



Colección
"Desarrollo personal y laboral"



El valor $+$ de la imagen



Edición
N° 31

Dirección
de Comunicación

"Desarrollo personal y laboral" "Desarrollo personal y laboral"
"Desarrollo personal y laboral" "Desarrollo personal y laboral"
"Desarrollo personal y laboral" "Desarrollo personal y laboral"

Índice

Presentación	3
Imagen personal	4
Aspectos a tomar en cuenta para mejorar la imagen personal	6
Valores personales a cuidar y perfeccionar	7
Moda y personalidad	10
La imagen personal y profesional	11
Aprovechar las nuevas tecnologías para optimizar su imagen	13
La imagen corporativa	16
Comunicación e imagen	19
Reglas de oro para mantener una buena imagen en situaciones de crisis	21
Bibliografía	25

Presentación

Hablar de imagen es hablar de un tema que nos compete a todos, dado que siempre vamos a tener una imagen que cuidar: mi imagen personal, profesional o la imagen de la empresa que representamos.

Pero proyectar esa imagen que todos queremos tener no es cosa fácil ya que entran en juego muchos aspectos que deben ser tomados en cuenta para lograr el equilibrio y conseguir nuestro objetivo. Lo interesante de este tema es que la imagen es modificable, la podemos cambiar o transformar y así sacar un mayor provecho de ella.

Una vez más nos tomamos unos minutos para compartir con usted importante información y útiles consejos que, al ponerlos en práctica, nos permiten cuidar de nuestra imagen personal, profesional o social y la de la empresa.

Gracias por continuar leyendo nuestra colección de temas, escribimos pensando en usted.

Dirección de Comunicación

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.

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. Aunque no seamos conscientes, todos proyectamos nuestra personalidad a través de la imagen que ofrecemos al exterior.

A menudo recordamos esa frase tan popular que dice: “La primera impresión es la que cuenta” por lo que pasar la crisis de los primeros cinco minutos en un primer encuentro con otra persona es quizás la prueba más difícil, dado que posterior a este tiempo las impresiones que se forman persistirán y se reforzarán, en función del comportamiento posterior que tenga el individuo.

Por lo anterior, podemos deducir 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.

Cuide su imagen...



Aspectos a tomar en cuenta para potenciar nuestra imagen

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.

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.



***“Una imagen vale más
que mil palabras”***

Aspectos a tomar en cuenta para mejorar la imagen personal

Al hablar de imagen personal, nuestra mente imagina a hombres y mujeres espectaculares, con mucho “glamour”, cuerpos esbeltos, atractivos. ¿Pero si no poseemos esas cualidades físicas nuestra imagen personal debe verse afectada?

Por supuesto que “NO”, las personas son más que un aspecto físico, poseen también valores excepcionales y una mente maravillosa, lo que hace que realmente seamos seres únicos.

Si tenemos un aspecto físico impecable con una mente vacía, no sirve de nada o al contrario, una mente prodigiosa con un cuerpo descuidado o sucio, tampoco.

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; podemos decir que es un estilo de vida, la forma de ser y actuar y en consecuencia, cada persona tiene la suya propia.

El cuidado de la imagen personal posee gran importancia, implica conocimiento y perfeccionamiento del aspecto interior y exterior. Cuando nos presentamos ante los demás, antes de haber pronunciado una palabra ya estamos transmitiendo datos e ideas, aún sin quererlo. Nuestra personalidad se proyecta a través de la imagen que ofrecemos al exterior.

Recuerde “la primera impresión es la que cuenta” y si es positiva tendremos mucho terreno ganado.

Valores personales a cuidar y perfeccionar

Los valores personales son fundamentales a la hora de perfeccionar nuestra imagen. Entre ellos podemos mencionar los siguientes:

- **Cortesía y buena educación:** Son fiel reflejo de la calidad de vida de una persona. Cuando nos dirigimos al otro con amabilidad y educación, generalmente vamos a recibir la misma respuesta. Evidentemente, si estos hábitos los cultivamos desde nuestra infancia, se hace más fácil su posterior desarrollo.
- **Dominio de sí mismo:** Nuestro temperamento influye, considerablemente, en el modo de exteriorizar los sentimientos, por lo que es necesario cierto control a la hora de saber expresarnos, lo más adecuado es hacerlo de forma adecuada, elegante y educada.

