

2.5. Competencias personales

Cada vez más las empresas demandan profesionales con una serie de competencias personales que puedan ***aplicar de forma transversal a su puesto de trabajo***. Estas competencias ***aportan éxito y un importante valor añadido a la organización***.

- ✍ **Adaptabilidad**. Afronta los cambios. Las empresas valoran cada vez más ***la flexibilidad de sus empleados a la hora de hacer frente a cambios o imprevistos y de aportar soluciones de forma ágil y eficaz***. ***La iniciativa, la proactividad y la flexibilidad son habilidades relacionadas con esta competencia que ayudan a reforzarla***.
- ✍ **Aprendizaje**. Nunca se sabe lo suficiente. ***La voluntad de aprendizaje continuo*** es una competencia muy valorada por las organizaciones. Muchas empresas consideran hoy en día el aprendizaje como un activo decisivo y estrechamente vinculado con la competitividad. Consiste en ***ampliar los conocimientos más allá de un área de trabajo concreta y en actualizarse de manera continua respecto a las nuevas metodologías, procesos o técnicas relacionadas con tu profesión***.

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.5. Competencias personales



- ✍ **Colaboración.** Crea un espíritu de equipo. Aunque seas muy bueno en lo tuyo, has de ***ser capaz de trabajar en equipo, de compartir, de colaborar y de ayudar a otros de manera coordinada con el fin de conseguir unos objetivos comunes.*** El trabajo del siglo XXI no se entiende sin ésta perspectiva colaborativa, transversal y vertical, entre compañeros, grupos, departamentos y proveedores de una misma empresa.
- ✍ **Comunicación.** Construye relaciones eficaces y honestas. Una persona competente en materia de comunicación es ***capaz de transmitir información de forma fluida, clara y veraz, tanto de forma oral como escrita;*** es alguien que expresa sus pensamientos, sentimientos, hechos y opiniones adaptándose a los diferentes contextos ***y que también sabe escuchar de forma activa y empática.***
- ✍ **Creatividad.** Abre la mente, ***imagina y sueña.*** Relacionada con la innovación, la creatividad consiste en ***tener la capacidad de generar ideas, perspectivas y soluciones diferentes para crear nuevos productos o servicios, mejorar ámbitos ya existentes, desarrollar nuevas metodologías o modelos de negocio, etc.***

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.5. Competencias personales



- ✍ **Gestión de la información. Haz más con menos.** La sociedad actual está sobrecargada de datos, información y conocimiento. Por ello, para las empresas es importante ***la capacidad de recopilar, filtrar y clasificar la información con el fin de discernir la que es relevante de la que no lo es.*** Se trata de ***saber organizar los datos de los que dispones de la manera más útil para tu provecho y el de tu empresa.***
- ✍ **Inteligencia social.** Las emociones también cuentan. La inteligencia social o emocional muestra ***la capacidad de conectar con los demás.*** Las organizaciones valoran a aquellos profesionales que son ***capaces de expresar y gestionar sus emociones y de captar las de aquellos que los rodean con el fin de adaptar sus palabras, tono y acciones.*** Se trata de una capacidad ***imprescindible a la hora de colaborar y construir relaciones positivas con grupos de personas en contextos diferentes.***

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.5. Competencias personales



- ✍ **Lealtad.** El bien común es lo primero. Las empresas buscan empleados comprometidos y leales con la cultura y con los objetivos de la organización, ***personas que busquen el bien común por encima de sus propios intereses.*** La lealtad en una organización depende de la calidad moral y de los valores de los empleados, pero también del trato que la empresa les dé como personas.
- ✍ **Motivación.** Cada día es un regalo. La motivación es la ***capacidad de sentirse estimulado por una actividad tanto para iniciarla como para proseguir con ella hasta su total ejecución.*** La motivación está muy relacionada con el ***entusiasmo y con mantener una actitud positiva en el trabajo.***
- ✍ **Responsabilidad.** Tus éxitos y fracasos son tuyos. La responsabilidad es la ***capacidad para asumir el control de tus actividades y supervisar un proyecto de principio a fin, gestionando cada parte del proceso.*** Implica también ***ser capaz de responder a los resultados, sean estos positivos o negativos, y de admitir los posibles errores.***

