



ALUMNA: RAMOS DIAZ ITZEL BERENICE

PROFESORA: MORALES ROBLERO RAMIRO

MATERIA: PROYECCIÓN PROFESIONAL

CARRERA: CONTADURIA PUBLICA Y FINANZAS

CUATRIMESTRE: 8 VO

GRUPO: "C"

FRONTERA COMALAPA CHIAPAS A 16 DE ENERO DEL 2022

INTRODUCCION

EN ESTE TRABAJO ANALIZAREMOS CADA UNO DE LOS CONCEPTOS DE LA UNIDAD 1 PARA PODER COMPRENDER MAS DE LA MATERIA Y PODER RELACIONARLA DE LA MEJOR MANERA CON LA CONTABILIDAD Y PODER CONOCER MAS DE LOS COMPONENTES DE LA IMAGEN, A MI PUNTO DE VISTA ES UNA MATERIA MUY IMPORTANTE YA QUE ESTA NOS ENSEÑARA A COMO TENER UNA MEJOR IMAGEN Y PODER APLICARLA EN UN FUTURO A NUESTRA EMPRESA PARA PODER TENER Y BRINDAR LOS MEJORES SERVICIOS.

DESARROLLO

COMPONENTES ¿QUE ES?

DE

LA

IMAGEN

1.1 Físico

Podemos decir que una buena presencia física depende básicamente de dos factores: la forma de caminar y la postura. Parece mentira que algo que aprendimos a hacer desde el primer año de edad, tengamos que reaprenderlo de adultos al tomar conciencia de que con el simple acto de caminar estamos

comunicando un gran número de mensajes. Veamos: ¿a cuántas personas conocen que caminen con la “pelvis” por delante, es decir que opten por una posición de guía pélvica al caminar? ¿Y cuántas de esas personas además abren las puntas de los pies caminando como si fueran patos? ¿Verdad que muchas? Bueno, pues un andar de esa naturaleza transmite mensajes

de lentitud, pereza, falta de energía, placidez y despreocupación. Por el contrario, si la forma

de caminar fuese inclinando el cuerpo hacia delante, dejándose guiar notoriamente por la cabeza, con el paso constantemente acelerado por la propia postura, la comunicación no verbal

sería la de prisa, angustia, preocupación y desesperación. Ninguna de las dos son buenas para

hacer sentir bien a los demás transmitiéndoles el mensaje de oro: “tú y yo somos importantes”. La cabeza, la espina dorsal y la pelvis forman un eje que debe tener una correcta

alineación para caminar correctamente y el principio de alineación es apenas uno de los ocho

principios del correcto caminar que enseñamos a nuestros clientes en nuestros seminarios de

Imagen no verbal y Presencia física. Otro es el de la erección. Veámoslo: si van por la calle y se

encuentran a un amigo que viene en la dirección opuesta a la suya con la vista clavada en el

piso, los hombros echados para adelante, la espalda encorvada y las manos en los bolsillos ¿qué

creen ustedes que pueda pasarle?... pues muchas cosas, pero de todas ellas preocupantes, tanto

que el individuo en cuestión viene prácticamente derrotado pues la postura adoptada comunica

abastimiento, pesimismo, preocupación y tristeza por sólo mencionar algunos sentimientos.

1.2 ¿Qué es imagen personal?

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.

Nos vamos acercando a la definición que nos interesa, sin embargo los estudios del tema todavía diferencian 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 segundas, 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, temática que 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.

Éstas son las imágenes mentales que habiendo quedado grabadas en la memoria van a influir en las preferencias y por lo tanto en las decisiones del ser humano. Este tercer

tipo de imágenes mentales son consecuencia de las percepciones acumuladas que necesitan de la coherencia como ingrediente indispensable para producir la reacción de la gente, ya que la mente sólo asocia lo que ve junto, lo que se repite de manera similar, lo que se parece, en síntesis, lo que puede organizarse como coherente. Cuando la mente detecta incoherencia producirá como reacción conductual el rechazo.

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”.

Lo que con toda sencillez podría interpretarse 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. Por eso es que podemos 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. Percibimos, lo cual significa que agregamos significado a cada señal que se nos presenta.

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.

