



Universidad Del Sureste, San
Cristóbal De Las Casas, Chiapas.

Proyección Profesional

ENSAYO FINAL

Autor: Abigail Escobar Caballero

Lugar: San Cristóbal de las Casas, Chiapas.

Fecha: 11 de Abril 2021

Resumen:

Cuando partimos desde cualquiera de los criterios de imagen personal, nos daremos cuenta de que en todos va involucrado un proceso físico-psicológico de percepción, que abarca primeramente una sensación que se canaliza al sistema nervioso central para de ahí pasar al proceso cerebral de la aprehensión, desciframiento y comprensión de la causa que la produjo traduciéndola en un efecto semejante a una experiencia o vivencia que a su vez se convierte en una imagen mental de lo percibido.

La forma de vestir es una de las piezas que conforman la carta de presentación de los profesionales y una de las más determinantes a la hora de triunfar en una compañía. Sin embargo, hasta el vestuario más exclusivo no tiene sentido si la actitud de quien lo porta no proyecta liderazgo y personalidad.

Palabras claves: Autoestima, proyección, imagen, comunicación, modelos, vestir, currículum, entrevista, expresión, contacto visual.

Introducción: La unidad I, II, III y IV se hablara como es que un profesional debe proyectarse por medio de distintos factores que ayudaran a equilibra el trabajo con los principio de imagen personal, donde dará a entender como es que podemos mejorar esos aspecto y dar una buena impresión hacia los demás. A si mismo como debe desempeñarse en su ámbito laboral para reflejar una buena imagen hacia los demás que hacer y no hacer en una entrevista de trabajo para dar una mejor descripción hacia el entrevistador

Índice

Unidad 1

Componentes de la imagen.

1.1.Físico.

1.2.¿Qué es la imagen personal?

1.3.Buena imagen.

1.4.El saludo.

1.5.Juntas de trabajo.

1.6.Buena postura.

1.7.Culto al vestir.

1.8.Autoestima.

Unidad 2

Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

2.1 Introducción.

2.2 La comunicación no verbal.

2.3 La imagen corporal.

2.4 Discurso.

2.5 Competencias personales.

2.6 Competencias profesionales.

2.7 Oralidad.

2.8 Expresión escrita.

Unidad 3

Asertividad, concisión y coherencia entre imagen personal y profesional.

3.1 Asertividad.

3.2 Concisión.

3.3 Coherencia (esencia personal).

3.4 Imagen ideal vs. Imagen proyectada.

3.5 Campo profesional e imagen.

Unidad 4

Estereotipos profesionales.

4.1 Trabajo práctico, administrativo, asesoría, consultoría, coaching.

4.2 Protocolos profesionales.

4.3 Diseño de tarjeta de presentación.

4.4 Diseño de Currículum vitae.

4.5 Entrevista de trabajo.

4.5.1 Personal

4.5.2 En línea

4.5.3 Por outsourcing (head hunters).

UNIDAD I

“ Componentes de la Imagen ”

Físico

El desarrollo profesional es un factor muy interesante, donde influyen varios componentes que son muy importante de tener en cuenta a la hora de abordar y de relacionarse con las personas de nuestro entorno. Por lo que debemos desarrollar una imagen profesional integral que combine estos componentes de imagen física, imagen verbal e imagen no verbal.

Podemos decir que una buena presencia física depende básicamente de dos factores:

- La forma de caminar
- La postura

Principio de alineación

El principio de alineación es aquel en donde la cabeza, la espina dorsal y la pelvis forman un eje que debe tener una correcta alineación para caminar correctamente.

Principio de erección

El mensaje nos puede indicar muchas cosas, por ejemplo que el individuo en cuestión viene prácticamente derrotado pues la postura adoptada comunica abatimiento, pesimismo, preocupación y tristeza, eso por sólo mencionar algunos sentimientos. Ahora si esta postura se realiza generando contacto visual, lo que nos comunica es sumisión.

“La postura estando parados o sentados también se convierte en un código de comunicación”.

En una conversación cara a cara si lo que desean hacer sentir a su interlocutor es que están fastidiados con su sola presencia, simplemente

deslícese sobre el asiento hacia delante, llévense una mano a la boca y retírenle el contacto visual y verán el efecto devastador sobre su conversación.

¿Qué es la imagen personal?

Es un conjunto de creencias y asociaciones que perciben los distintos públicos con relación a hechos comunicativos directos o indirectos que se relacionan ya sea con una persona, producto, servicio, empresa o institución.

Para hablar de imagen personal hablaremos del proceso físico-psicológico de percepción, que abarca primeramente una sensación que se canaliza al sistema nervioso central para de ahí pasar al proceso cerebral de la aprehensión, desciframiento y comprensión de la causa que la produjo traduciéndola en un efecto semejante a una experiencia o vivencia que a su vez se convierte en una imagen mental de lo percibido.

Para esto debemos mencionar los tres tipos de imágenes mentales:

- ✓ Las más elementales que corresponden a la retención en nuestra mente de lo percibido y su capacidad de reproducirlo de manera más o menos exacta, es decir, una especie de memoria visual o fotográfica.
- ✓ Las referidas a nuestra capacidad de crear imágenes, a la facultad de la mente que puede reproducir de la memoria, interrelacionar ideas y crear, es decir la capacidad de imaginar.
- ✓ Aquellas que una vez conformadas mediante el proceso físico-psicológico, pueden producir efectos en la conducta de los individuos.

La imagen es percepción

La percepción es “La sensación interior que resulta de una impresión material hecha en nuestros sentidos”

Podemos interpretar como el recuerdo que nos queda después de haber tenido una experiencia de cualquier clase y que evocaremos cada vez que nos refiramos a lo que lo causó.

La imagen publica

La imagen es un resultado y por lo tanto está provocada por algo; es decir siempre nos referiremos a la imagen en su carácter mental.

La imagen producirá un juicio de valor en quien la concibe, por lo que su opinión se convertirá en su realidad.

El juicio de valor es el resorte que impulsa la acción individual consecuente: aceptar o rechazar lo percibido. La conducta estará entonces condicionada por la imagen individual y será producto de la coherencia con el mensaje transmitido.

Buena imagen.

El mundo contemporáneo exige a los ejecutivos ser más competitivos. Por ello, proyectar una imagen de credibilidad y seguridad, se ha convertido en una herramienta fundamental a la hora de promover la confianza y generar autoridad, liderazgo y poder.

