Negociación
- La preparación de la Negociación
  - Interior
  - Sobre la otra parte
- El desarrollo de la Negociación
  - El Manejo del tiempo
  - Metodología de la Escuela de Harvard
- Como convertir la reticencia en aceptación




# Curro Santacreu

74



Licenciado en Ciencias Empresariales, Agente de la Propiedad Inmobiliaria, Perito Tasador, Fotógrafo inmobiliario y Directivo de banca durante 16 años. Instructor CRS de Negociación y Financiación Inmobiliaria. Gerente y fundador de la única inmobiliaria especializada en la venta de áticos Entreáticos. Ponente en numerosos congresos inmobiliarios. Presidente de la agrupación de empresarios BNI4You

# ELIO MARTÍNEZ

PROFESOR DE COMUNICACIÓN NO VERBAL

Claustro

75



### 1. Búsqueda de/la candidat@ ideal

**Marca Empleadora:** La percepción que los posibles candidatos tienen de la empresa. Una marca empleadora fuerte atrae a candidatos talentosos.

La clave para acortar el tiempo de la selección cuando tengas una necesidad es haber atraído previamente a los buenos candidatos. Por eso, siendo tantas empresas las que buscan a esos candidatos que aportan valor añadido, no debes perder ninguna oportunidad de mostrarte atractivo.

Un candidato, a la hora de elegir el lugar en el que quiere trabajar, no sólo valorará las condiciones económicas, laborales o el lugar de trabajo, sino también lo que significa para él esa compañía, la formación que le va a proporcionar, las oportunidades de progreso, si es una compañía sólida, socialmente responsable, etc.



### 1. Búsqueda de/la candidat@ ideal

#### 1.2 Definición de la necesidad.

Realizar una lista de las características **objetivas** que los candidatos deben cumplir para optar al puesto. (Ejemplo: experiencia navegando en barcos similares, realizando tareas humanitarias, etc).

Analizar la situación actual (equipo actual y contexto) para determinar que competencias aportarían más valor a la organización en este proyecto determinado y en este momento concreto.

Análisis del puesto de trabajo (APT)	→	Análisis del perfil personal (APP)
"Lo que debe hacer"		"¿Cómo lo hace mejor?"



### ¿Qué conseguimos con una gestión eficaz del equipo?

- **Eficiencia Operativa:** Un equipo bien gestionado puede aumentar la eficiencia operativa y productividad.
- **Satisfacción del Empleado:** Una buena gestión de equipos puede mejorar la satisfacción y el bienestar de los empleados.
- **Alcance de Objetivos:** Facilita el logro de los objetivos organizacionales de manera más efectiva y coordinada.
- **Retención de Talento:** Mejora la retención de talento al crear un entorno de trabajo positivo y de apoyo.



### 3. Desarrollo y evaluación del desempeño.

¿Cómo lo hacemos?



# Elio Martínez

76

Director de operaciones en el sector de movilidad.  
Máster en comunicación no verbal y habilidades directivas por la  
Universidad Europea Miguel de Cervantes

Experto en gestión de equipos y selección de personal con más de 10  
años de experiencia.  
Coach certificado por ICF, Máster en programación neurolingüística e  
Inteligencia emocional,



# Isabel Ledesma

PROFESORA DE COMUNICACIÓN NO VERBAL

# Isabel Ledesma

78



Licenciada en Comunicación. Máster en Comunicación No Verbal y Habilidades Directivas,

Comisario PT. Jefa de la Sección Semiología de la Dirección Nacional de Policía Científica. Uruguay.

Registrada como perito judicial en semiología en la Suprema Corte de Justicia de Uruguay.

Profesora y Asesora en el área de comunicación a diferentes organismos públicos y privados.

Experta en comunicación política y empresarial.

# LORENA BAJO

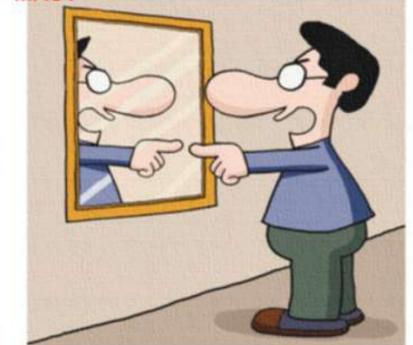
PROFESORA DE COMUNICACIÓN NO VERBAL



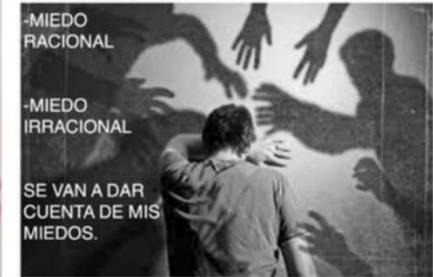
**1. PRESENTACIÓN**  
Para ello, conocer y controlar nuestra comunicación no verbal es clave.  
Tendremos la **posibilidad de actuar** de forma que podamos congeniar con el cliente en ese primer contacto, y así, amoldarnos para consensuar la relación en el tiempo, pues un comercial ha de tener presente que la llave de su continuidad en el sector es mantener la buena relación y reputación en el mismo.



