



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

## Proyección Profesional

### Unidad I y II

Autor: Abigail Escobar Caballero

Lugar: San Cristóbal de las Casas, Chiapas.

Fecha: 14 de Marzo 2021

#### Resumen:

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 deslícnense sobre el asiento hacia delante, llévense una mano a la boca y retírenle el contacto visual y verán el efecto devastador sobre su conversación. Jean Paul Sartre trata a fondo en su libro Lo imaginario; y las terceras, objeto de nuestro estudio que son las que, una vez conformadas mediante el proceso físico-psicológico, pueden producir efectos en la conducta de los individuos.

Palabras claves: Autoestima, proyección, imagen, comunicación y modelos

Introducción: La unidad I Y II 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.

# Componentes de la imagen.

## Físico

Desarrollar una imagen profesional integral

Existen dos factores:

- ✓ La forma de caminar
- ✓ La postura

## 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

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

La imagen es percepción

Identificar imagen con percepción y desprender que nuestra imagen será la manera como somos percibidos y que serán los demás quienes nos la otorgarán basados en lo que hayan sentido de nosotros.

La imagen pública

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

## ¿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.

## Buena imagen

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.

Beatriz Pereira, nos dice “Son los pensamientos estratégicos, los que una vez que son comprendidos permiten que enfoquemos de manera distinta nuestra imagen personal”.

## LOGRANDO EL EQUILIBRIO

Pensar en un estilo profesional, basado en una identidad propia, acorde a las competencias que se subrayarán como fortalezas profesionales. Sotomayor nos menciona una serie de puntos que se deben considerar:

- Reglas para causar una buena impresión
- Colores según las estaciones.
- Personalidad de éxito

## El saludo

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

## Puntos clave

- Conservar la mano limpia y libre de sudor
- Hay que extender ampliamente la mano derecha con el pulgar hacia arriba y el resto de los dedos juntos.
- 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.
- Apretar firmemente, pero sin lastimar, sacudiendo la mano del otro no más de un par de veces.

## 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.

Por es vital definir la finalidad de la reunión:

- Informar
- Educar
- Resolver problemas
- Tomar decisiones
- Generar ideas
- Decidir sobre una propuesta

## Tipos de Juntas

### 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.

# Componentes de la imagen.

## Buena postura

La postura es cómo se mantiene o sostiene su cuerpo.

### 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.

La columna vertebral tiene tres curvas naturales:

En el cuello

En la parte media de la espalda

En la parte baja de la espalda.

La postura correcta debería mantener estas curvas, pero no aumentarlas. La cabeza debe mantenerse erguida sobre los hombros y los 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.

### Descripción

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

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

#### Aprecio

Ser auténtico de uno mismo como ser humano, independientemente de lo que pueda hacer o tener.

#### 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

### DIMENSIONES DE LA AUTOESTIMA

Dimensión física, referida al hecho de sentirse atractivo físicamente.

Dimensión afectiva, se refiere al sentimiento de ser aceptado y querido por los demás.

Dimensión social, es sentirse capaz de enfrentar con éxito diferentes situaciones sociales.

Dimensión académica, es la autopercepción de su capacidad de enfrentar con éxito las exigencias de esta manera ser un profesional.

Dimensión ética, se refiere a sentirse una persona buena y confiable

# 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.

La imagen física es vista como el código de comunicación no verbal incluyendo las prendas de vestir así también el peinado, el maquillaje y los accesorios; y no solo de una mujer si no también el hombre.

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.

La clave en la utilización de estos códigos estará en la naturalidad y soltura con la que nos desenvolvamos frente a los demás.

### Ademanes

Son la palabra en movimiento, son signos que dan comunicación complementaria a las palabras, llegando a veces a sustituirlas.

### Conducta táctil

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

### Gestos

La sonrisa es el principal código de comunicación no verbal que puede tener una persona para transmitir confianza y hacer sentir seguridad que a su vez provocará confianza y generará credibilidad.

### Contacto visual

Establecer un buen contacto visual con las personas que interactuamos equivale a tener un sólido puente de comunicación entre dos lugares distantes.

## La imagen corporal.

El lenguaje corporal humano se inicia con la formación del feto dentro del seno materno. Ya en la infancia, antes de hablar, los niños desarrollan un lenguaje corporal. Este se relaciona en forma importante con las actitudes mentales básicas.

### Para definir el lenguaje corporal

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.

### Aspectos a valorar

Cabeza y cuello

Contacto visual

Postura o cinestesia

Ademanes y movimientos. Los brazos y las manos

Las piernas y los pies

Boca

Voz

Cabello

Ropa, adornos y joyería

Distancia corporal, distancia física o proxémica

Olfatos y aromas

Sentido de tacto y piel

## Discurso

El discurso es el lugar donde se construye el hablante y se ejercita la lengua para significar el mapa enunciativo de las relaciones humanas. En la palabra se marca la huella de nuestra personalidad y se desdobra la actitud del texto que siempre establece un particular sentido relacional con los destinatarios.

### Cómo escribir un discurso

- Introducción: representa la ventana del mensaje en la cual debe establecer una relación positiva con el público.
- Desarrollo: es el cuerpo del discurso, la parte medular del texto.
- Clímax: es la parte más intensa del mensaje y donde se apela a las emociones del público.
- Conclusión: define el cierre discursivo.

### Claves a considerar

- 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.

# Acciones estratégicas para establecer la imagen personal.

## 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.

### Se caracteriza por

Adaptabilidad

Gestión de la información

Aprendizaje

Inteligencia social

Colaboración

Lealtad

Comunicación

Motivación

Creatividad

Responsabilidad

## 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 según el modelo ISFOL1

- **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.
- **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.
- **Competencias transversales:** son todas aquellas habilidades y aptitudes que hacen que un trabajador desarrolle de forma eficaz su trabajo.

## 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

Para poder manejar las sensaciones desagradables de la ansiedad, tal vez les sea útil saber que corresponden a un proceso físico-químico natural del que es prácticamente imposible escapar.

### Dichos antídotos son: La respiración y la sonrisa

Requisitos que debe cumplir todo mensaje Para poder cumplir con la transmisión eficiente de nuestro mensaje debemos de poner cuidado en que nuestra participación cubra una serie de requisitos:

Sencillez

Conocimiento

Brevedad

Orden

Convicción

## Expresión escrita

Lo que escribimos permanece y dice mucho de nosotros: si nos expresamos mal, sino 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.

Por eso, 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 a que 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. Que incrementes tus resultados.

Sigmund Freud escribió "Las palabras, primitivamente, formaban parte de la magia y conservan todavía en la actualidad algo de su antiguo poder. Por medio de palabras puede un hombre hacer feliz a un semejante o llevarle a la desesperación; por medio de palabras (...) arrastra tras de sí el orador a sus oyentes y determina sus juicios. Las palabras provocan afectos emotivos y constituyen el medio general de la influenciarecíproca de los hombres."

## 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 sí mismo. Por esto es importante valorar los puntos ya mencionados, que ayudan a que la persona tenga objetivos más claros y más valorados.

Bibliografía y/o referencias electrónicas(Normas APA)

Antología de Proyección Profesional