



Mi Universidad

Nombre del Alumno: Erwin Avelino Bastard Alvarado.

Nombre del tema: Mapa conceptual de los componentes de la imagen.

Parcial: I parcial.

Nombre de la Materia: Proyección profesional.

Nombre del profesor: Beatriz Adriana Méndez González.

Nombre de la Licenciatura: Enfermería.

Cuatrimestre: VIII.

Pichucalco, Chiapas a 22 de Enero del 2023.

COMPONENTES DE LA IMAGEN

UNA BUENA PRESENCIA FÍSICA DEPENDE BÁSICAMENTE DE:

Forma de caminar: 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?, pues un andar de esa naturaleza transmite mensajes de lentitud, pereza, falta de energía, placidez y despreocupación.

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.

TIPOS DE IMÁGENES MENTALES:

Las primeras son 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.

Las terceras, son 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.

SE HACE AHORA NECESARIO REFLEXIONAR SOBRE EL SIGNIFICADO DE LA PALABRA PERCEPCIÓN:

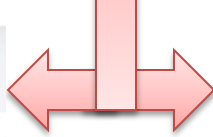
Percepción es “la sensación interior que resulta de una impresión material hecha en nuestros sentidos”.

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.

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

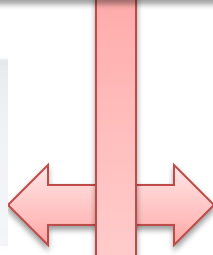
El juicio de valor es el resorte que impulsa la acción individual consecuente: aceptar o rechazar lo percibido.



Cuando la imagen mental individual es compartida por un público o conjunto de públicos se transforma en una imagen mental colectiva dando paso a la imagen pública.

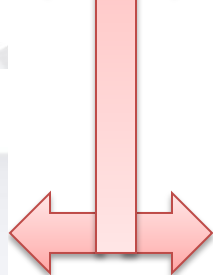
BUENA IMAGEN

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.

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.



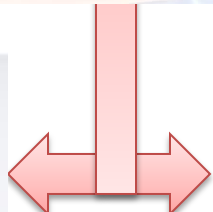
El especialista aclara, sin embargo, que la seguridad y confianza que proyecte un profesional, deberá venir respaldada por sus logros académicos, no por la marca o el color de ropa que esté usando.

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, por ejemplo tener una limpieza personal impecable” explicó Sotomayor Gómez al referirse a una de las normas para causar una buena impresión.

A una mujer delgada le queda todo; pero si tienen mucha espalda traten de resaltar la parte baja del cuerpo; lo mismo si tienen mucha cadera, resalten su parte superior y si su cuerpo es un poco lleno, usen ropa holgada como faldas, no fuercen su cuerpo a usar ropa que les perjudicará.



A los hombres, continuó, deben usar ropa que resalte su virilidad, por ejemplo trajes con hombreras y pantalones que hagan ver sus piernas anchas entre otros artilugios. El experto aprovechó para también dividir las siluetas de los hombres en ideal, cuña, delgado, rectangular y ovalada.

LOS COLORES QUE DEBEN USARSE EN LOS ATUENDOS SE BASAN EN LA ESTACIÓN DEL AÑO:



Las personas de piel blanca con pelo negro, son invierno y se les recomienda usar colores básicos como blanco, azul, amarillo, plata, oro, rojo y verde.

Las personas que son verano, de color de piel "atigrada" o ceniza, son veranos y deben usar colores como amarillo, naranja, gris, lila y violeta.

Las personas que pertenecen a la primavera, morenos, se recomienda el vestir color rosa, verde, durazno y otros colores tiernos.

Las personas del otoño, de piel bronceada y pelo castaño, usarán colores como el dorado, café y naranja.

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.

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.

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:

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.

Truena-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, protéjase apretando también lo más que puedan.

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

Pescado muerto: De manera débil y aguada que transmite falta de entusiasmo y energía.

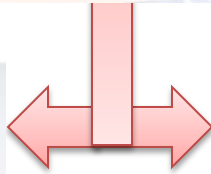
Princesa: Ofreciendo solamente la punta de los dedos.

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.

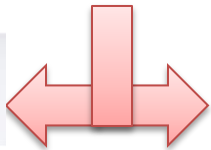
Para el logro de los objetivos institucionales se debe contemplar el desglose de los detalles, la evaluación de los objetivos institucionales, la evaluación de los objetivos personales y la reiteración de los mismos cuando se pierde el sentido de la junta de trabajo.



Los objetivos de una junta de trabajo son fundamentales para orientar la sinergia de los participantes y garantizar la consecución de resultados.

LOS TIPOS DE JUNTAS DE TRABAJO SERÁN CONSIDERADOS EN RAZÓN DE LA URGENCIA:

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.

