



PROYECCION PROFECIONAL

Lider garcia sanchez

Físico: una buena presencia física consiste en una buena forma de caminar y la postura en la que tenemos. Es aquí donde la comparación con los estándares de belleza se hace presente. Es decir puedes comprarte con los diferentes modelos a seguir que en general son irreales y pueden ganar y perder.

Que es la imagen personal: la imagen personal es la forma en que tu quieres que te vean por ejemplo la forma de vestir, la primera impresión que tú quieres dar. O también la forma en la que tu quieres dar para que las personas podamos estar para así dejar que las personas te conozcan a ti.

La percepción: Partiendo de esta definición se hace ahora necesario reflexionar sobre el significado de la palabra percepción. Si acudimos otra vez a cualquier diccionario enciclopédico nos vamos a encontrar con que se trata de "la acción y efecto de percibir"; también con que la palabra percepción se identifica con conocimiento e idea y por último, con el significado que para este trabajo representa el concepto fundamental: Percepción es la sensación interior que resulta de una impresión material hecha en nuestros sentidos. Imagen pública Hagamos un alto en la disertación para sacar algunas conclusiones básicas que nos permitan definir el término de la imagen pública.

La imagen: es un resultado y por lo tanto está provocada por algo; dicho de otra manera, es el efecto de una o varias causas. Estas causas siempre serán externas, ajenas al individuo y el efecto será interno, ya que se produce dentro del mismo individuo, en su mente. El efecto producido dependerá de la coherencia de las causas. En este sentido siempre nos referiremos a la imagen en su carácter mental. Encontrar el estilo propio. Pensar en un estilo profesional, basado en la propia identidad es muy importante. Si uno copia a otro se notará que el estilo está forzado, y de hecho no se sentirá cómodo en esa situación. Se puede conseguir resaltar las fortalezas profesionales, sin que eso signifique copiar a otro y dejar de ser uno mismo. La elegancia, sobriedad, versatilidad y profesionalismo de una persona, se verá reforzada en su indumentaria, sin necesidad de copiar un estilo ajeno o forzarle propio a algo que no es. De todos modos se resalta una vez más que la indumentaria será sólo un complemento, que deberá ser utilizado como un plus, sin que reste importancia a las capacidades y actitud de quien los porta. Dentro de este ámbito de resaltar la imagen profesional y centrarnos en ella, es necesario lograr un equilibrio estratégico entre cuerpo, personalidad y competencias profesionales, sin necesidad de tener el traje más caro del shopping.

El saludo: Cuando comenzamos a relacionarnos necesitamos de diferentes fórmulas y maneras de acercamiento para expresar nuestras intenciones. Sean físicas o verbales, las formas de saludar son una de las primeras muestras elementales de cortesía que ofrecemos cuando ingresamos a un lugar, cuando conocemos a alguien, o nos encontramos con un amigo. La importancia del saludo está en su valor simbólico. La forma en la que lo expresemos será interpretada como señal de proximidad, de afecto, de distancia, de acercamiento profesional o simplemente una formalidad de cortesía y buena educación. Cuando nos saludan, es de buenas costumbres responder al saludo como signo de amabilidad. El rechazo del saludo puede ser interpretado de manera ofensiva. La ausencia del saludo, según la tradición y cultura del lugar, puede ser interpretada como desatención, irritación o enfado. Es muy común en el lenguaje coloquial la frase "retirar el saludo, como reflejo de hostilidad o de una actitud poco amigable.

Juntas de trabajo: la junta de trabajo es una reunión de varias personas para tratar de asuntos de interés común. Reunión de personas pertenecientes a determinada entidad para tratar asuntos de la misma, y también deben de ser modelos de comunicación que estimulan la eficacia de toma de decisiones y contribuyen a la obtención exitosa de los objetivos organizacionales. Las oportunidades y beneficios de la junta de trabajo como facilitar la toma de decisiones, permite el intercambio de ideas y expresiones, unifica un grupo.

. Reunión informal y de pie.

Actúa como un mecanismo de coordinación rápida que evita muchos errores y pérdidas de tiempo.