**3. ¿CON QUIÉN ME COMUNICO MÁS?**



**3. ¿CON QUIÉN ME COMUNICO MÁS?**  
**MIEDO**  
-MIEDO RACIONAL  
-MIEDO IRRACIONAL  
SE VAN A DAR CUENTA DE MIS MIEDOS.



**2. LA COMUNICACIÓN CON UN CLIENTE**  
Al hablar sobre un tema, es imprescindible **tener claro** a dónde quiero llegar.  
**LOS DEMÁS CONTANDO UNA HISTORIA**      **YO CONTANDO UNA HISTORIA**



Video: <https://www.youtube.com/watch?v=UdpmKFeWx0>

# Lorena Bajo

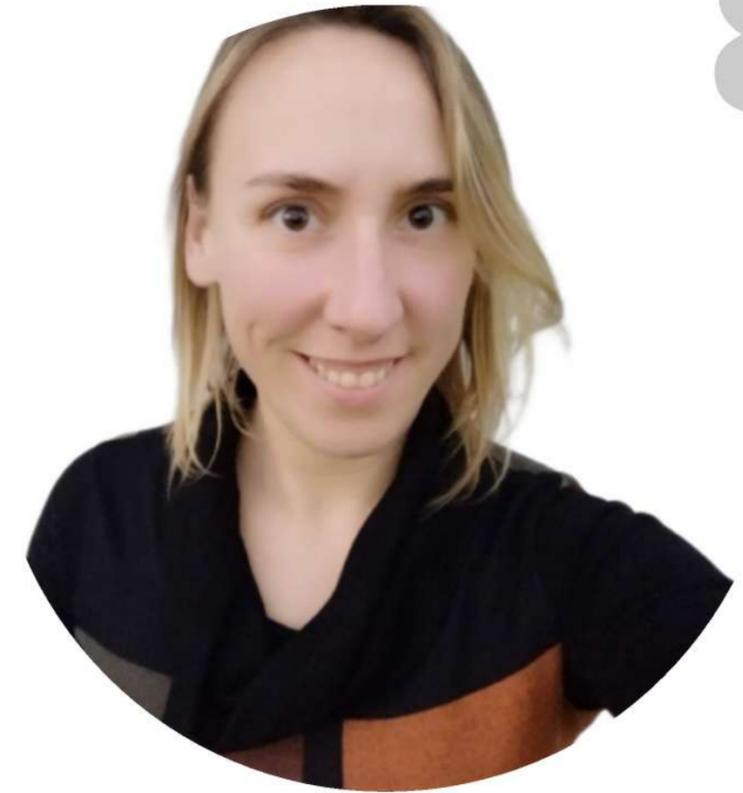
80

Licenciada en Administración y Dirección de empresas por la Universidad de Salamanca.

Máster en Comunicación No Verbal y Habilidades Directivas de la Universidad Europea Miguel de Cervantes.

Experta en seguros por la UNED con 8 años de experiencia en el sector asegurador como agente exclusivo. Coordinadora comercial en la distribuidora de Nestlé de Asturias. Formación como Coach integral, ayuda al cliente a interiorizar nuevas perspectivas sobre la forma de enfocar las situaciones de la vida y como avanzar, con participación en un voluntariado online. Emprendedora Gerente de una Agencia Inmobiliaria con Asesoría Energética.

Con amplia formación y experiencia en la atención al cliente y gestión de personas, trabajando cara al público y con equipos, creando e impartiendo formación en ventas sobre el producto y la comunicación con el cliente además de la creación de objetivos e incentivos.