Situaciones como las siguientes pueden desfavorecer nuestra imagen: Estallar en una sola carcajada, romper a llorar con estruendo, recibir una noticia abriendo la boca o llevándose las manos a la cabeza, dejarse caer en una silla, dar una patada a una papelería u otro elemento de la oficina, entre otros.



- **Serenidad:** Ser apacible y sosegado transmite a los demás una imagen de paz mental y espiritual así como un gran equilibrio de la persona.

Transmitir serenidad en situaciones de crisis puede contribuir a encontrar mejores soluciones. Siempre, en todo momento, es aconsejable demostrar nuestra educación y templanza, respondiendo en forma apropiada y aceptando con diplomacia la razón del interlocutor, esto le hará salir airoosamente de una conversación.

- **Saber escuchar:** Para mantener una buena comunicación con nuestro interlocutor se debe evitar interrumpir continuamente la conversación o introducir otros temas sin dejar terminar frases a la persona que conversa. Esto demuestra descortesía y hace que transmitamos una imagen muy inadecuada.

- **La comprensión:** Es pasar por alto las equivocaciones ajenas, de tal forma que no se les de mucha importancia y encontrar, en forma acertada, alguna explicación airoosa para despejar diversas situaciones difíciles. No es “hacernos de la vista gorda” como dice el dicho, los errores no se deben tapar pero, en muchas ocasiones, se consigue más ayudando a la persona a corregir el error que responsabilizándola por lo que ha hecho.

- **Discreción:** No revelar a quien no se debe asuntos que se conocen por la profesión o situación en la que uno se pueda encontrar es una cualidad que no tiene precio. Otro aspecto que demuestra discreción en la persona es evitar hacer preguntas que denoten un afán de curiosidad innecesario o impertinente. La persona discreta transmite seguridad y lo contrario es percibido como peligroso en cualquier relación.

También existen otros valores que nos ayudan a consolidar nuestra imagen:

- Sencillez: Denota respeto y reconocimiento.
- Concisión: Importancia al tiempo ajeno.
- Optimismo: Transmite ánimo y motivación a los que se relacionan con usted.
- Puntualidad: Demuestra consideración hacia las demás personas.
- Amabilidad y cordialidad: Denotan buena educación y hacen a la persona más atractiva.

Los valores expuestos anteriormente contribuyen a que seamos mejores personas y nos ayuda a transmitir una imagen positiva y profesional, son aspectos muy importantes para lograr convivir en un ambiente motivador en el campo laboral y social.



Moda y personalidad

La imagen es lo primero que se ve de nosotros, por lo tanto, hay que cuidarla. La moda y la personalidad son aspectos sumamente importantes a la hora de proyectarnos. Cuidar nuestro cuerpo, cabello, tener buen gusto en el vestir, entre otros, son aspectos que nos permiten mejorar nuestra imagen.

También recuerde, la personalidad se transmite a través de lo agradable de la mirada, del tono de voz, del aplomo al expresarse.

Mientras la moda es un agregado con el que se saca el máximo provecho a las formas del cuerpo, dando a conocer un status y estilo de vida; la personalidad va más allá, revela interioridad del alma, madurez, el yo interior que todos tenemos.

Si nuestra vida interna está llena de valores y de pensamientos nobles, nuestra ropa será únicamente un accesorio adicional para embellecer lo que llevamos dentro.



La imagen personal y profesional

Para que una persona logre mantener una buena imagen tanto en lo personal como profesional, tiene que trabajar algunos aspectos que, sin duda alguna, le ayudarán a mantener un buen equilibrio:

- **Vestimenta:** La primera recomendación es usar una vestimenta adecuada al trabajo que realizamos.
- **Paralenguaje:** Es todo aquello que acompaña al lenguaje, como el tono de voz, la vocalización, la entonación en el discurso, hablar pausado o de prisa, según el momento.
- **Proxemia:** El ser humano tiene una tendencia natural a crearse un espacio personal en el cual se mueve y desarrolla. Este es el llamado territorio, esa extensión de tierra que nos pertenece, sea cual sea su tamaño, hasta ese espacio invisible que nos rodea como si se tratara de una burbuja y que marca lo que algunos llaman nuestro espacio vital.

Lo importante es respetar ese espacio y que ningún intruso invada el nuestro.