La forma de vestir es una de las piezas que conforman la carta de presentación de los profesionales y una de las más determinantes a la hora de triunfar en una compañía. Sin embargo, hasta el vestuario más exclusivo no tiene sentido si la actitud de quien lo porta no proyecta liderazgo y personalidad.

Beatriz Pereira, psicóloga laboral y miembro de la federación latinoamericana de coaching, nos dice “Son los pensamientos estratégicos, los que una vez que son comprendidos permiten que enfoquemos de manera distinta nuestra imagen personal”.

Lola García, asesora de Comunicación e Imagen Integral para Microsoft Empresas, afirmar que la imagen y actitud que un profesional puede llegar a proyectar, es fundamental a la hora de imponer un grado de superioridad. Ella sostiene que “Aunque no se es consciente, todos proyectan su

personalidad a través de la imagen que ofrecen al exterior. Por ello, si no hay prestancia ni una actitud de liderazgo difícilmente, se podrán llevar las riendas del negocio o del puesto de trabajo”.

Logrando el equilibrio

Pensar en un estilo profesional, basado en una identidad propia, acorde a las competencias que se subrayarán como fortalezas profesionales, además del estilo o look propio, forma parte de una construcción estratégica de aquello que se ha propuesto proyectar.

Sotomayor también explicó que al vestirse las personas deben tomar en cuenta el color de su ropa y la hora del día en que la usarán, por ejemplo de mañana, ropa clara y por la noche oscura. Así mismo nos menciona una serie de puntos que se deben considerar:

Reglas para causar una buena impresión: Algunas reglas que debemos seguir para causar buena impresión se basan en cosas que aprendimos en la vida, que nos enseñaron nuestros padres

Colores según las estaciones: Cada persona pertenece a una estación, por ejemplo los colores en base a la estación fría son invierno y verano mientras que los cálidos son otoño y primavera.

Se debe tener en cuenta que cada estilo tendrá una peculiaridad y hay que saber que colores vestir en base a nuestro cuerpo y color de piel, lo más recomendable es que piensen y combinen para averiguar que les queda mejor.

Personalidad de éxito: Para tener una personalidad de éxito, hay que ser organizados. Se explica que la personalidad se marca por el estilo, que es

una parte interna del ser humano que lo hace diferente y nos dice quiénes somos y como nos desenvolvemos dentro de diferentes situaciones de la vida y en ello se agrega la manera de sentirnos, vestirnos y actuar.

El saludo.

“El saludo, junto con el contacto visual y la sonrisa, son nuestra mejor tarjeta de presentación”

A través del tiempo el saludo ha evolucionado hasta su forma moderna en la que incluye ciertos puntos que debemos tomar en cuenta:

a) Conservar la mano limpia y libre de sudor

Si el sudor es un problema, lleve siempre consigo un pañuelo y limpie sus manos antes de saludar. Ya que esto producirá una desagradable sensación que le restará puntos de entrada.

b) Hay que extender ampliamente la mano derecha con el pulgar hacia arriba y el resto de los dedos juntos.

c) Deslizar la mano dentro de la del otro hasta que se produzca el contacto completo, es decir hasta el límite en el que se toquen ambos las uniones del pulgar con el índice.

d) Apretar firmemente, pero sin lastimar, sacudiendo la mano del otro no más de un par de veces.

Juntas de trabajo.

Preparación, desarrollo y evaluación de las juntas

La organización como un sistema de comunicación exige, para su funcionamiento, el intercambio de información mediante diferentes formatos que permitan la interacción productiva de los involucrados. Las juntas de trabajo son modelos de comunicación que estimulan la eficacia de la toma de decisiones de la toma de decisiones y contribuyen al éxito de los resultados.

Es fundamental definir la operación y finalidad de la junta, para lo cual se recomienda saber que:

- ✓ Cual es el objetivo de una reunión y debe estar claro desde el principio.
- ✓ Que esta se celebran en lugar y hora determinados.
- ✓ Definir la orden del día.
- ✓ Tener una lista de temas para discutir.
- ✓ Elaborar de minuta.
- ✓ Si un tema puede resolverse sin reunirse, no cite a junta.
- ✓ Reflexione sobre los motivos del éxito de una reunión y qué hace que a veces sea un fracaso.
- ✓ Considere qué pasaría si no se celebra una reunión habitual.

En este plano se deben considerar tres fases básicas:

- ✓ Preparación
- ✓ Desarrollo
- ✓ Evaluación

Tipos de juntas

Los diferentes tipos de juntas de trabajo serán considerados en razón de la urgencia, perfil de asistencia y objetivos, permitiendo catalogarlos en dos tipos:

Juntas informales: son modelos libres donde el proceso de interacción es transversal y la información fluye sin definir un centro de autoridad.

Juntas formales: son modelos cerrados donde el centro de autoridad define los puntos de la agenda y atribuye orden de participación. El manejo de la información es generalmente vertical, aunque el ejecutivo puede generar ambientes formales de diálogo

Buena postura.

La postura es cómo se mantiene o sostiene su cuerpo. Hay dos tipos:

- ✓ La postura dinámica se refiere a cómo se sostiene al moverse, como cuando está caminando, corriendo o al agacharse para recoger algo.
- ✓ La postura estática se refiere a cómo se mantiene cuando no está en movimiento, como cuando está sentado, de pie o durmiendo .

La clave para lograr una buena postura es la posición de la columna vertebral. Su columna vertebral tiene tres curvas naturales: En el cuello, en la parte media de la espalda y en la parte baja de la espalda.

La postura correcta debería mantener estas curvas, pero no aumentarlas. Su cabeza debe mantenerse erguida sobre sus hombros y sus hombros deben alinearse con sus caderas.

Culto al vestir.

El estilo elegante es mal entendido, pues muchos creen que significa vestir ropa y accesorios caros; Lo cual es un error. Una cosa es tener solvencia económica y otra muy diferente es pertenecer al estilo elegante.

Pertenece a aquellos que proyectan ser refinados, educados, reflejan estatus pero de manera sencilla, es decir, discreta. Provocan admiración, autoridad y respeto; y antes que cualquier otra cosa, les gusta ser percibidos como personas distinguidas y saben identificar el buen gusto.

Reflejan éxito y seguridad en ellos mismos. Generan confianza, brindan prestigio aunado a su distinción por el cuidado de los pequeños detalles que hacen una gran diferencia.

Dejan muy claro por sus acciones que son individuos cultos y educados, cualidades que despiertan en los demás admiración y respeto.

Autoestima.