Suelen tener diferentes tipos de objetivo en función del rol de los asistentes: Uno por ejemplo es el de informar y compartir lo que cada uno tiene previsto realizar durante el día. Otro objetivo habitual es hacer un repaso de lo que ha sucedido el día anterior y tomar decisiones rápidas en caso de desviaciones. En definitiva, siempre han de servir para comunicar lo importante: Compartir qué estoy haciendo, qué voy a hacer, qué me está pasando y puede afectar a otros, qué cosas deberían saber las otras personas...

Son reuniones que no requieren agenda previa o que funcionan con una agenda fija en la que cada día se repasan de forma muy rápida los mismos temas. Y otros puntos clave en este tipo de reuniones para que de verdad te ayuden a organizar reuniones de trabajo productivas:

- Debes enfocarlas de modo que ayuden a empezar el día con actitud mental positiva.
- Hay que aprender a ser estrictos con el tiempo.
- La reunión se realiza esté quién esté.
- Todo el equipo es responsable de autogenerarse presión positiva para que todo funcione bien.

Buena postura:

Una buena postura es más que pararse derecho para verse mejor. Es una parte importante de su salud a largo plazo. El mantener su cuerpo en la posición correcta, ya sea que esté en movimiento o quieto, puede ayudarle a evitar dolores, lesiones y otros problemas de salud.

¿Qué es la postura? La postura es cómo 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. Es importante mantener una buena postura dinámica y estática. La clave para lograr una buena postura es la posición de su 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.

¿Cómo puede la postura afectar mi salud?

Una mala postura puede ser perjudicial para su salud. Andar encorvado o agachado puede:

- Desalinear su sistema musculoesquelético.
- Desgastar su columna vertebral, haciéndola más frágil y con tendencia a lesiones.
- Causar dolor en el cuello, hombros y espalda.
- Disminuir su flexibilidad.
- Afectar la forma correcta de cómo se mueven sus articulaciones.
- Afectar su equilibrio y aumentar su riesgo de caerse. ¿Cómo puedo mejorar mi postura en general?

- Tenga en cuenta su postura durante sus actividades diarias, como mirar televisión, lavar los platos o caminar.
- Manténgase activo. Cualquier tipo de ejercicio puede ayudar a mejorar su postura, pero ciertos tipos de ejercicios pueden ser especialmente útiles. Por ejemplo, yoga, tai chi y otros tipos que se centran en la conciencia del cuerpo. También es una buena idea hacer ejercicios que fortalezcan los músculos alrededor de la espalda, el abdomen y la pelvis.
- Mantenga un peso saludable. El peso extra puede debilitar los músculos abdominales, causar problemas de la pelvis y la columna vertebral y contribuir al dolor lumbar espalda baja. Todo esto puede dañar tu postura.
- Use zapatos cómodos de tacón bajo. Los tacones altos pueden afectar su equilibrio y obligarlo a caminar de manera diferente. Esto puede aumentar la presión sobre sus músculos y dañar su postura.
- Asegúrese de que las superficies de trabajo estén a una altura cómoda para usted, ya sea al estar sentado frente a una computadora, preparando la cena o comiendo.

¿Cómo puedo mejorar mi postura cuando estoy sentado?

Muchas personas pasan demasiado tiempo sentadas, ya sea en el trabajo, la escuela o en casa. Es importante sentarse correctamente y tomar descansos frecuentes:

- Cambie frecuentemente su posición al estar sentado.
- Haga caminatas breves alrededor de su oficina o casa.
- Estire sus músculos suavemente de vez en cuando para ayudar a aliviar la tensión muscular.
- No cruce las piernas. Mantenga los pies en el piso con los tobillos un poco más adelante de sus rodillas.

Culto al vestir:

La imagen profesional es la percepción que se tiene de una persona por parte del entorno en el que se desempeña, a partir de los estímulos que emana durante su actividad laboral.

Dichos estímulos provienen del aspecto físico; de los gestos, ademanes y expresiones corporales; y de la forma de expresarse vía oral y por escrito. A estos tres aspectos se les denomina, respectivamente, la imagen física, la imagen no verbal y la imagen verbal.