CONVOCATORIA A JUNTA

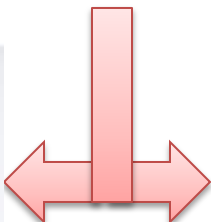


Debe ser previsor, clara en objetivos, tiempos y espacios, así como en el perfil de los convocados. Esta visión integral considera el siguiente catálogo de recomendaciones: convocar a las personas con previsión, informar fecha, hora, lugar y objetivo, enviar el material necesario e informar acerca de su papel en la reunión.



PAUTAS IMPORTANTES A CONSIDERAR:

El orden del día: Éste constituye el modelo rector de los objetivos de la junta; por eso es vital definir su sentido, para lo cual es importante precisar la hora, lugar fecha y objetivo; definir qué se espera de los integrantes, considerando que el tiempo varía según los objetivos de cada uno de los temas.



El lugar de la junta: El lugar donde se realizará la junta influye en la dinámica de la reunión y en la disposición de los participantes, pues los espacios son códigos simbólicos que intervienen en la percepción de los involucrados. En este marco de significación, se debe reflexionar sobre el ambiente que busca lograr.

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.

LA POSTURA ES CÓMO MANTIENE O SOSTIENE SU CUERPO. HAY 2 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.

¿CÓMO PUEDO MEJORAR MI POSTURA EN GENERAL?

Tenga en cuenta su postura durante sus actividades diarias, como mirar televisión, lavar los platos o caminar.

Use zapatos cómodos de tacón bajo: Los tacones altos pueden afectar su equilibrio y obligarlo a caminar de manera diferente.

Manténgase activo: Cualquier tipo de ejercicio puede ayudar a mejorar su postura, pero ciertos tipos de ejercicios pueden ser especialmente útiles.

Manténgase activo: Cualquier tipo de ejercicio puede ayudar a mejorar su postura, pero ciertos tipos de ejercicios pueden ser especialmente útiles.

ES IMPORTANTE SENTARSE CORRECTAMENTE Y TOMAR DESCANSOS FRECUENTES:

SENTADO

- 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.


PARADO

- Póngase de pie en forma derecha.
- Mantenga sus hombros atrás.
- Evite que su estómago sobresalga.
- Coloque su peso principalmente en las puntas de tus pies.

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.




¿CÓMO SON LAS PERSONAS QUE PERTENECEN 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.

Jamás vestirán con ropa y accesorios que reflejen baja calidad. Son los que más invierten a largo plazo en su guardarropa, ya que preferirán prendas de muy alta calidad (y que reflejen distinción).




Les agrada la distinción, la exclusividad y el buen gusto, y lo reflejan también en su arreglo y manera de vestir: corte de cabello y/o peinado impecable, ropa de muy alta calidad, invierten a largo plazo conformando un guardarropa atemporal por varios años, visten usando colores principalmente lisos, de diseño sobrio y generalmente en colores neutros, etc.



¿QUÉ PROFESIONES LO EJEMPLIFICAN MEJOR?



Las personas de estilo elegante pueden desempeñarse en varios giros profesionales, sin embargo, generalmente se encuentran en posiciones de autoridad y liderazgo como directores generales de empresas, CEOs, algunos funcionarios públicos, casa bolseros y altos ejecutivos con una posición social alta.



¿CUÁL ES SU GRAN FORTALEZA?



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.

AUTOESTIMA

Es el amor que una persona tiene por sí misma; para otros, es el conjunto de las actitudes del individuo hacia sí mismo, o la percepción evaluativa de uno mismo.

Las "aes" de la autoestima son aprecio auténticos de uno mismo como ser humano, independientemente de lo que pueda hacer o tener, de tal manera que se considera igual aunque diferente a cualquier otra persona. Un aprecio que incluye todo lo positivo, que pueda haber en uno mismo: talentos, habilidades, cualidades corporales, mentales, espirituales.

Afecto: 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 y sentimientos (aunque éstos no le agraden) con su imaginación y con su cuerpo (gordos o flacos, altos o bajos, estilizados o con "rollitos").

Atención: Cuidado esmerado de sus necesidades reales, tanto físicas como psíquicas, intelectuales y espirituales. No nos referimos a las "necesidades creadas" artificialmente por la publicidad agresiva y engañosa. La persona que se autoestima prefiere la vida a la muerte, el placer al dolor.


APRENDAMOS A DESARROLLAR NUESTRA AUTOESTIMA

Si bien es cierto que la formación de la autoestima empieza desde que una persona nace; es perfectamente posible elevar nuestra autoestima a partir de cualquier edad. Dependerá de la voluntad y perspectiva de éxito que se tenga.

ESQUEMA DE TRES FASES:



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, por ejemplo pensar positiva y realistamente acerca de nosotros mismos.



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 ética: Se refiere a sentirse una persona buena y confiable, segura de su integridad personal y capaz de cuestionar y cambiar críticamente sus ideas, comportamientos e incluso sus principios, si es necesario, sin dañar su identidad.