2.6. Competencias profesionales

Son todas aquellas ***habilidades y aptitudes que tienen las personas que les permiten desarrollar un trabajo de forma exitosa.*** Las ***competencias técnicas*** de una profesión son valoradas para los empleadores, pero cada vez se valoran más todas aquellas ***competencias transversales*** que ***te ayudan a diferenciarte de los demás y te hacen más apto para un tipo de trabajo.***

Existen diferentes tipos de competencias que te identifican y te hacen más o menos apto para un tipo de trabajo. El ***modelo ISFOL (Istituto Per Lo Sviluppo Della Formazione Professionale Dei Laboratori= Modelo de competencias del Instituto para el desarrollo de la formación profesional de laboratorios -Istituto para el trabajo y formación Italiano)*** en su intento por agrupar los diferentes componentes de competencia que se requieren en el contexto funcional, organizativo y estructural, ***identifica tres tipos principales de competencias:***

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.6. Competencias profesionales



- ☑ **Competencias de base**. Son aquellas que permiten el acceso a una formación o a un trabajo, ***son los conocimientos básicos que permiten poder acceder a un trabajo***. Algunos ejemplos de estas competencias son el conocimiento y dominio de la lengua materna, el conocimiento de una lengua extranjera, competencias básicas en matemáticas, competencias básicas en el uso de las TIC's o técnicas para la búsqueda de empleo.

- ☑ **Competencias técnicas**. Hacen referencia a las competencias adquiridas después de haber realizado una formación específica y son específicas de un puesto de trabajo en concreto. Por ejemplo, una persona que se haya formado en cocina, tendría que haber adquirido unas competencias técnicas como el uso de los cuchillos, técnicas de cocción de los alimentos o organización de una cocina. Estas competencias son diferentes en cada profesión y normalmente se adquieren realizando una formación específica.

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.6. Competencias profesionales



☑ **Competencias transversales.** Son todas aquellas *habilidades y aptitudes que hacen que un trabajador desarrolle de forma “eficaz” su trabajo.* Las competencias transversales sirven para desarrollar cualquier profesión y se han adquirido en diferentes contextos (*laborales o no*). Algunas competencias transversales son: trabajo en equipo, responsabilidad, iniciativa, relación interpersonal, disponibilidad para aprender, etc.

Para el ejercicio eficaz de una profesión, debemos ***poner en juego los tres tipos de competencias.***

Las últimas son transversales porque afectan a muchos sectores de actividad, a muchos lugares de trabajo y, lo que es más relevante, están muy en sincronía con las nuevas necesidades y las nuevas situaciones laborales. Estas competencias deben incorporarse en el currículum de la formación profesional como elementos identificadores de una actitud profesional adecuada a los tiempos modernos.

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.6. Competencias profesionales



Competencias transversales

- ✓ **Capacidad de resolución de problemas.** Disposición y habilidad para enfrentarse y dar respuesta a una situación determinada mediante la organización y/o aplicación de una estrategia o secuencia operativa -identificación del problema, diagnóstico, formulación de soluciones y evaluación- definida o no para encontrar la solución.
- ✓ **Capacidad de organización del trabajo.** Disposición y habilidad para crear las condiciones adecuadas de utilización de los recursos humanos o materiales existentes para desarrollar las tareas con el máximo de eficacia y eficiencia.
- ✓ **Responsabilidad en el trabajo.** Disposición para implicarse en el trabajo, considerándola la expresión de la competencia profesional y personal y cuidando de que el funcionamiento de los recursos humanos y materiales sea el adecuado.
- ✓ **Capacidad de trabajar en equipo.** Disposición y habilidad para colaborar de manera coordinada en la tarea realizada conjuntamente por un equipo de personas para conseguir un objetivo propuesto.