Estos tres componentes de la imagen profesional deben ser manejados en forma complementaria, de modo que el profesional proyecte una imagen de credibilidad y seguridad, de modo que su imagen sea una herramienta fundamental para promover la confianza y generar autoridad y liderazgo.

Autoestima.

La valoración de uno mismo se basa en todos los pensamientos, sentimientos, sensaciones y experiencias por las que pasa una persona y que ha ido recogiendo durante su vida. Esta puede variar a través de las diferentes áreas de la experiencia, de acuerdo con el sexo, edad y otras condiciones. De acuerdo a ello y otros factores, existen dos tipos de autoestima principales, que pueden ser alta o baja, ya que no se puede hablar sobre qué es autoestima sin diferenciar sus

niveles. Puede decirse que ambos extremos son nocivos, y en efecto, para cada nivel existen subniveles sanos y perjudiciales.

Autoestima alta

Se entiende por autoestima alta cuando una persona tiene una apreciación positiva de sí misma, lo cual permite que su actitud hacia la vida sea óptima. Ello no implica que el individuo sea perfecto, sino de aceptarse sin cruzar la línea de la mediocridad o conformismo. Un individuo con alta autoestima es más propenso a alcanzar el ideal de felicidad. Cabe mencionar que existen dos escenarios o tipos de autoestima alta: . Autoestima alta y estable, en la que los factores externos no influyen en el aprecio que la persona con este tipo de autoestima tiene, por lo que se desenvuelven abiertamente y que no necesitan valía por parte de otras personas, siendo capaz de defender sus valores y puntos de vista sin ser influenciados de forma externa.

Autoestima alta e inestable, cuentan con una alta estima pero susceptible a cambios por influencias externas, en especial por situaciones en las que se vean sometidas a competencia, respondiendo de forma negativa al fracaso al ser percibidos como amenazas. Su posición será firme ante su punto de vista al extremo de no aceptar el de los demás, por lo que intentará imponer el suyo. Este tipo de autoestima alta es inestable, por lo que la persona adoptará una actitud agresiva para promover su autoestima, o pasiva para defenderla. Además de estos dos niveles, existe la autoestima inflada, que es aquella que es perjudicial, ya que una persona con este perfil no desarrolla la capacidad de escuchar a los demás, ni de reconocer cuando han cometido una equivocación, asumiendo una posición hostil cuando se intenta hacerle ver que han errado.

Unidad 2

La comunicación no verbal se refiere a la acción de comunicar sin hablar y se asocia a la inteligencia emocional. La inteligencia emocional se expresa a través de la comunicación no verbal y ésta, mediante gestos, proximidad y sonidos sin palabras, logra comunicar asertivamente.

La comunicación no verbal se suelen dividir en 3 tipos o componentes:

- la kinésica
- la proxémica
- la paralingüística

La comunicación no verbal kinésica

La comunicación kinésica o lenguaje corporal corresponde a los gestos corporales y a las miradas. La palabra 'kinésico' proviene de la raíz griega que significa 'cinética' o 'movimiento', por lo tanto abarca todo el movimiento del cuerpo.

Algunos ejemplos de comunicación no verbal kinésica son: levantar las cejas, pararse en posición de triángulo, respirar aceleradamente, posiciones de la mirada, posición de los ojos y guiños.

La comunicación no verbal proxémica

La comunicación no verbal proxémica se refiere a las distancias a que está una persona con respecto a otra, comunicándose la relación de proximidad entre ellas.

El antropólogo estadounidense Edward T. Hall acuñó el término 'proxémica' y definió 4 tipos de distancias interpersonales:

1. Distancia íntima: 0 a 60 centímetros.
2. Distancia personal: 60 a 120 centímetros.
3. Distancia social: 120 a 300 centímetros.
4. Distancia pública: más de 300 centímetros.

La proxémica depende de la cultura y también de cómo la gente usa y responde a los diferentes tipos de relaciones espaciales, como por ejemplo cuando alguien quiere intimidar a otra persona aproximándose más allá de la zona de confort de la persona intimada.

La comunicación no verbal paralingüística

La comunicación no verbal paralingüística se compone de signos orales, auditivos, táctiles y visuales.