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.


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 los estudios que lo conduzcan a dominar todos los conceptos, estrategias y procedimientos para ser un empresario que conoce su campo de acción, así como la valoración de sus capacidades intelectuales y creativas.

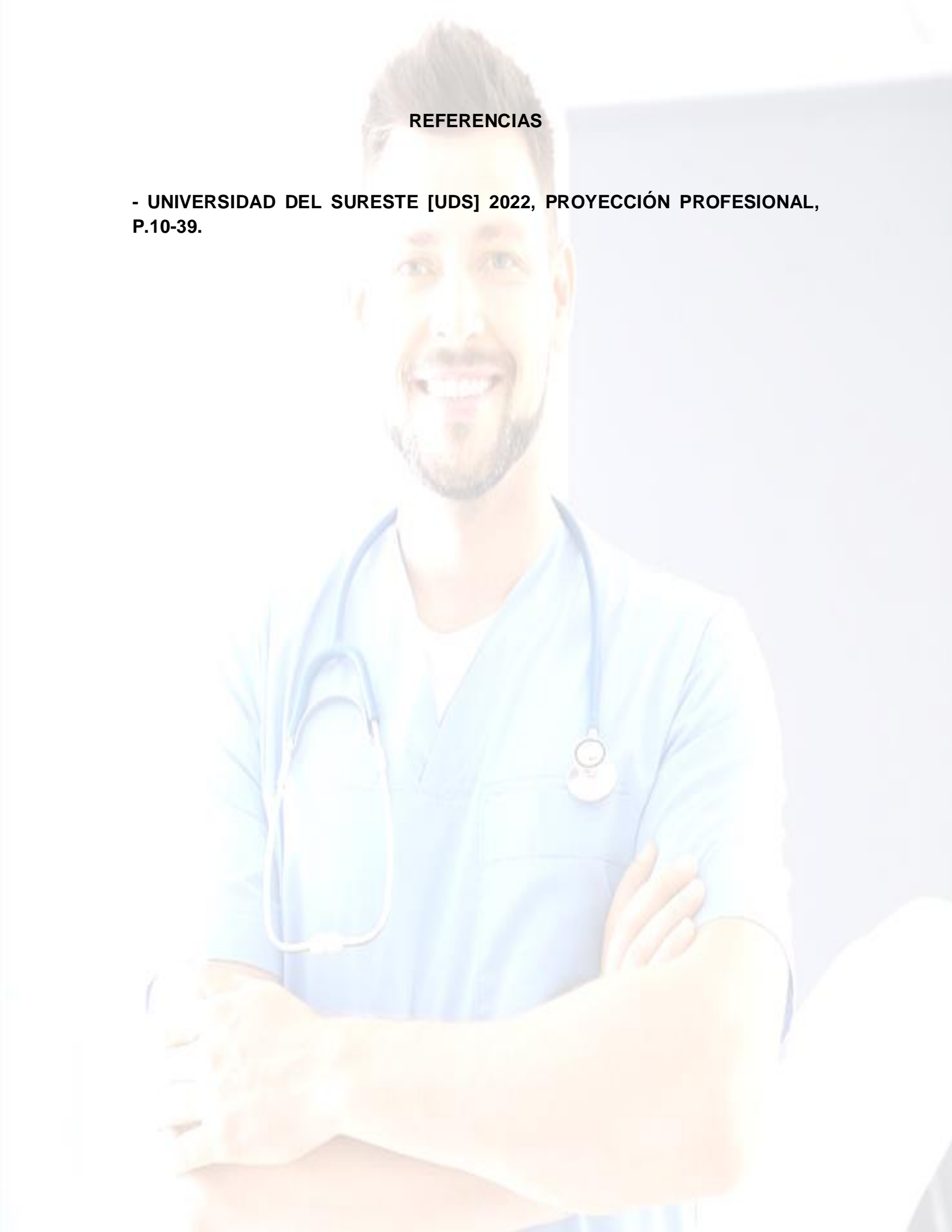


Dimensión física: Referida al hecho de sentirse atractivo(a) físicamente, no condicionado por estereotipos estéticos, ni prejuicios raciales o de género, sino por la íntima satisfacción de aceptar el propio cuerpo como es, con su particular belleza, reconociendo la importancia de desarrollar hábitos de higiene, interés en su apariencia y autocuidado de su salud.

¿CÓMO DESARROLLAR LA AUTOESTIMA DE SUS COLABORADORES?



Un empresario puede ser líder de sí mismo o de un número pequeño, regular o grande de colaboradores o trabajadores. Cada empresario puede tener diversas formas para desarrollar la autoestima de ellos; dependerá de su personalidad, de las características del grupo y del tiempo de que disponga.



REFERENCIAS

- UNIVERSIDAD DEL SURESTE [UDS] 2022, PROYECCIÓN PROFESIONAL, P.10-39.