# DR. LUIS MANUEL BLANCO DONOSO

PROFESOR DE PSICOLOGÍA DE LA PERSONALIDAD



### Alpha y Beta: Dos meta-factores de los Big Five

- **(Alpha):** Emotional Stability, Agreeableness, and Conscientiousness
  - Llamado también **FACTOR DE ESTABILIDAD** por otros autores
  - Se trata de un factor de socialización correcta
- **(Beta):** Extraversión and Openness
  - Llamado también **FACTOR DE PLASTICIDAD** por otros autores
  - Se trata de un factor de crecimiento personal

### MODELO PSICOANALITICO DE PERSONALIDAD

- Importancia experiencias tempranas en personalidad
- Instancia psíquicas estructurales: ello, yo y súperyo
- Conflictos intra-psíquicos y mecanismos de defensa
- Procesos no conscientes
- Dinámica personalidad
- Instintos agresivos y sexuales
- Autores: *Freud, Adler, Jung*

### correlatos conductuales de la búsqueda de sensaciones

Mayor experiencia con drogas  
Ingesta excesiva alcohol  
Edad de inicio temprana

Conducta sexual más activa  
Variación e intercambio de parejas  
Conductas sexuales de riesgo  
Menos preocupación por ETS

Sin embargo, sería un error asociar sólo la búsqueda de sensaciones a conductas negativas. La búsqueda de sensaciones puede contribuir al desarrollo personal y social

# Dr. Luis Manuel Blanco Donoso

82

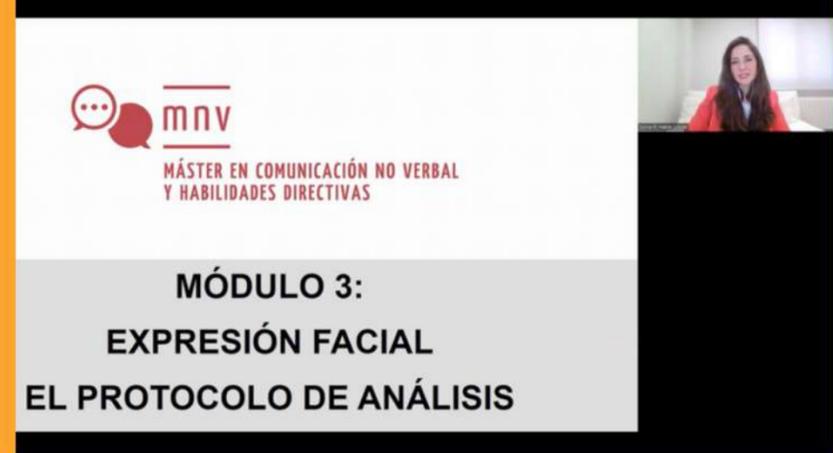
Psicólogo, Doctor en Psicología Clínica y de la Salud, Máster Oficial en Psicología de la Salud y Máster en Psicología Clínica. Sus principales líneas de investigación giran en torno al estudio de la salud mental y bienestar psicológico en el trabajo, los riesgos psicosociales laborales (como estrés laboral, burnout, trabajo emocional, estrés traumático secundario, conflicto trabajo-familia, incivismo en el trabajo, estrés moral...), los procesos de personalidad, afrontamiento y regulación emocional de los individuos y la aplicación de intervenciones psicosociales en el ámbito laboral, profundizando más durante los últimos años en el ámbito de las profesiones sanitarias. Desarrolla su actividad investigadora y docente principalmente en la Facultad de Psicología de la Universidad Autónoma de Madrid desde el año 2008, con el Equipo de investigación Estrés y Salud. Imparte docencia de grado en asignaturas como Psicología de la Personalidad, Evaluación Psicológica y Salud Laboral, y colabora en diferentes posgrados como el Máster Oficial de Recursos Humanos (UAM), el Máster de Intervención en Crisis y Emergencias (UAM) o el Máster en Musicoterapia de la Facultad de Medicina (UAM).