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.6. Competencias profesionales



Competencias transversales

- ✓ **Autonomía.** Capacidad de realizar una tarea de forma independiente, ejecutándola de principio a fin, sin necesidad de recibir ninguna ayuda o apoyo. Esta capacidad de trabajar de forma autónoma no quiere decir, no obstante, que en ciertas etapas o tareas concretas el profesional no pueda ser asesorado.
- ✓ **Relación interpersonal.** Disposición y habilidad para comunicarse con los otros con el trato adecuado, atención y simpatía.
- ✓ **Capacidad de iniciativa o habilidad y disposición para tomar decisiones sobre propuestas o acciones.** Si estas propuestas van en la línea de mejorar el proceso productivo, el servicio a los clientes o el producto, podríamos estar ya hablando de la capacidad de innovación.

Además de estas competencias transversales, otras competencias básicas como las competencias tecnológicas básicas o en idiomas son imprescindibles para cualquier trabajador.

Competencias personales y profesionales

- 👉 Analiza tu perfil para conocer a fondo **cuáles son tus características personales y tus competencias que te diferencian de los demás y te ayudarán a conseguir una mejor marca personal.***
- 👉 **Descubre los SECTORES EMERGENTES**, las competencias que te harán mejorar tu CV y realiza las acciones necesarias para conseguir un perfil competitivo y que encaje con tu proyecto profesional.*

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.7. Oralidad

Es frecuente observar cómo hasta el más “pintado” de los hombres de negocios se tambalea cuando tiene que realizar una presentación en público y se enfrenta a la posibilidad de hacer el ridículo ante una audiencia que lo tiene catalogado como un hombre capaz; o ver cómo una madre amorosa llena de anécdotas y recuerdos se queda sin palabras cuando se le ha pedido que hable en la ceremonia donde su hijo mayor se gradúa; u observar a la señorita participante en un concurso de belleza, que ha estudiado y ensayado durante mucho tiempo, enmudecer cuando llega el momento de enumerar las bellezas de su estado.

La oralidad o imagen verbal *es una de las imágenes subordinadas a la imagen personal o institucional que más peso tienen en la conformación de la percepción* debido a que los estímulos que la conforman son las ***palabras en su forma oral o escrita.***

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.7. Oralidad



Un individuo que ***sabe expresarse correctamente***, independientemente de los estudios profesionales que haya cursado, siempre tendrá ***ventaja sobre los demás***, ya que ***será percibido como más capaz***, de ahí que, para adquirir la habilidad, ***siempre será aconsejable tener el deseo de prepararse, la voluntad de atreverse y la disciplina para practicar***, pues se trata de un oficio que ***entre más se hace mejores resultados arroja***.

El manejo de la ansiedad

La ansiedad es un proceso físico-químico natural del que es prácticamente imposible escapar; ante cualquier situación de emergencia, nuestro cuerpo genera una droga natural que se llama adrenalina, cuyo efecto es el de hacernos más capaces para enfrentar el peligro, nos añade fuerza, resistencia al dolor, valentía y muchas otras cualidades que nos permitirán hacer cosas que normalmente no podríamos y que después de pasado “el susto” nos sorprenderán haber podido hacer lo que hicimos.

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.7. Oralidad



Esta droga natural tiene **efectos físicos secundarios desagradables** entre los que se encuentran: producir sudoración excesiva, movimientos corporales incontrolados como temblor de piernas y manos, parálisis total o parcial y sensación de asfixia, reacciones que si bien son desagradables, también son normales. Por fortuna, al hablar en público, existen dos antídotos efectivos para abatir los efectos secundarios, consecuencia de la falta de oxígeno en la sangre ocasionada por la adrenalina; dichos **antídotos** son: La respiración y la sonrisa.

La respiración es la base de un buen funcionamiento orgánico y su práctica correcta mejora nuestro rendimiento físico, mental y espiritual. **La sonrisa** sabemos que produce un efecto en dos direcciones: hacia fuera y hacia dentro. Recordemos que sonreír es el principal código de comunicación no verbal para transmitir confianza, por lo que si abordamos a nuestra audiencia sonriendo no solamente no percibirán nuestra ansiedad sino que lo interpretarán como que estamos gozando el momento con gran seguridad y alegría.