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

convertirá en su realidad. Dicha realidad no tiene forzosamente que ser verdadera ni

corresponder a la realidad de la fuente emisora, por lo que estaríamos frente a una realidad "ficticia" estrictamente individual, es decir, ante una imagen individual; esta situación es la casusa del típico conflicto que todos hemos vivido cuando hemos confrontado lo que somos con lo que los demás creen que somos,

1.3 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.

Según los expertos, todo profesional que ejerza puestos de dirección y desee obtener un mejor desempeño, tanto de sus labores, como de su equipo de trabajo, debe aprender a desarrollar una imagen integral, que abarque factores desde la vestimenta, hasta la identidad y el compromiso. 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, explica Beatriz Pereira, psicóloga laboral y miembro de la Federación Latinoamericana de Coaching. “Son los pensamientos estratégicos, los que una vez que son comprendidos permiten que enfoquemos de manera distinta nuestra imagen personal”, señala la experta. Lola García, asesora de Comunicación e Imagen Integral para Microsoft Empresas, coincide con Pereira al afirmar que la imagen y actitud que un profesional puede llegar a proyectar, es fundamental a la hora de imponer un grado de superioridad. “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”, sostiene. Indistintamente de la ocupación que pueda tener, Abel Gallardo, Master of Science en Psicología Industrial y Organizacional, cree que un líder puede ser formal y casual a la vez, dependiendo de su estilo de liderazgo, pero que esto no deberá opacar ni incrementar su presencia. “Un líder autócrata, se verá muy bien formalmente, de cuello y corbata, y un líder demócrata, se verá muy bien en estilo casual. Por lo tanto, independiente de su estilo, el líder no debe opacar su presencia, sino atraer sin encandilar”, explica.

El especialista aclara, sin embargo, que la seguridad y confianza que proyecte un profesional, deberá venir respaldada por sus logros académicos, no por la marca o el color de ropa que esté usando. "Si no se demuestran los conocimientos técnicos, experticia y experiencia, de nada sirve vestir un traje de alta costura. Por ello, el tema de la imagen personal y profesional debe centrarse en un mensaje asertivo para lograr el éxito", señala.

1.4 EL SALUDO

El saludo, junto con el contacto visual y la sonrisa, son nuestra mejor tarjeta de presentación. En la antigüedad el saludo era una señal de paz. Originalmente el contacto se

hacía llevando la mano hasta el antebrazo para demostrar que no se guardaba ninguna arma

bajo la manga. A través del tiempo el saludo ha evolucionado hasta su forma moderna que

incluye:

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. Existen diferentes remedios para evitar el molesto problema del sudor en las manos. Si es su problema, pruébelos todos pero por favor no ofrezca su mano fría y mojada, producirá una desagradable sensación que le restará puntos de entrada.

b) Extender ampliamente su 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.

Por favor evite saludar como:
o Pescado muerto. De manera débil y aguada que transmite falta de entusiasmo y energía.

o Truenos-huesos. Que se puede traducir como un intento de intimidación, como compensación a algún complejo de inferioridad. Si llegar a toparse con uno de estos, protéjanse apretando también lo más que puedan.

Princesa. Ofreciendo solamente la punta de los dedos.

o Sandwich. Tomar y sostener durante un tiempo con las dos manos la mano del otro puede tomarse como compasivo, condescendiente o sobreprotector, por lo que no es aconsejable en el mundo de los negocios.

o Bomba de agua. No suelta la mano del otro y la sacude muchas veces. Puede malinterpretarse como falso.

CONCLUSION

REALIZAR ESTE TRABAJO ME AYUDO MUCHO A PODER IDENTIFICAR ALGUNOS MODALES PARA PODER TENER UNA BIUENA PRESENTACION Y LO QUE MAS ME LLAMO LA ATENCION ES QUE CADA UNO DE NOSOTROS PODEMOS APRENDER DE ELLO YA QUE ESTO NOS SERVIRA PARA PODER TENER UN MEJOR COIMPORTAMIENTO Y A FUTURO PODEMOS APLICAR ESTAS EN NUESTRA EMPRESA Y PODER TENER Y OFRECER LOS MEJORES SERVIVIOS.