Cuando hablamos de autoestima, hablamos del amor que una persona tiene por sí misma o de la afirmación de ese ser humano falible, único, valiosísimo, que merece respeto y consideración por sí mismo, pero siempre reconociendo la existencia de los demás.

Las “aes” de la autoestima

Son cuatro primeras “aes”, que implican un buen nivel de autoconocimiento y, en especial, de autoconciencia, es decir, de vivir dándose cuenta del propio mundo interior, escuchándose a sí mismo amistosamente, prestando atención a todas las “voces interiores”.

- ❖ **Aprecio:** Ser auténtico de uno mismo como ser humano, independientemente de lo que pueda hacer o tener. Incluye todo lo positivo, que pueda haber en uno mismo: talentos, habilidades, cualidades corporales, mentales, espirituales.
- ❖ **Aceptación:** Ser tolerantes de nuestras limitaciones, debilidades, errores y fracasos.
- ❖ **Afecto:** La actitud positivamente amistosa, comprensiva y cariñosa hacia uno mismo, de tal suerte que la persona se sienta en paz y no en guerra, con sus pensamientos, sentimientos, con su imaginación y con su cuerpo

- ❖ Atención: El cuidado detallado de las necesidades reales, tanto físicas como psíquicas, intelectuales y espirituales.

Las voces interiores

Nos refiramos a los automensajes, que son las verbalizaciones mentales dirigidas a nosotros mismos. Los automensajes que versan sobre nosotros mismos se llaman "automensajes-yo", estos expresan, generan y refuerzan emociones y actitudes hacia nosotros mismos, es decir, nuestra autoestima y, en concreto, nuestra auto-aceptación.

Aprendamos a desarrollar nuestra autoestima

Es perfectamente posible elevar nuestra autoestima a partir de cualquier edad. Dependerá de la voluntad y perspectiva de éxito que se tenga. A continuación veremos el esquema de tres fases que constituyen este proceso:

Afirmación recibida: Es sumamente importante para un joven, un adulto, un anciano, hombre o mujer, recibir y deleitarse con el aprecio, aceptación, afecto y atención que otras personas le brindan desinteresadamente.

Afirmación propia: A medida que la persona crece puede y debe depender menos de la afirmación que viene de otros; es mejor aprender a afirmarse uno mismo a través de las siguientes situaciones:

- Pensar positiva y realísticamente acerca de nosotros mismos.
- Tomar conciencia de nuestros puntos fuertes como de nuestros puntos débiles.
- Estar más dispuesto a comprenderse y perdonarse, que a culpabilizarse, condenarse y castigarse uno mismo.
- Expresar clara y abiertamente nuestras opiniones y sentimientos de manera apropiada.

- Defender nuestros derechos sin lesionar los ajenos.

Afirmación compartida: Aunque parezca contraproducente cuanto más damos, más recibimos, si se da sinceramente de todo corazón, es decir, no obligada sino libremente.

La persona que tiene elevada autoestima, tiende a generar y fortalecer la autoestima de aquellos y aquellas con quienes se relaciona.

Dimensiones de la Autoestima

- ❖ **Dimensión física**, referida al hecho de sentirse atractivo físicamente, no condicionado por estereotipos estéticos, sino por la íntima satisfacción de aceptar el propio cuerpo como es, con su particular belleza, reconociendo la importancia de desarrollar hábitos de higiene, interés en su apariencia y autocuidado de su salud.
- ❖ **Dimensión afectiva**, se refiere al sentimiento de ser aceptado y querido por los demás y al conocimiento y aceptación de las características, tanto positivas como negativas, de su personalidad, lo que da como resultado relaciones afectivas significativas.
- ❖ **Dimensión social**, es sentirse capaz de enfrentar con éxito diferentes situaciones sociales y el sentimiento de pertenecer a un grupo o comunidad, identificándose con las necesidades de los demás por un sentido de solidaridad y no buscando complacer para lograr aceptación.
- ❖ **Dimensión académica**, es la autopercepción de su capacidad de enfrentar con éxito las exigencias de esta manera ser un profesional que conoce su campo de acción, así como la valoración de sus capacidades intelectuales y creativas.

UNIDAD 2

Acciones estratégicas para establecer la imagen personal

Introducción.

La imagen física podemos verla como la percepción que se tiene de una persona por parte de sus grupos objetivos como consecuencia de su apariencia o de su lenguaje corporal.

Por lo tanto, la imagen física no es solamente asunto de la vestimenta, esta comprende también las formas y medidas de la cara y cuerpo, los colores, patrones y texturas utilizadas en las prendas de vestir; incluye la postura al pararse y sentarse y el modo de caminar, la sonrisa y otros gestos, los ademanes, el contacto visual y la conducta táctil, aspectos que deberán estudiarse y saberse manejar correctamente para poder ser poseedores de una buena imagen personal.

La comunicación no verbal.

Los códigos de comunicación no verbal que mandamos a través de nuestro cuerpo no sólo nos sirve para ganar seguridad en nosotros mismos, sino para decodificar los mensajes positivos y negativos que los demás no están enviando de manera inconsciente.

Ademanes

Los ademanes son la palabra en movimiento. Si en una presentación pública éstos faltan, el resultado será la falta de ánimo, y si sobran, entonces eso detonará falta de control sobre sí mismo. Por lo tanto, los ademanes deben corresponder a la magnitud y acción de la palabra oral de manera natural, administrados con la justa medida.

Gestos

Nuestra cara, como ninguna otra parte de nuestro cuerpo, puede controlar, complementar o sustituir las palabras. Yendo todavía más lejos, puede llegar a contradecir lo que con palabras estamos diciendo.

Contacto visual

Establecer un buen contacto visual con las personas que interactuamos equivale a tener un sólido puente de comunicación entre dos lugares distantes. No hacerlo produce una sensación de desconfianza, inseguridad, disgusto por el otro y hasta falsedad.

Conducta táctil

Es el uso del tacto como medio de comunicación. Es la permisibilidad de tocar y ser tocado dentro de las reglas de etiqueta cultural propias.

La imagen corporal.

El lenguaje corporal también está estrechamente relacionado con los estilos institucionales y personales, con las reglas de demostración y con las emociones y las conductas. Por medio del siguiente cuadro sinóptico diseñado por Moller y Hegedahl podemos observar la relación entre el lenguaje corporal y la interpretación que de él se hace.