# MARISA VERA

PROFESORA DEL PROTOCOLO DE ANÁLISIS  
DE COMUNICACIÓN NO VERBAL

Claustro

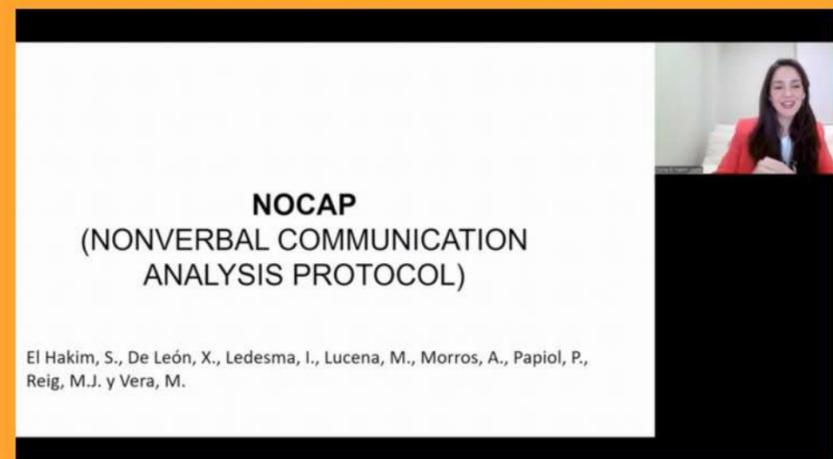


 **MÁSTER EN COMUNICACIÓN NO VERBAL  
Y HABILIDADES DIRECTIVAS**

**MÓDULO 3:  
EXPRESIÓN FACIAL  
EL PROTOCOLO DE ANÁLISIS**



Sonia El Hakim López



**NOCAP**  
(NONVERBAL COMMUNICATION  
ANALYSIS PROTOCOL)

El Hakim, S., De León, X., Ledesma, I., Lucena, M., Morros, A., Papiol, P.,  
Reig, M.J. y Vera, M.



Sonia El Hakim López

83

 **mnv**

# Marisa Vera

84

Gerente de seguimiento de la Relación con el Cliente Front en uno de los grupos aseguradores españoles líderes Experiencia de Cliente. Más de 17 años dedicados al análisis y mejora de la Calidad Entregada-Percebida por el cliente y 4 años como formadora en habilidades para gestionar la emoción del cliente. Licenciada en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte (UE), certificada en Experiencia del Cliente (DEC), Máster en Comunicación No Verbal y Habilidades Directivas (UEMC) y socia experta de la Asociación Española de Comunicación No Verbal (ASENOVE).



# DR. VICENT BLAI BENEYTO

PROFESOR DE PSICOLOGÍA DE LA EMOCIÓN E  
INTELIGENCIA EMOCIONAL



**SISTEMA NERVIOSO**

El sistema nervioso se distribuye en distintas subdivisiones las cuales no resultan excluyentes entre sí.

Su descripción se realiza según distintos criterios:

**Función en el organismo**

- Sistema Nervioso Somático**
  - Control de las acciones voluntarias
  - Movimientos involuntarios conocidos como actos reflejos
- Sistema Nervioso Autónomo**
  - Controla y regula de manera automática los órganos internos como el corazón, estómago e intestinos

**1.- El concepto de Emoción**

¿Qué es la emoción?

**2.- Aproximaciones al estudio de la emoción**

The diagram shows three models of emotion:

- Teoría de James-Lange:** Arousal leads to Emotion.
- Teoría de Cannon-Bard:** Arousal and Emotion occur simultaneously.
- Teoría de los dos factores de Schachter-Singer:** Arousal and Cognitive Evaluation lead to Emotion.

# Dr. Vicent Blai Beneyto

86

Doctor en Psicología de la Emoción y Máster en Psicología Clínica. Cursó la licenciatura y el doctorado en la UNED. Ha desarrollado sus proyectos de investigación en el estudio de la interacción entre emoción y cognición y los posibles beneficios de las emociones positivas en la cognición y la salud. Desarrolla su labor docente en el C.A. de Alzira-Valencia de la UNED como profesor tutor de Psicología. Su cometido es hacer accesibles y llevaderos los estudios de Grado a personas con muchas más responsabilidades que el simple estudio. Ha colaborado con el equipo de investigación del Departamento de Psicología Básica II de la UNED y participado en diversos Congresos Internacionales de Inteligencia Emocional. También desarrolla su labor divulgativa impartiendo cursos y conferencias para dar a conocer, siempre desde una perspectiva empírica, aspectos importantes de la psicología para nuestras vidas como son la Inteligencia Emocional, el Optimismo y la Psicología positiva.



# XIÁN HENRIQUE DE LEÓN BARRAL

PROFESOR DE COMUNICACIÓN NO VERBAL



LAS 5 DIMENSIONES DE HOFSTEDE.

«La cultura es una programación colectiva en la mente de las personas que distingue a los miembros de un grupo o categoría de los de otra».

Geert Hofstede.

Esta frase nos muestra que la cultura es más que una raza o un lugar de nacimiento.



En las culturas indulgentes las costumbres sexuales son menos restrictivas y se puede actuar de forma más espontánea que en las culturas de restricción.

Las culturas de moderación, como muchos países islámicos, tienen expectativas sociales rígidas de comportamiento (vestimenta, bebida, comida, comportamientos, ...)

Debemos tener también en cuenta que dentro de una cultura indulgente como por ejemplo la de los EEUU, nos podemos encontrar con sub-culturas más enfocadas a la moderación como por ejemplo los Amish.