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.7. Oralidad



El solo hecho de sonreír hará que cambie nuestra actitud hacia otra mucha más relajada y positiva. Al sentirnos mejor, actuaremos mejor. Una vez logrado el hecho de dominar la ansiedad ***debemos desarrollar la habilidad de hablar en público eficientemente.*** Esto significa que debemos ***saber entregar nuestro mensaje oral cumpliendo con una serie de requisitos que cualquier audiencia exige*** para poder otorgar su atención y, en última instancia, dar su aplauso en reconocimiento a una buena actuación.

Requisitos que debe cumplir todo mensaje

- ✓ **Sencillez.** Es necesario que adecuemos nuestro mensaje al lenguaje que nuestro público requiere. Un ejemplo típico de falta de sintonía entre un expositor y su audiencia por el uso de un código de comunicación inadecuado , es cuando un médico se dirige a un auditorio lleno de gente común y corriente hablándole como sólo los médicos entienden.

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.7. Oralidad



Requisitos que debe cumplir todo mensaje

- ✓ **Conocimiento.** La clave maestra para que casi siempre puedan hablar acerca de algo es *sólo referirse a lo que saben, lo que sienten, lo que piensan o lo que han vivido.*
- ✓ **Orden.** Requisito indispensable que se debe cumplir para facilitarle a la audiencia el seguimiento de nuestras ideas y se cumple si seguimos un *esquema de estructura similar al de una construcción: 1º. ponemos los cimientos, luego levantamos el edificio y después le ponemos los recubrimientos para finalmente proceder a su venta.* Así, al hablar en público debemos *abrir con algo impactante que capture la atención, después plantear los antecedentes que sustenten el cuerpo de la exposición, y desarrollar la tesis para concluir con un motivo lo suficientemente fuerte para que mueva a la acción.*

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.7. Oralidad



Requisitos que debe cumplir todo mensaje

- ✓ **Brevedad.** Cuando estamos frente a un expositor que habla de manera precisa y no toma más del tiempo necesario para darnos a conocer su mensaje, siempre pensaremos que es mejor que el que se tomó el doble de tiempo y además le agradecemos por siempre el no haber abusado de nuestro tiempo.
- ✓ **Convicción.** Hablar acerca de algo en lo que no creemos o que no nos gusta, generará que nuestra actitud corporal, tono de voz y sentimiento nos delaten y nuestro público lo detecte de inmediato, es por ello necesario que al aceptar hacer una presentación ***no solamente sepamos acerca del tema sino que además creamos que lo que decimos es cierto***, ésa será la única manera de poder transmitir sinceridad y entusiasmo auténticos, de convencer con pasión, porque como decía La Rochefoucauld: ***“Las pasiones siempre convencen”***.

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.8. Expresión escrita

A diferencia de lo que decimos hablando, **lo que escribimos permanece y dice mucho de nosotros**: si nos expresamos mal, si no ponemos intención en nuestras palabras, no sólo podemos dar lugar a malentendidos sino incluso ocasionar graves **consecuencias para nuestras empresas y también para nuestra imagen personal y profesional**.

En la mayoría de los puestos de trabajo, se dedica más del 50% del tiempo a la escritura: desde correos electrónicos o SMS, hasta informes y presentaciones. Por tanto, ***si mejoramos en un tema de tanta importancia, conseguiremos una mayor eficacia y productividad, lo que ayudará a tener mejores resultados.***

La eficacia en la comunicación escrita profesional dependerá de ***si somos capaces de adaptarla al destinatario y causar el efecto que deseamos.***

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.8. Expresión escrita



Estamos en una época en la que ***quien no sabe comunicarse está perdido***. Si sabes comunicar bien, ¡dispones de un arma secreta de enorme poder!