Para definir el lenguaje corporal, tenemos que considerar los siguientes puntos:

- ◆ Condiciones anatómicas previas.
- ◆ Tipo caracterológico del individuo o emociones y conductas.
- ◆ Género: masculino o femenino.
- ◆ Entorno correspondiente.
- ◆ Estrés.
- ◆ Hábitos y dolencias corporales, psíquicas y mentales, que pueden ser hereditarios o adquiridos luego del nacimiento.
- ◆ Técnica.
- ◆ Área geográfica.

Discurso.

El discurso en su estructura presenta áreas constitutivas que definen su totalidad como Mensaje.

Introducción: representa la ventana del mensaje en la cual debe establecer una relación positiva con el público. En ella se informa el esbozo que orientará la producción de los estímulos verbales posteriores. Se justificará el tema mediante un planteamiento que acapare la atención del público en los primeros treinta segundos.

Desarrollo: es el cuerpo del discurso, la parte medular del texto. Aquí se desarrollan las ideas planteadas en la introducción y generalmente se expone la dimensión racional del mensaje. Es importante que la información presentada sea de calidad e interés para la audiencia.

Climax: es la parte más intensa del mensaje y donde se apela a las emociones del público. Es un proceso de gradación donde los contenidos sensibilizan su expresividad.

Conclusión: define el cierre discursivo. Es importante que la conclusión sea contundente, pues representa el último anclaje del mensaje. Esta fase puede cumplir las funciones de un resumen informativo de los contenidos expuestos en el mensaje, o de valoración de las principales ideas que buscan tener memoria en el público meta.

En este sentido, sólo pensando en la administración de estímulos verbales y no verbales como un todo se puede tener mayor certidumbre de que el mensaje será exitoso.

- ✓ Las claves que deben considerarse son:
- ✓ Anclar la atención del público meta.
- ✓ Comunicar seguridad.
- ✓ Lo difícil no es convencer, sino estar convencido de lo que se dice.

- ✓ Organizar con tiempo los contenidos y prever los efectos del mensaje en la audiencia.
- ✓ Presentar información siempre de calidad. Tener un lenguaje y estilo consistente.
- ✓ No discurrir en el manejo de la información.
- ✓ No ofender al público.
- ✓ Desarrollar la capacidad para leer en la audiencia, mediante el contacto visual, la recepción positiva o negativa de los mensajes.

Evitar terminar con brusquedad y omitir los finales dobles.

Orden y distribución de la información

En la construcción del mensaje, una vez que consideramos cada uno de las fases que estructuran el discurso, es necesario considerar la dimensión lógica que establece el orden y distribución de la información. Este plano incide en la forma a través de la cual se produce el razonamiento discursivo.

- ✓ Inductivo: ordena la información de lo particular a lo general. Parte de los hechos particulares que conducen a la audiencia al razonamiento global de los contenidos.
- ✓ Deductivo: la secuencia informativa se estructura de lo universal a lo particular, presentando una visión general de los acontecimientos, cuyo desarrollo permitirá focalizar los contenidos del mensaje.
- ✓ Espacial: la información se estructura a partir de los criterios geográficos que permiten dimensionar las fronteras contextuales del mensaje.
- ✓ Temporal: los contenidos se estructuran considerando pautas temporales que distribuyen la información, estableciendo límites de contexto.

- ✓ Problema-solución: este razonamiento presenta dos ejes rectores donde se informa acerca de una problemática y se propone una solución al planteamiento formulado que incidirá en la distribución de contenidos.
- ✓ Causa-efecto: se estructura el mensaje distribuyendo los contenidos en dos ejes informativos que definen las causas y consecuencias que presenta el acontecimiento discursivo. Los recursos tácticos del discurso

La dimensión táctica del discurso permite administrar los estímulos verbales y no verbales con el propósito de generar mayor impacto en la audiencia. Los recursos son registros que contribuyen a fortalecer la contundencia del mensaje.

- ✧ *Saludo*: presentación del hablante ante el público. Es el punto de partida del protocolo discursivo. Establece una relación positiva con los destinatarios generando anclaje y atención. Es importante tener contacto visual con la audiencia y considerar el volumen de voz apropiado a las condiciones del espacio.
- ✧ Registro temático: el mensaje puede iniciarse considerando los contenidos rectores que definen el planteamiento del discurso. Es la premisa convencional que informa aquello de lo cual se va a hablar.
- ✧ Registro circunstancial: es la situación o coyuntura en la que se presenta el discurso, la cual es representativa por asociación con el contenido del mensaje y constituye un factor de reconocimiento que genera autoridad con la audiencia, pues finca conocimiento del contexto.
- ✧ Registro de audiencia: es el discurso que se presenta haciendo alusión a las necesidades y expectativas del público. Crea las condiciones de confianza e interés que estimulan la identificación de la oferta discursiva. Así, la referencia con el perfil de la audiencia genera ambientes de empatía.
- ✧ Registro anecdótico: es un relato vivencial que se narra en primera o tercera persona y que alude a situaciones que tienen una relación de contenido con el mensaje que se está comunicando. Es un recurso

didáctico que favorece la comprensión del discurso, además, que recrea imágenes emocionales que provocan el interés de la audiencia.

- ✧ Registro textual: enunciación literal de las ideas de una persona que, por su trayectoria y competencia en ciertas áreas del conocimiento, representa un ejemplo de autoridad que fortalece los referentes simbólicos del discurso.
- ✧ Registro estadístico: recurso matemático que registra la dimensión cuantitativa de los acontecimientos. Es contundente en su emisión, pues muestra el dato duro del mensaje. Es importante ser exacto en la información, pues de no serlo debilita la credibilidad del hablante.
- ✧ Registro especializado: presente la información especializada emitida por personas o instituciones que representan una autoridad en el tema de pertinencia. Legitima el mensaje y actualiza la contundencia del contenido.
- ✧ Registro metafórico: figura retórica que genera una transformación de sentido entre dos objetos informativos. Es un recurso muy plástico y económico, pues además de estimular la visualización del contenido sintetiza la información del mensaje.
- ✧ Registro comparativo: establece la comparación entre dos objetivos informativos, a partir de la enunciación de sus similitudes y diferencias. Facilita el entendimiento del mensaje.
- ✧ Registro de caso: ejemplifica un acontecimiento de manera breve, donde se informa la lógica de una determinada circunstancia.
- ✧ Registro audaz: enuncia una frase intrépida que genera la atención del público. Por lo regular son palabras clave que provocan polémica.
- ✧ Registro semántico: define el significado de términos rectores con el propósito de evitar la ambigüedad de sentido.
- ✧ Registro humorístico: conjunto de palabras que disponen el buen ánimo de las ideas, propiciando ambientes de empatía y relajación. Detrás de un

fraseo de humor, siempre hay un contenido latente que refuerza el mensaje.