La dimensión de evitación de la incertidumbre expresa el grado en que los miembros de una sociedad se sienten incómodos con la incertidumbre y la ambigüedad.

El tema fundamental aquí es cómo aborda una sociedad el hecho de que nunca se puede conocer el futuro: ¿deberíamos tratar de controlar el futuro o simplemente dejar que suceda?

Los países que exhiben evitación a la incertidumbre mantienen códigos rígidos de creencias y comportamientos y son intolerantes con el comportamiento e ideas poco ortodoxas.

# Xián Henrique de León Barral

90



Tercer ciclo en Economía, MBA en Dirección y Administración de Empresas y MBA en Marketing y Dirección Comercial por la Universidad de A Coruña.

Máster en Comunicación No Verbal y Habilidades Directivas por Código No Verbal, Escuela de Comunicación No Verbal y la Universidad Europea Miguel de Cervantes.

Experiencia profesional en banca de más de 25 años centrada en la venta y negociación con clientes tanto particulares como empresariales e institucionales en diferentes áreas del negocio.

# ADMISIÓN, TASAS E INSCRIPCIONES



Podrán solicitar la admisión en el Máster en Comunicación No Verbal y Habilidades Directivas las personas mayores de edad y que tengan **titulación universitaria** (grado, diplomatura, licenciatura, ingeniería,...)

Con el fantástico programa que te hemos planteado, y con un claustro de excepción, con todas las clases en vídeo, tutorías individuales y grupales, 1500 horas lectivas, 60 créditos ECTS, título universitario (incluido en el precio) ... **¿Te parecería razonable pagar 3.900 € de matrícula?**

**Pues tenemos una gran noticia para ti: ajustamos nuestros márgenes para que el precio de la matrícula sea de sólo 3.200 €.**

Además, se han definido **precios especiales** para personas que cumplan las siguientes condiciones:

Inscripciones formalizadas hasta el 31 de enero de 2025: 2.750€

Inscripciones formalizadas del 1 de febrero de 2025 al 31 de marzo de 2025: 2.900€

Personas en situación de desempleo al momento de formalizar la matrícula y personas con discapacidad (deberán acreditarlo): 2.500€

Alumnos residentes en Latam (deberán acreditarlo): consultar becas

## FINANCIACIÓN

Existe la posibilidad de fraccionar el importe de la matrícula en 6 pagos, sin coste adicional. Para ello, se abonarán solo 400 € en el momento de la inscripción, como reserva de plaza, y el resto en 5 pagos mensuales (pagos del 1 al 5 de cada mes) a partir del mes de inicio de las clases (abril 2025).

# Descuentos especiales

94

Inscripciones formalizadas  
antes del 31/01/2025

Inscripciones formalizadas  
del 01/02 al 31/03/2025

Residentes en países de  
Latinoamérica

Personas desempleadas o  
con discapacidad

~~3.200€~~

~~3.200€~~

~~3.200€~~

~~3.200€~~

**2.750€**

**2.900€**

**consultar**

**2.500€**

Descuentos no acumulables.

Residentes en Latam deberán justificar su residencia para optar al precio con beca

Personas desempleadas o con discapacidad: deberán acreditar su condición

Admisión

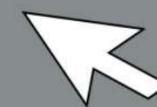


## PLAZO DE INSCRIPCIÓN:

La Matrícula estará abierta entre el **2 de diciembre de 2024 y el 25 de abril de 2025** o hasta cubrir las plazas. Ten en cuenta que, a diferencia de otros másters en otras entidades, nosotros **no aceptamos más de 12 alumnos por promoción**, para poder darles nuestra máxima atención y acompañamiento. Así que no dudes en contactarnos y preguntarnos todas tus dudas y, si lo tienes claro, inscríbete ya para no perder tu plaza.

La inscripción debe realizarse a través de la página web:

<https://www.masternoverbal.es/inscripcion/>



# DATOS DE CONTACTO Y SOLICITUD DE INFORMACIÓN

Puedes indicarnos tus dudas y comentarios en el propio formulario de la web, o a través de los siguientes medios:

Toda la información actualizada sobre el Máster se encuentra en la página web:

<https://www.masternoverbal.es>

Correo electrónico:  
[info@masternoverbal.es](mailto:info@masternoverbal.es)

Teléfono/Whatsapp:  
**(+34) 605 899 756**



# MÁSTER EN COMUNICACIÓN NO VERBAL Y HABILIDADES DIRECTIVAS

**Organizan:**



**Título propio:**