Lo primero que deberías hacer, ***ANTES DE ESCRIBIR un documento o un correo electrónico o cualquier mensaje online u offline, es plantearte cuál es el objetivo del mismo***. Los objetivos pueden variar sustancialmente y muchas veces eso no se tiene en cuenta y ***es algo fundamental para definir el tono, el estilo, el vocabulario, etc. de un escrito.***

SI SE TRATA DE REDACTAR:

- ✍ Escribe correctamente, ***respetando las reglas básicas de gramática y ortografía;***
- ✍ Utiliza ***frases cortas siguiendo preferentemente la estructura: Sujeto – Verbo – Predicado.***
- ✍ Escribe párrafos cortos.
- ✍ Cuando sea posible utiliza el indicativo (forma usual para hablar de hechos reales o hechos que se tienen por ciertos).

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.8. Expresión escrita



- ✍ Evita al máximo el uso del subjuntivo (afirmaciones hipotéticas, inciertas o los deseos) y, el condicional (compuestas por una oración principal y una subordinada, que manifiesta la condición que debe cumplirse para que suceda lo expresado en la principal. Por ejemplo: Si mañana sale el sol, iremos al parque. Habrías llegado a tiempo si hubieses salido antes).
- ✍ Jerarquiza la información, o sea, pon orden y haz hincapié en lo más importante.
- ✍ Utiliza un lenguaje positivo.
- ✍ Evita obstáculos para lograr la eficacia en tu comunicación. Por ejemplo: Expresiones complejas. Tono negativo o censor. Lenguaje subjetivo. Construcciones en voz pasiva (es una construcción verbal en algunas lenguas por la cual se presenta al sujeto como pasivo (sujeto paciente), mientras que la acción ejecutada por el verbo es desempeñada por un complemento (complemento agente) y no por el sujeto agente del verbo en voz activa).

Unidad 2. Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.8. Expresión escrita



Para mejorar tu comunicación:

- ✓ Ordena los pensamientos e ideas.
- ✓ Conoce el buen manejo del lenguaje. Para ello, leer es imprescindible.
- ✓ Aplica algunas normas sencillas que evitan caer en los errores más comunes: - No abuses de jergas o tecnicismos. Procura no escribir como un burócrata oficial, ni utilizar palabras que tu interlocutor pueda no entender. - No uses frases demasiado largas. - Humaniza tus textos, no escribas como si el otro fuera una máquina. Ponte mentalmente su retrato delante y piensa en la otra persona. - Evita los sustantivos. Funcionan mejor los verbos de acción. - No divagues. Sé concreto.
- ✓ Hay cosas que no se deben tratar por escrito: - Procura no criticar a alguien por escrito; puede que acabe llegándole a la persona y no es lo mismo que te cuenten que fulanito ha dicho esto y lo otro, a verlo escrito... - No escribas sobre rumores (ni siquiera en un chat), es probable que ese escrito caiga ante los ojos equivocados. - Si te enfadas, no respondas hasta varias horas después. - Evita los temas confidenciales.

Unidad 3. Asertividad, concisión y coherencia entre imagen personal y profesional

3.1. Asertividad

Es la habilidad personal que nos permite expresar sentimientos, opiniones y pensamientos, en el momento oportuno, de la forma adecuada y sin negar ni desconsiderar los derechos de los demás, es decir, nos referimos a una forma para interactuar efectivamente en cualquier situación que permite a la persona ser directa, honesta y expresiva.

Las consecuencias de adoptar una conducta asertiva son las siguientes:

- ✓ ***Facilita la comunicación y minimiza la posibilidad de que los demás malinterpreten nuestros mensajes.***
- ✓ ***Ayuda a mantener relaciones interpersonales más satisfactorias.***
- ✓ ***Aumenta las posibilidades de conseguir lo que deseamos.***
- ✓ ***Incrementa las satisfacciones y reduce las molestias y conflictos producidos por la convivencia.***

Unidad 3. Asertividad, concisión y coherencia entre imagen personal y profesional

3.1. Asertividad



- ✓ Mejora la autoestima.
- ✓ Favorece las emociones positivas en uno mismo y los demás.
- ✓ Quienes se relacionan con una persona asertiva obtienen una comunicación clara y no manipuladora, se sienten respetados y perciben que el otro se siente bien con ellos.