- ✧ Registro interrogativo: la pregunta es un recurso siempre noble que estimula la reflexión de la audiencia. Una interrogación inteligente puede abrir y cerrar de manera contundente un discurso.
- ✧ Registro histórico: informa acerca del devenir del objeto informativo. Su aplicación permite que el público conozca la lógica que ha tenido el acontecimiento.

Competencias personales.

El sector laboral está dominado en la actualidad por la tecnología y las relaciones virtuales. Por ello, cada vez más empresas demandan profesionales con una serie de competencias personales que puedan aplicar de forma transversal a su puesto de trabajo.

1. 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.

2. Aprendizaje: Nunca se sabe lo suficiente. La voluntad de aprendizaje continuo es una competencia muy valorada por las organizaciones.

3. 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.

4. 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.

5. 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.

6. . 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.

7. 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.

8. 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

9. 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.

10. 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.

Competencias profesionales.

Las 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.

Tipos de competencias

Existen diferentes tipos de competencias que te identifican y te hacen más o menos apto para un tipo de trabajo. Es importante que conozcas las competencias que posees y las que se requerirán en el puesto de trabajo deseado para así saber si podrás optar o no a este puesto.

Este modelo, identifica tres tipos principales de competencias:

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 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.

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

Oralidad.

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.

El manejo de la ansiedad

La ansiedad es un proceso físico-químico natural.

Nuestro cuerpo genera una droga natural “adrenalina”, cuyo efecto es el de hacernos más capaces para enfrentar el peligro.

Para poder cumplir con la transmisión eficiente de nuestro mensaje debemos de poner cuidado en que nuestra participación cubra una serie de requisitos que son sencillez, orden, brevedad, conocimiento y convicción.

Expresión escrita.

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.

Con una buena formación en comunicación escrita se puede conseguir:

- ✓ Que te sientas cómodo con la escritura y, por tanto, tardes menos en hacer las cosas.
- ✓ Que comprendas mejor los textos que lees y saques ideas y conclusiones.
- ✓ Que seas capaz de convencer y de conseguir lo que necesitas con tus documentos o tus escritos.

- ✓ Que mejores tu imagen personal y profesional.
- ✓ Y que incrementes tus resultados.

Pasos para escribir:

1. Antes de escribir. Plantéate en cada ocasión si es mejor escribir un email o hacer una llamada.

¿Cuál es tu objetivo? ¿Qué quieres conseguir?

2. Y llega el momento de la acción: ponernos a redactar. Escribe correctamente, respetando las reglas básicas de gramática y ortografía. Utiliza frases cortas siguiendo preferentemente la estructura: Sujeto –Verbo –Predicado.

3. Algunos breves consejos para mejorar tu comunicación Ordenar los pensamientos e ideas. Conocer el buen manejo del lenguaje. Para ello, leer es imprescindible.

Unidad 3

Asertividad, concisión y coherencia entre imagen personal y profesional

Asertividad.

Se define asertividad como 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.

De acuerdo con Roca (2003) Las consecuencias de adoptar una conducta asertiva son las siguientes:

- ✧ Facilita la comunicación y minimiza la posibilidad de que los demás malinterpreten los 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.
- ✧ 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.
- ✓ 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.

La asertividad es una habilidad social, y sirve para comunicar -transferir un mensaje-, de manera clara, precisa y directa , sin herir los sentimientos de los demás. Además de mejorar las relaciones humanas con una actitud agradable, sea cual sea la opinión del tema a tratar, comunicando de manera definida y segura.

Concisión.

Conciso, del latín concīsos, es algo que tiene concisión. Este término (concisión), por su parte, está vinculado a la economía de medios y a la brevedad para expresar un concepto con precisión y exactitud.

Lo conciso, por lo tanto, suele asociarse al lenguaje y a la expresión.

Coherencia (esencia personal).

Las personas pueden mostrar que son coherentes en sus actitudes o todo lo contrario. Una persona es coherente cuando actúa de acuerdo a sus

principios y a sus valores. Cuando una persona dice una cosa pero hace la contraria, entonces, muestra una contradicción entre hechos y palabras que genera sensación de poca coherencia ética frente al interlocutor.

Una persona coherente transmite sinceridad, lo que le ayuda a establecer relaciones personales sólidas porque la amistad verdadera requiere de un compromiso y de una seriedad en la palabra.

Las personas que son coherentes consigo mismas tienen tranquilidad interior porque son honestas consigo mismas, es decir, son fieles a su pensamiento.

Las personas coherentes tienen que hacer frente a contradicciones internas, ideas irracionales y pereza en su día a día, es decir, son tan humanas como el común de los mortales. Sin embargo, han desarrollado un sentido interior de honestidad muy profundo, un sentimiento que brilla con fuerza.

Imagen ideal vs. Imagen proyectada.

Podemos definir la imagen personal y profesional como todo aquel proceso de cambio físico-psicológico, que aplicamos en nosotros de manera individual con el objetivo de mostrar a los demás lo que somos en fondo y forma, misma que nos ayudará a generar opiniones favorables cada día más exigente era de la globalización.

Un cambio de imagen inicia de dos partes que se consideran fundamentales, y en este sentido, tenemos en un primer momento la imagen interna; que a su vez se subdivide en imagen Espiritual e imagen intelectual.

Por otro lado, la imagen intelectual, son todos aquellos conocimientos empíricos, académicos, políticos, sociales y culturales que hemos adquirido en el transcurso de nuestra vida diaria los cuales nos permiten desenvolvemos con mayor seguridad en nuestro que hacer cotidiano.

Entonces la imagen integral esta conformada por estas dos partes que tendrán forzosamente que ir en sintonía, es decir, armonizar una con otra.

La imagen ideal

Es una proyección de lo que quieres ser y todavía no has alcanzado. Está vinculada a la montaña de deseos y sueños que hay en tu corazón y también a “lo que debes ser”.

Entonces la imagen externa obtiene un reconocimiento y genera una fantasía de realización personal. De ahí a que la imagen ideal pueda llevarte a crear un estilo que te limite.

La imagen proyectada

Representa lo que eres hoy con tus imperfecciones y virtudes. Puedes lucir espléndido o quizá algún aspecto positivo o negativo esté tapado por la Imagen Ideal que te impide mostrarte auténtico.

