



**Nombre: Diana Laura Castañeda Flores**

**Lic. Guadalupe de Lourdes Abarca**

**Trabajo: Ensayo**

**Materia: Proyección Profesional**

## Imagen y desarrollo de sus componentes

La imagen se forma a través de una serie de estímulos que entran a través de la retina y pasa por un proceso para ser interpretado por nuestro cerebro creando sensaciones y percepciones, las cuales se crean reacciones de agrado o desagrado creando un juicio. La imagen significa entonces:

- Percepción
- Proyección
- Elemento Diferenciador
- Comunicación
- Apariencia
- Juicio De Valor
- Herramienta
- Un Plus
- Identidad
- Marca (Personal Branding)

**Percepción:** Se crea a través de un estímulo visual que es procesado por el cerebro que lo interpreta como agradable o desagradable.

**Proyección:** Es la consecuencia de una percepción de algo que decimos, hacemos o traemos puesto.

La imagen personal abarca desde los rasgos físicos, formas de vestir, posturas y movimientos al sentarse, saludar tono de voz, caminar, mirada, risa, higiene, cortesía, educación, etc. Es importante cuidar de nuestra imagen personal porque es como una foto de presentación, lo primero que ven los demás de nosotros a primera vista y presentamos nuestra personalidad. Por lo que tener una buena presencia, ser y sentirse agradable a la vista de los demás, nos hace sentir más seguros de nosotros mismos, lo cual mejora en gran medida nuestro desarrollo personal, profesional y social.

Hay dos tipos de imagen:

- Imagen privada
- Imagen pública

La imagen privada es aquella que tienes cuando se está en una zona privada como tu casa, en la cual puedes vestirte, expresarte como deseas, sin preocupaciones.

La imagen pública es la que un grupo social crea sobre ti, sobre tu conducta o comportamiento.

Los elementos que componen la imagen:

- Imagen física (apariencia)
- Imagen interna
- Imagen verbal
- Imagen no verbal

Imagen física: Es todo lo relacionado a la apariencia, la presentación personal, lo externo. Tu vestimenta proyecta lo que eres (descuido, sencillez, modestia) por eso es importante verse limpio, ordenado y aseado, reconocer los estilos, colores, etc. Que te favorecen.

Imagen interna: Es tu ser interior, tus objetivos, como te gustaría ser percibido. Construir la imagen que quieres proyectar.

Imagen verbal: Es saber enviar correctamente un mensaje sin errores de ortografía, tener una buena redacción, contestar adecuadamente el teléfono, hacer uso correcto de la etiqueta en internet, todo lo anterior hace de la imagen la más impecable.

Imagen no verbal: Son los gestos, la mirada, la expresión facial y tono de voz.

Los aspectos a tomar en cuenta para mejorar la imagen personal es tener coherencia en estos aspectos para tener éxito en lo que queremos proyectar:

- Condiciones físicas: apariencia exterior.
- La voz, el tono y su modulación.
- Gestos.
- Indumentaria.

El estudio de la imagen profesional está relacionado con la disciplina de la imagen pública (que abarca la identidad, imagen, reputación corporativa, organizacional etc.). La práctica de la imagen pública tiene una aplicación muy concreta que beneficia a cualquier persona en el ámbito profesional, sea éste de cualquier sector: político, artístico, empresarial o, incluso, deportivo. Esta aplicación es la imagen profesional, la cual se refiere al manejo de la proyección de la identidad personal en un ámbito laboral.

“Podemos definir la imagen profesional como la percepción que se tiene de una persona o institución por parte de sus grupos objetivo como consecuencia del desempeño de su actividad profesional”

El estudio de la imagen profesional tiene un antecedente en las investigaciones realizadas acerca de la imagen (creada a través de la percepción) que ciertos públicos tienen sobre una organización.

Las cuatro áreas básicas de la identidad corporativa son:

- La manifestación física de la organización
- Sus productos y/o servicios
- Su información y comunicación
- Las actitudes y comportamientos de sus integrantes (precisamente, es en este último elemento en donde se da una relación directa con la imagen profesional.

En conclusión el concepto de imagen profesional se le ha relacionado con cuatro aspectos: la comunicación no verbal, el lenguaje corporal, el discurso y la vestimenta.