Características de la persona asertiva:

- ✓ Define sus propios intereses atendiendo a los intereses del otro.
- ✓ Expresa sus opiniones libremente.
- ✓ Sabe manejar situaciones difíciles diciendo la palabra oportuna, de manera oportuna y en el momento oportuno.
- ✓ No permite que los demás se aprovechen.
- ✓ Es capaz de decir lo que quiere, desea y opina.
- ✓ Está satisfecho con los resultados.

Unidad 3. Asertividad, concisión y coherencia entre imagen personal y profesional

3.1. Asertividad



- ✓ No generaliza.
- ✓ Gane o pierda conserva su propio respeto.

La persona asertiva sabe:

- Hacer y recibir cumplidos.
- Rechazar peticiones.
- Realizar peticiones.
- Expresar desagrado.
- Afrontar críticas.

Para ser asertivo/a, ***es esencial conocer el propio estilo de comunicación y ser consciente de los propios estados emocionales internos, recursos e intuiciones. Imprescindible autocontrol, confianza, integridad y adaptabilidad.***

Unidad 3. Asertividad, concisión y coherencia entre imagen personal y profesional

3.1. Asertividad



Muchas de las comunicaciones diarias por parte de muchos profesionales, son transmitidas con pasividad o agresividad, reflejando una imagen dura, insegura, incoherente, distante o fría.

La comunicación de la imagen, es la herramienta a dominar para reflejar una actitud asertiva, a través de las cualidades oportunas según el objetivo.

Ser asertivo/a es una de las cualidades más importantes de saber transmitir personal y profesionalmente en los distintos ambientes profesionales: trabajar en grupo, establecer lazos interpersonales y comunicar en distintos tipos de audiencia. Toda habilidad requiere conocimientos, práctica y aptitud.

Unidad 3. Asertividad, concisión y coherencia entre imagen personal y profesional



3.2. Concisión

Este término está vinculado a la economía de medios y a la brevedad para expresar un concepto con ***precisión y exactitud***.

Lo conciso, suele asociarse al lenguaje y a la expresión. No existe una cantidad determinada de palabras pronunciadas para hacer referencia a la concisión, ya que ciertas explicaciones requieren de un mayor desarrollo. Por otra parte, lo conciso varía según el contexto.

Es posible asociar lo conciso a lo imprescindible para generar sentido. ***Todo lo superfluo o accesorio, por lo tanto, escapa de la concisión.***

Unidad 3. Asertividad, concisión y coherencia entre imagen personal y profesional

3.2. Concisión



En el ámbito de las letras existe un concepto que se conoce como *economía lingüística*, aunque algunos literatos prefieren el de *ahorro lingüístico*. Esta noción se utiliza para referirse a aquellos textos de carácter conciso, donde se dice mucho con pocas palabras. De acuerdo a la teoría del ahorro lingüístico, *todo enunciado debe intentar ofrecer la mayor cantidad de información utilizando la menor cantidad de palabras posible, sustentándose en lo que se encuentra presente en el contexto, lo que ayudaría a alcanzar un significado pleno del mensaje*.

El ejemplo más claro de ahorro lingüístico, y que figura en el libro Guinness de los récords, es una palabra de origen yagán: «*mamihlapinatapai*». De acuerdo a la definición que de ella dio René Haurón, este vocablo significa nada más ni nada menos que *“mirar a otra persona a los ojos, con el deseo y la esperanza de que nos devuelva una mirada invitándonos a realizar juntos una acción que los dos estamos esperando pero que ninguno se atreve a iniciar”*.

Unidad 3. Asertividad, concisión y coherencia entre imagen personal y profesional

3.2. Concisión



Los yaganes o yámanas son un pueblo indígena del archipiélago fueguino en el extremo sur de Sudamérica, en territorio de Chile y Argentina. Su modo de vida tradicional era nómada, se desplazaban en canoas, dedicados a la caza, recolección y pesca. En lo que respecta a su lengua se caracterizaba por ***llevar a la práctica con suma perfección el concepto de ahorro lingüístico: palabras largas que reunían diversas ideas.***