Está vinculada al presente, al aquí y al ahora y es la fuente como su propio nombre indica para “hacerte realidad”.

Campo profesional e imagen.

En el campo de la imagen pública, una de las imágenes subordinadas que intervienen en la regulación del comportamiento de las personas cuya conducta define el significado de las diferentes relaciones institucionales, es

la imagen profesional; ésta permite evaluar la calidad simbólica de los vínculos que establece la persona con los públicos internos, externos o comerciales.

Podemos definir la imagen profesional como la percepción que se tiene de una persona o una institución por parte de sus grupos objetivo como consecuencia del desempeño de su actividad profesional.

Existen tres factores que permiten entender de mejor manera el plano profesional de la imagen pública:

- Percepción: genera referentes de interpretación indispensables para significar las relaciones y entender el propósito comunicativo.
- Grupos objetivo diferentes y específicos: representa la segmentación de los destinatarios que se perfilan por necesidades y expectativas diferentes y a los cuales se les ofrece el servicio profesional.
- Diferentes situaciones y contextos según grupos objetivo: informa del mapa situacional en el que interactúan tanto el emisor institucional como el receptor objetivo.

Unidad 4

Estereotipos profesionales.

Trabajo práctico, administrativo, asesoría, consultoría, coaching.

TRABAJO PRÁCTICO

Este es un instrumento de evaluación que permite asociar la teoría y la práctica, no solo mediante la aplicación de saberes apreñendidos a la resolución de distintas situaciones prácticas, sino también al desarrollo de conocimiento que intentan acercar los trabajos prácticos a una tarea de investigación seria, reproduciendo el proceso de descubrimiento afín a la ciencia.

Objetivo

Se puede decir que el objetivo que persiguen los profesores con los trabajos prácticos es que sea parte fundamental de la enseñanza y el aprendizaje.

Propósito

Esta en ayudar al estudiante a obtener una comprensión de los conocimientos adquiridos aplicándolos a necesidades determinadas.

TRABAJO ADMINISTRATIVO

Cuando hablamos de administrativo, hablamos de una persona empleada en la administración de una empresa o de otra entidad. Su tarea consiste en ordenar, organizar y disponer distintos asuntos que se encuentran bajo su responsabilidad. Los trabajos administrativos se realizan en oficinas, escuelas o tiendas.

Asesoría

Son aquellas circunstancias en la que una persona busca apoyo en otra para aclarar cómo realizar cierta actividad. Los asesores deberán ser sujetos

calificados y que tengan un conocimiento completo en el área en que ayudan a otros individuos.

Existen diferentes tipos de asesoría, pero las más solicitadas son:

- Asesoría jurídica (una guía en todos los trámites legales personales o empresariales).
- Asesoría administrativa (una guía en la administración de una empresa)
- Asesoría contable (una guía en la educación para cumplir con obligaciones económicas)

Consultoría

Es un servicio profesional prestado por empresas, o por profesionales en forma individual con experiencia o conocimiento específico en un área, asesorando personas, a empresas, a países o a organizaciones en general. Este servicio se maneja por medio de un procedimiento que consta de ciertas fases, las cuales son:

- Iniciación
- Diagnostico
- Planeación de medidas o plan de acción
- Aplicación
- Cierre o terminación

Coaching

Es un proceso de acompañamiento en el que se establece una relación de ayuda que presupone que el coachee (persona que recibe el coaching) tiene todas las respuestas en su interior. Es un proceso de aprendizaje que permite a los clientes maximizar sus capacidades y competencias para obtener la mejor versión de sí mismos.

Protocolos profesionales.

Estos son el conjunto de reglas ceremoniales que rigen una actividad, establecidas por un decreto o por la costumbre. Son las formas, tiempos, lugares y rituales que se da por sentado que todos los participantes observarán.

El orden institucional norma los procesos de socialización, además de interiorizar y compartir los significados, orienta los caminos de convivencia y presenta referentes de acción; esto es llama por que Serrano “las huellas digitales de la organización”; únicas pero comunes, que prescriben los niveles de esfuerzo/desempeño; dan señales explícitas del desempeño que deben poner las personas en el trabajo, del grado de productividad que se requiere.

En este plano de la cultura protocolaria podemos señalar tres factores a considerar en el ser y parecer, que estimulan la confianza y certidumbre en las relaciones profesionales:

- El equilibrio emocional: constituye la esencia del sujeto y define su capacidad de comunicación con los demás.
- La imagen física: establece el primer referente de percepción que condiciona el sentido de las relaciones interpersonales.
- El manejo del estrés: representa la capacidad de entendimiento con el entorno y el manejo de sistemas complejos.

El trato interpersonal en el ambiente profesional

El saludo profesional

Lo primero que debe considerarse en el plano de las buenas formas es que el saludo que hace la presentación de los interlocutores. En este punto surgen muchas dudas y para resolverlas debemos considerar las siguientes tres reglas de oro:

- ✓ El anfitrión siempre salud primero
- ✓ La persona a honrar se menciona primero.
- ✓ No hay diferencias de género, edad o rango.

Cuando ponerse de pie

En el medio laboral no hay diferencias de género, así que cuando una mujer ejecutiva va a ser presentada, debe seguir las mismas normas que sus compañeros masculinos y ponerse de pie para saludar.

El saludo de mano

Es un código de comunicación no verbal que transmite cortesía y reconoce al otro como miembro de la misma especie. Es el primer acto protocolario cuando se inicia una nueva relación social o profesional. Algunas normas:

- ✓ El saludo debe ser firme pero con tacto
- ✓ Debe darse completo, estrechando la mano del interlocutor hasta el pliegue que forma la unión del pulgar y el índice.
- ✓ Si por distracción el saludo se da incompleto, corrija de inmediato.
- ✓ Jamás niegue dar la mano.

- ✓ Dé la mano con ánimo, demuestre agrado y energía.
- ✓ Póngase de pie.
- ✓ Mire a la otra persona directamente a los ojos y sonría.
- ✓ Al saludar, inclínese hacia delante un poco, transmitirá deferencia y respeto

El tuteo

Este protocolo verbal varía dependiendo del país y es también relativo a la cultura institucional, pues las sociedades y organizaciones varían la formalidad de sus vínculos interpersonales o interinstitucionales en razón de su contexto. Como se puede apreciar, tutear puede arriesgar el buen inicio de una relación personal o profesional, así que vale la pena, como previsión, considerar que:

Todas las personas que acabemos de conocer deberá nombrarse con el pronombre “usted”, hasta recibir el permiso de tutear, según sea el caso.