Los elementos paralingüísticos son las expresiones de sonidos sin palabras como por ejemplo el gruñido; el bostezo; el llanto; la risa; el tono o intensidad y volumen de la voz; la entonación, el acento y el énfasis en el discurso; el ritmo pausado, acelerado o tropezado de hablar; distorsiones o imperfecciones del habla entre otros.

La imagen corporal.

Una imagen corporal saludable significa que te sientes cómoda con tu cuerpo y te sientes bien sobre la manera en que luces. Esto incluye lo que piensas y sientes sobre tu apariencia y cómo juzgas tu autoestima. Una imagen corporal negativa puede ponerte en mayor riesgo de ciertas afecciones de salud mental, como trastornos de la conducta alimentaria y depresión.

Discurso. El discurso es la expresión formal de un acto comunicativo, que se presenta bajo manifestaciones diversas (discurso oral, escrito, por ejemplo). Desde el punto de vista formal, el discurso suele constar de una serie de oraciones, pero desde el punto de vista del significado tiene una naturaleza dinámica; por ello, no es posible describirlo en términos de reglas (como el caso de la oración), sino de regularidades. El discurso no es un producto, sino un proceso cuyo aspecto más destacado es su finalidad comunicativa. Éste es uno de los más grandes retos a los que pueda enfrentarse cualquier ser humano, y es que no hay algo que produzca más ansiedad que saber que se tiene que escribir un discurso y darse cuenta de que ni siquiera se sabe por dónde empezar. En las líneas siguientes trataré de llevarlo por los elementos que le facilitarán esa tarea,

El discurso en su estructura presenta tres 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.
- **Clímax:** 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. Así mismo, estimula la reflexión o convoca a la acción. Resulta recomendable la estimulación emocional de esta área estructural del discurso.

Para que un mensaje verbal cumpla con eficiencia sus propósitos comunicativos, es indispensable considerar las fases del sistema discursivo como una totalidad integral que no puede fragmentarse, es decir, no se pueden pensar de manera aislada la introducción de la conclusión o el desarrollo del clímax. 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.

Competencia personal. El desempeño de cualquier profesión, oficio o puesto de trabajo, viene identificado por la capacidad de la persona para ejercer adecuadamente el puesto al que se encuentra adscrito. Este desempeño supone que la persona tiene una serie de conocimientos, y que sabe desarrollarlos a través de la práctica de cara a la adquisición de determinados estándares de desempeño.

Dentro de los estándares de desempeño se encuentran todos aquellos que tienen que ver con hacer las cosas conjuntamente, o para otras personas. Entendemos que la mayoría de los empleos y trabajos tienen que ver, de una forma u otra, con establecer y mantener relaciones con otras personas. A este tipo de capacidad se le denomina competencia social. Se trata de capacidades imprescindibles para desempeñar un puesto de trabajo con un mínimo de calidad y excelencia.

Para los emprendedores y empresarios, uno de los ejes sobre los que se articula la viabilidad y el potencial éxito de la iniciativa empresarial, es la de su competencia social. Es una habilidad estratégica a la hora de analizar los recursos con los que cuenta el emprendedor.

La función esencial de un emprendedor va a ser la de establecer relaciones. Establecer y, además, mantener estas relaciones con:

- Clientes

- Inversores
- Trabajadores colaboradores
- Agentes financieros
- Etc.

Las relaciones nos sirven para vender, crear alianzas o saber gestionar un equipo de trabajo. Sobre las relaciones establecemos los elementos de comunicación que nos permitirán informar de lo que somos, lo que hacemos, o cómo es nuestra forma de trabajar.

Pero antes de establecer la forma en la que nos relacionamos con los demás, debemos pararnos a identificar y ordenar la primera relación esencial que como personas realizamos. Es decir, la relación con nosotros mismos.

Conciencia de uno mismo. Se trata de la capacidad para saber reconocer los estados personales en los que nos encontramos. En ellas, distinguimos las siguientes competencias:

- Conciencia emocional. Saber reconocer nuestras emociones, nuestros estados de ánimo.
- Valoración adecuada de uno mismo. Reconocer y saber valorar el conjunto de nuestras destrezas, habilidades, así como también los factores y desempeños en lo que no tenemos un nivel calificable como diestro.
- Confianza en uno mismo. Se trata de la fiabilidad en las valoraciones que realizamos acerca de nosotros mismos, sobre nuestras competencias, habilidades o conocimientos que poseemos.

