



UNIDAD III.-
ASERTIVIDAD,
CONCISIÓN Y
COHERENCIA ENTRE
IMAGEN PERSONAL Y
PROFESIONAL.

PROYECTO PROFESIONAL

RUBEN RIVAS MARÍN.

INTRODUCCION

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. Asertividad, clave para poder mantener una conversación coherente y resolutiva a distintos niveles: presentaciones, negociaciones, meetings, etc. En un mundo laboral cambiante y comunicación directa, ser asertivo/a se ha convertido en una necesidad para la mayoría de profesionales.

UNIDAD 3. ASERTIVIDAD, CONCISIÓN, Y COHERENCIA ENTRE IMAGEN PERSONAL Y PROFESIONAL

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. Es decir, nos referimos a una forma para interactuar efectivamente en cualquier situación que permite a la persona ser directa, honesta y expresiva.

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.

3.2 Concisión

Conciso, del latín *concīsus*, 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. Por ejemplo: “El juez le pidió al acusado que fuera conciso y que se limitase a responder aquello que se le estaba preguntando”, “El escritor fue aplaudido tras un discurso conciso en el que no dejó ningún cabo

suelto”, “Gómez, sea más conciso con sus respuestas, por favor”. Lo conciso, por lo tanto, 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.

3.3 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. Lo que ocurre cuando una persona tiene poca coherencia entre hechos y palabras es que decepciona al otro porque le ha generado unas falsas expectativas. Existen actitudes que muestran que una persona puede ser poco coherente, por ejemplo, prometer una cosa y no cumplirla. O también, decir algo que no se siente en realidad por el simple hecho de quedar bien frente al interlocutor.

3.4 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.

3.5 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.

CONCLUSION

La imagen profesional constituye el pensamiento estratégico que contribuye a generar ambientes de eficiencia y seguridad en el mapa de comportamiento y significación con los distintos públicos. La regulación de conductas y protocolos hace posible producir y reproducir el capital institucional. Por eso los marcos de percepción son referentes indispensables para dimensionar la calidad del servicio profesional que se ofrece y decidir las estrategias que permitan cumplir con la misión y la visión de la institución.