El beso en los negocios

La cultura protocolaria en las organizaciones es una exigencia institucional que ajusta los usos y costumbres de la gente. Por eso, aunque resulta común y frecuente la manifestación de afecto entre las personas mediante besos en la mejilla, la percepción no siempre es positiva cuando se reproducen estas conductas en contextos institucionales, por lo cual es conveniente contemplar lo siguiente:

Un hombre nunca debe besar a una mujer profesional, a menos que sea ella quien inicie la acción de besar.

Nunca se debe besar a alguien recién conocido.

En la cotidianidad de la oficina no es necesario dar el beso, con un gesto cordial es suficiente.

Diseño de tarjeta de presentación.

La tarjeta de presentación institucional es uno de los planos de identidad gráfica más personalizados, pues informa no sólo el nombre de la persona que lo ofrece, sino también define la organización a la que pertenece.

Para el uso eficiente de este recurso es necesario saber que:

- ✓ La tarjeta de presentación debe estar actualizada y en perfectas condiciones.
- ✓ Nunca debe darse con tachaduras o con el nombre escrito con bolígrafo.
- ✓ El diseño, entre más sencillo, mejor.
- ✓ Debe contener sólo la información necesaria y en tamaño estándar.
- ✓ No es correcto utilizar Sr. o Sra. antes del nombre.
- ✓ Los altos niveles jerárquicos deberán imprimirlas en relieve.
- ✓ Los niveles menores en impresión estándar.

Diseño de Currículum vitae.

Esto significa “carrera de la vida” y su objetivo es describir la experiencia laboral, preparación académica, conocimientos y habilidades que califican a una persona para realizar determinado trabajo-

Hay elementos clave que todo currículum vitae debe tener, ya sea en versión online o escrita. Si adaptas estos elementos a tu caso particular, puedes construir un documento de valor y aumentar tus posibilidades de encontrar un empleo.

1. Título

Esta es una parte que a menudo solemos omitir, se trata de presentarnos como profesionistas en pocas palabras. Es una oportunidad para decirle en breve al reclutador quiénes somos y qué sabemos hacer.

2. Datos personales

Tu nombre completo, teléfono de casa o celular y cuenta de correo electrónico son básicos. Un buen consejo es crear una cuenta de e-mail exclusiva para tus asuntos laborales. Piensa que una compuesta por tu nombre y apellido es mil veces más profesional que esa que creamos en la secundaria.

3. Objetivo

Esta parte de tu CV está destinada a mostrar cuáles son tus expectativas laborales a futuro, en qué áreas buscas desarrollarte y qué actividades te gustaría desempeñar.

4. Experiencia profesional

Uno de los puntos clave que atrae al reclutador en tu currículum es el apartado de tu experiencia laboral. Al leerla le quedará claro si tienes los conocimientos y habilidades necesarias para desempeñarte en el puesto.

5. Preparación académica

Es un aspecto que influye mucho sobre el puesto al que puedes aspirar y el salario. La formación académica es uno de los primeros criterios que utilizan los reclutadores para su proceso, por ello la importancia de prepararse más. Los expertos recomiendan incluir en este apartado tu último grado escolar, incluso si tienes estudios universitarios truncos es importante que los menciones, aunque no tengas un título o certificado.

6. Idiomas

El dominio de un idioma puede hacer la diferencia entre conseguir o no un empleo, además impacta en el salario.

7. Habilidades

En esta parte, es momento de hablar de los conocimientos adquiridos que te permitirán realizar el trabajo, las competencias que te distinguen de otros candidatos, la paquetería (software) que dominas y las cualidades que completan tu perfil para hacerte un candidato potencial.

Entrevista de trabajo.

Es la técnica más utilizada en los procesos de selección de personal. Ante un puesto de trabajo vacante o de nueva creación, se establece el perfil del

candidato y, posteriormente, a través de la entrevista, se elige a uno de los candidatos para cubrir el puesto determinado.

Tipos de entrevista

Individual. Amplía la información del curriculum y profundiza en tus aspectos y cualidades personales. Lo más común es que la realice un entrevistador pero, en ocasiones, puede haber más de uno. Dentro de este tipo puedes encontrarte con distintas modalidades según su finalidad: preselección o fases avanzadas de selección.

Colectiva. Suele comenzar con la proposición de un tema o una tarea. Posteriormente, el grupo en el que estarás incluido deberá discutir hasta llegar a una postura de acuerdo común. Este tipo de entrevista se utiliza para evaluar la capacidad de trabajo en grupo, la iniciativa, la seguridad, el liderazgo, la capacidad de comunicación, y la actitud de escucha hacia los demás.

Preparación de la entrevista

Es una situación que produce un alto grado de nerviosismo y ansiedad. Puedes prepararla de antemano y afrontar la entrevista como un reto enriquecedor, una situación de la que puedes aprender y obtener aspectos positivos. Para esto seguir los siguientes consejos:

- ✓ Infórmate previamente sobre el puesto, la empresa y el cargo.
- ✓ Identifica tus puntos fuertes y débiles.
- ✓ Ten en cuenta que tampoco te conviene desvelar debilidades que puedan perjudicarte.

- ✓ Analiza tu proyecto y tus argumentos.
- ✓ Prepárate las preguntas que vas a formular.
- ✓ Sé optimista y confía en ti mismo.
- ✓ Analiza la imagen que quieres transmitir y elige, en función de ella, los elementos de tu aspecto personal por si en algún momento de la entrevista lo necesitas.
- ✓ Prepara tu curriculum, documentos acreditativos y referencias de forma ordenada y limpia.
- ✓ Sé puntual.

¿Qué es lo que no se debe hacer en una entrevista?

- ✓ Llegar tarde o demasiado pronto.
- ✓ Tener el móvil encendido.
- ✓ Enredarse en una discusión.
- ✓ Sentarse en el borde de la silla.
- ✓ Llevar la iniciativa: deja que sea el entrevistador el que dirija la entrevista.
- ✓ Responder de manera agresiva.
- ✓ Evita características llamativas: cuida tu aspecto personal.
- ✓ Comer chicle.
- ✓ Mentir.

Durante la entrevista

Tendrá que venderse a uno mismo y para esto habrá de saber de antemano cuáles son los puntos fuertes y cuáles los débiles, con la intención de compensarlos. Es un momento decisivo para demostrar y convencer al seleccionador de que eres el candidato ideal para cubrir el puesto de trabajo.

