



Mi Universidad

Súper Nota.

Nombre del Alumno: Siomara Grisel Vázquez Gómez.

Nombre del tema: Imagen y desarrollo de sus componentes.

Parcial: I

Nombre de la Materia: Proyección Profesional.

Nombre del profesor: Gladis Adilene Hernández López.

Nombre de la Licenciatura: Administración y Estrategia de Negocios.

Octavo Cuatrimestre.

Comitán de Domínguez, Chiapas, 25 de enero del 2025.

UNIDAD I.

ELABORADO POR: SIOMARA GRISEL VÁZQUEZ GÓMEZ.

1 Imagen y desarrollo de sus componentes.

Hoy por hoy, en un mundo donde la globalización está a la orden del día, trascendiendo barreras, límites y fronteras para dar paso a un entorno más competitivo, encaminando a las personas a una búsqueda permanente de "ese algo" que las haga diferenciar de los demás.



2 1.1. Conceptos básicos e importancia de la imagen.

Los ojos reciben una serie de estímulos; estos, entran a través de la retina, pasan por el nervio óptico, y son procesados, analizados e interpretados en nuestro cerebro, decodificándolos como sensaciones y percepciones.



Lo que hace el cerebro es armar un juicio de valor: "Acepto" o "No acepto", decodifica esos estímulos para construir una opinión de la otra persona.

Percepción: Como ya se mencionó, se recibe un estímulo visual que es procesado por el cerebro e interpretado como "agradable" o "desagradable".



Proyección: Es la consecuencia de una percepción de algo que "decimos, hacemos o traemos puesto". Permanentemente se está proyectando algo con la imagen: por ejemplo confianza, credibilidad, profesionalismo, o por el contrario, descuido, desorden, abandono.



Elemento Diferenciador: Frente a varias personas, quizá con la misma profesión u oficio, se debe procurar una imagen diferente, porque se presenta una actitud, un comportamiento, unas cualidades que lo hacen diferente de los demás.



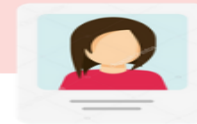
6 1.2. Imagen Personal.

Cuando hablamos de imagen personal nos referimos a un tema muy amplio que abarca desde los rasgos físicos y forma de vestir hasta la postura y movimientos al sentarse, caminar, saludar, tono de voz, mirada, risa, sonrisa, higiene, cortesía, educación, entre otros.



7 Cuida su imagen.

La imagen personal es un estilo de vida y cada persona tiene la suya. Por eso es importante cuidar nuestra forma de ser y actuar, ya que la imagen es como una foto, es lo primero que los demás ven de nosotros en una rápida y fugaz mirada.



8 1.2.1 Tipos de imagen.

¿Por qué es importante la imagen? Porque es el mejor capital de cada ser humano. Usted es su mejor activo.

La imagen debe convertirse en una ventaja competitiva en el mundo empresarial. Hay dos tipos de imagen:

- La imagen privada.
- La imagen pública.



La imagen privada: Es aquella que se tiene en la intimidad de la casa. Allí cada cual decide comportarse según su criterio; allí, cada cual decide vestirse como quiere, relajado o despreocupado, si así lo desea, pero afuera, las cosas cambian.



10

La imagen pública o social: Es la opinión que tiene un grupo de personas acerca del comportamiento o la conducta de alguien, enmarcado dentro del contexto de comunicación verbal y no verbal; tiene que ver mucho más con el mundo profesional, laboral, de ascensos y de conquistas.



11

1.2.2. Elementos que componen la imagen.

La imagen la componen varios elementos, entre ellos:

- Imagen física o corporal (apariencia).
- Imagen interna.
- Imagen verbal.
- Imagen no verbal.

12

Imagen Física o Corporal: Corresponde a todo lo relacionado con la apariencia, la presentación personal, con lo externo. La ropa habla de cada persona; esta puede proyectar descuido, sencillez, modestia. Los accesorios pueden decir hasta la religión que se profesa, el oficio, la creatividad o el arte que se realiza.



13

Imagen interna: Es todo lo relacionado con el ser interior. Es un viaje a lo interno de sí mismo, tener claro sus objetivos, saber cómo se ve, cómo cree que lo ven los demás. Cómo le gustaría ser percibido.



14

Imagen verbal: Cada detalle es importante a la hora de proyectar una buena imagen. 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.



15

Imagen no verbal: Como ya se mencionó, el 93% del lenguaje, es no verbal, por tal razón, es conveniente preocuparse por la postura corporal que se está adoptando. El cuerpo constantemente está hablando. Se debe tener especial cuidado con los gestos, la mirada, la expresión facial, y el tono de voz.



16

1.2.3 Aspectos a tomar en cuenta para mejorar la imagen personal.

Mantener coherencia entre los cuatro canales de información que a continuación se mencionan:

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



17

Estos elementos deben estar armonizados entre si para lograr con éxito nuestro propósito. Por lo que si se dice algo, el mensaje debe ser coherente con el contenido del mismo.



18

El cuerpo es un elemento magnífico de comunicación y es la tarjeta de presentación de una persona, por lo que debe ir acompañado del control del lenguaje verbal y no verbal. Por eso, cuando se habla de imagen personal no se debe referir únicamente al traje que vestimos sino a algo más amplio.

19

1.3. Imagen Profesional.

El estudio de la imagen profesional está relacionado directamente con la disciplina de la imagen pública (que abarca la identidad /imagen/ reputación corporativa/ organizacional etc.).



20

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.



21

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



22

1.3.1 Concepto de imagen Profesional.

Se considera imagen profesional a la consciente construcción, estimulación y manejo de una determinada percepción que ciertas personas, públicos o audiencias tendrán sobre una identidad personal específica.

Esta identidad personal se proyecta a través de cinco factores: identidad-profesional, actitud, comportamiento, discurso y vestimenta.



23

Al analizar estos cinco factores de la definición, vemos que tres son visuales (actitud, comportamiento y vestimenta), uno es oral (discurso, el cual también puede ser visual, a través de la escritura) y el último (la identidad-profesional) es dependiente de cualquiera de los otros cuatro (los cuales, a su vez, son elementos de la propia identidad personal).