2. Autorregulación. Lo podemos definir como la capacidad de establecer un control sobre nuestros estados, los impulsos, nuestras energías, así como de los recursos internos. La desglosamos en cinco competencias diferenciadas:

- Autocontrol. Saber manejar nuestras emociones e impulsos dirigido hacia la consecución de los objetivos que perseguimos. Esta competencia es especialmente significativa ante los conflictos en los que nos podemos encontrar inmersos.

Confiabilidad. Se trata de la coherencia y fidelidad a los criterios de sinceridad e integridad, a los valores y creencias que condicionan nuestra acción y la conducta en la relación que establecemos con los demás.

- Integridad. Tiene que ver con la responsabilidad como valor en el desempeño de nuestra actividad profesional. Significa saber aceptar los resultados de nuestra acción y los efectos de la misma.
- Adaptabilidad. Cómo nuestras acciones, conductas, formas de analizar y pensar se guían bajo un modelo de flexibilidad para responder ante los cambios de nuestro entorno.
- Innovación. Identifica nuestra posición a la aceptación e integración de las nuevas formas de hacer y pensar, en nuestro desempeño profesional y en nuestra forma de responder en los distintos entornos.

3. La motivación. Se encuentra relacionada con la manera bajo la cual las emociones condicionan la movilización de nuestras energías hacia la consecución de los objetivos y metas que perseguimos.

Bajo este modelo, identificamos cuatro competencias clave vinculadas a esta esfera competencial:

- Motivación por el logro. Significa identificar la excelencia como meta dentro de nuestro desempeño. Nos centramos en el logro del hacer, de las acciones, los proyectos que abordamos de la mejor forma posible, con el criterio de mejora y aprendizaje continuo.
- Compromiso. Se trata de aceptar e integrar dentro de nuestros esquemas personales los objetivos y metas de un equipo o grupo.

Recordemos que el compromiso fundamental de un emprendedor-empresario es con él mismo y con el proyecto que se encuentra diseñando y poniendo en marcha.

- Iniciativa. Tiene que ver con saber aprovechar la ocasión, el momento. Embarcarse en acciones cuando las circunstancias en la que nos desenvolvemos lo requieren.
- Optimismo. Supone una actitud de fortaleza en las acciones encaminadas hacia la consecución de las metas que nos proponemos,

Independientemente de las dificultades ante las que nos enfrentamos.

Desde esta perspectiva general, intentaré centrarme en aquellas competencias que son esencialmente significativas en el desempeño de los emprendedores. Cada una de las cuales tendrá espacios y escenarios específicos de aplicación a lo largo de la vida del proceso emprendedor del empresario.

Competencia profesional. 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.

En este apartado podrás encontrar los tipos de competencias que existen y algunas de las competencias transversales más demandadas por las empresas.

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.

Existen muchas definiciones de competencias, como también modelos, a continuación te mostramos cómo se estructuran las competencias según el modelo ISFOL1. Este modelo, identifica tres tipos principales de competencias:

- Competencias de base.
- Competencias técnicas.
- Competencias transversales.

Las 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, por ejemplo.

Las 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.

Las 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.

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. Cuántas veces nos ha sucedido que el primer gran impacto producido por una gran imagen física o profesional se vea demeritado en el momento en que el individuo tuvo que hablar o escribir algo, afectando el resultado final. Tener una buena imagen verbal es requisito indispensable para triunfar en el juego de la vida. 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.

Expresión escrita. Como sabes, 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. Ojo, escribir bien no es sinónimo de escribir eficazmente. No creas que sólo con escribir bien puedes seducir al lector o convencerle. En realidad, la eficacia en la comunicación escrita profesional dependerá de si somos capaces de adaptarla al destinatario y causar el efecto que deseamos. 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 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.
- Que incrementes tus resultados.

Sigmund Freud escribió en su “Introducción al psicoanálisis” una síntesis magnífica del poder de la palabra escrita. “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 influencia recíproca de los hombres.