En que consiste la entrevista de trabajo

La mayoría de las entrevistas siguen un esquema básico que puede variar:

- ✓ Saludo. Espera a que el entrevistador se dirija a ti. Sé cordial y amable pero no tomes actitudes ni distantes ni familiares.

- ✓ Charla introductoria. Se suele comenzar con un diálogo sobre temas intrascendentes que sirven para romper el hielo. Relájate y contesta de forma natural.

- ✓ Conversación sobre el puesto. En esta parte, se afrontan las cuestiones relativas al puesto, tareas y funciones, tus estudios y formación, experiencias, motivaciones y tu disponibilidad (para viajar, para trasladarte fuera de tu ciudad,..)

- ✓ Defiende tu candidatura de forma positiva.

- ✓ Muestra cómo tu perfil se ajusta a las características del puesto. Ten en cuenta que se transmitimos información a través del eje corporal, el tono de voz, la sonrisa, la distancia y la posición de brazos y piernas.

- ✓ Despejar interrogantes. Es el momento de consultar cualquier duda que tengas sobre la empresa, las condiciones de trabajo o el proceso de

selección. Da buena impresión la persona que se interesa y pregunta por cuestiones específicas de la empresa o del puesto de trabajo.

- ✓ Despedida. Procura asegurarte el siguiente contacto dentro del proceso. Muéstrate cordial con el entrevistador

Personal

Es un diálogo directo entre el entrevistador y entrevistado. El entrevistador dirige la conversación e intenta entresacar la máxima información posible del candidato.

Preguntarán por el currículum, experiencias, habilidades, aficiones e intentará ponerte en situaciones reales para estudiar tus reacciones. En ocasiones puede haber más de un entrevistador, con el fin de tener más de un punto de vista a la hora de elegir el candidato final.

Una entrevista personal puede ser:

- ✧ Estructurada (dirigida): El entrevistador dirige la conversación y hace las preguntas al candidato siguiendo un cuestionario o guión. El entrevistador formulará las mismas preguntas a todos los candidatos. Se recomienda contestar a las preguntas aportando aquella información que se pide, con claridad y brevedad.
- ✧ No estructurada (libre): El entrevistador te dará la iniciativa a ti, y deberá desenvolver. El entrevistador podría empezar con la pregunta: "Háblame de ti", y luego seguir con preguntas generales, que surgen en función del desarrollo de la conversación. Lo más aconsejable es empezar siguiendo el guión de tu historial profesional. También puedes preguntar si está

interesado en conocer algo en particular. Aprovecha para llevar la conversación a los puntos fuertes que deseas destacar en relación con el puesto ofertado.

- ✧ Semi-estructurada (mixta): Es una combinación de las dos anteriores. El entrevistador utilizará preguntas directas para conseguir informaciones precisas sobre la persona, y preguntas indirectas para sondear respecto a las motivaciones. Seguir un orden discursivo, ser conciso e intentar relacionar las respuestas y comentarios con las exigencias del puesto que se opta.

En línea

Hay varios motivos por los que una empresa se decide a montar un proceso de entrevistas online:

- ✧ Permite contactar con candidatos de otras ciudades o países. Si en una primera fase que se desarrolla online el entrevistado no coincide con lo que se busca, no es necesario hacer que se desplace.
- ✧ Se abaratan costes.
- ✧ Se reducen tiempos.

En una entrevista on line la imagen sigue contando, pero también es cierto que hay algunos detalles que no van a apreciarse tanto como en una presencial. Sin embargo, hay algo que cobra importancia: tu entorno. Practica con la cámara de tu ordenador. Selecciona el lugar donde te ubicarás y controla lo que recoge la cámara.

Por outsourcing (head hunters).

El outsourcing consiste en la delegación de funciones de una empresa a otra que se especializa en dicha tarea. Entre sus mayores beneficios están la reducción de costos y el acceso a nuevas tecnologías, entre otras.

El primer contacto normalmente es por linkedin o otras redes sociales, email o teléfono, pero después de esta barrera normalmente hay un encuentro personal en caso de que te interese la oferta. Normalmente los cazatalentos buscan sobre todo estas seis virtudes en un candidato, además de su conocimiento del sector o su especialidad.

En general buscan a personas equilibradas y seguras de si mismas, que no sean vanidosas o soberbias.

1. Capacidad de adaptación. La vida empresarial está cada vez más marcada por cambios, cada vez más rápidos y cada empresa es otro mundo. El nuevo candidato tiene que estar abierto a adaptarse a nuevas reglas y un nuevo ambiente.

2. Curiosidad. La ilusión y la inquietud para ver cosas que otros no ven, es algo muy apreciado en el mundo de la gestión y todavía más en sectores creativos.

3. Aguante. En cada trabajo hay días buenos y malos, un headhunter intentará ver si puede aguantar momentos difíciles, como te comportes en situaciones complicadas. Por ello es necesario hacerle entender que tienes una gran fuerza mental, mucha motivación y ambición, estabilidad interior y objetivos claros que quieres conseguir.

4. Intuición. La capacidad es saber lo que puede pasar, sentir tendencias, deseos, saber cuando hay que callarse o hablar.

5. Resistencia al estrés. La presión de tiempo, del mercado y de la competencia provoca en las empresas cada vez más estrés. El empleado tiene que ser cada vez más multifuncional y flexible.

6. Empatía y simpatía. Los compañeros o jefes simpáticos tienen más posibilidades de mandar un equipo, realizar una estrategia, de motivar y llevar a cabo tareas con su departamento, son más creíbles y respetados.

Conclusiones

En este tema relacionado nos indica estamos en una época en la que quien no sabe comunicarse está perdido, en donde también la autoestima de las personas ha sido muy sobre valorada por lo que muchas personas no se sienten bien con sigo mismo. Par esto es importante valorar los puntos ya mencionados, que ayudan a que la persona tenga objetivos mas claros y mas valorados.

También como las nuevas generaciones de trabajo se maneja distintas formas para buscar la personal ideal al puesto predeterminado, con ello la imagen ideal y proyectada de la persona.

La importancia de mantener una buena imagen personal, radica en que será esta la guía que conducirá a una correcta imagen profesional. Está comprobado que una persona que proyecta habilidades de liderazgo y seguridad, combinadas con una buena presencia, logra cautivar a sus colaboradores y, por ende, lograr las metas y objetivos que se proponga.

Bibliografía y/o referencias electrónicas(Normas APA)

Antología de Proyección Profesional