Se establecen cuatro medidas de aproximación más o menos estándar, según el tipo de relación existente entre los individuos:

1. La llamada zona íntima, que se extiende de 15 a 45 centímetros. En la que se permite entrada únicamente a los que están ligados emocionalmente a la persona en cuestión: cónyuge, hijos, amigos muy queridos... existe una subzona que abarca hasta 15 centímetros, a la que tan solo accede aquella persona a la que se está unido muy íntimamente.

2. La zona personal, ocupa entre 46 centímetros y los 1,22 metros. Es la distancia que separa a las personas en una fiesta o en la oficina, distancia de reunión social.
3. La zona social: entre 1,23 y 3,6 metros. Distancia que se suele utilizar con los extraños. Por ejemplo con el pintor o con los dependientes de una tienda.
4. La zona pública, esta supera los 3,6 metros. Es la distancia que utilizamos para dirigirnos a un grupo de personas.

Es muy importante cuidar estas distancias para, en la medida de nuestras posibilidades, no causar desconcierto ni incomodidad a la hora de comunicarnos.

Lenguaje corporal: (un gesto, una mirada) todo aquello que hacemos con nuestro cuerpo. Se estima que alrededor del 65% de nuestra comunicación diaria, con los demás, se basa en la comunicación no verbal.

Conocimiento social: Se refiere al conocimiento respecto a las personas y sus hechos, sobre lo que pueden y deben hacer y su comportamiento.

Para lograr el éxito tanto en el campo personal como profesional es recomendable combinar ambas partes:

- Mantener una confianza absoluta en los productos y servicios que vende la empresa en la cual laboramos, creencia y sentido de pertenencia a un equipo de trabajo y la total certeza de que el trabajo que realizamos es importante y necesario.
- Mejorar los aspectos de vestimenta, paralenguaje, proxemia, lenguaje corporal y conocimiento social es de vital importancia para que la persona tenga una absoluta tranquilidad y seguridad en sí misma, lo que a su vez transmitirá a las personas que le rodean y potenciará la imagen que proyecte.

Regla de oro para transmitir una buena imagen:

“Estar a gusto y seguro con uno mismo”

Aprovechar las nuevas tecnologías para optimizar su imagen

La comunicación por medio de los teléfonos móviles y el correo electrónico se ha convertido en una herramienta habitual e imprescindible, tanto en el plano personal como profesional.

La llegada de estos medios inicia una nueva forma de comunicarse con los demás en forma rápida e instantánea, lo que no nos exime de descuidar las normas de cortesía y buen hacer.

Por otra parte, es importante saber utilizar los mensajes que enviamos a través del teléfono móvil, ya que estos no son recomendados para comunicarnos con personas cuyo trato no es cercano o cuando es una relación formal. En caso de que nos atrasemos a una reunión o cita, es recomendable procurar realizar una llamada y no enviar un mensaje. Tema aparte es cuando el receptor es un amigo.

Las abreviaturas utilizadas en los teléfonos móviles aunque puedan parecer obvias y el sistema casi nos obligue a ellas, no son aconsejables por parte del protocolo social ya que no significan nada y destrozan nuestra lengua.

No cabe duda que el uso del teléfono móvil nos facilita la vida, permitiendo una mejor comunicación y localización de las personas, pero también en algunos casos significa una falta de cortesía para las personas que nos rodean.

Si mantiene su móvil encendido en una reunión, almuerzo o conferencia, comente que está esperando una llamada importante y manténgalo en posición de silencio, si habla, no lo haga delante de todos, busque un lugar alejado que no interfiera en el desarrollo del encuentro.

Uso del correo electrónico:

Recomendaciones básicas para que el correo consiga más claridad y objetividad:

- **Hágalo sencillo y corto:** Las frases demasiado largas o complejas dificultan el entendimiento.
- **Puntos y comas:** El uso lógico de los puntos, comas, dos puntos, facilitan la lectura y su comprensión.

No olvide que una coma mal situada o un punto incorrecto, puede cambiar completamente el significado de una frase.

- **Documentos adjuntos:** Cerciérese de que no contengan algún virus que pueda perjudicar al destinatario.
- **Texto claro:** Debemos evitar las abreviaturas y utilizar tipos de letras fáciles de leer y que no cansen la vista.
- **Utilización de mayúsculas:** Salvo en casos en los que la gramática lo obligue, su uso refleja exaltación o elevación del tono de voz.
- **Cuidemos la forma de expresarnos:** Siempre es importante ponernos en el lugar del destinatario, un texto demasiado directo o tajante, dependiendo de la persona y su circunstancia, puede resultar cortante.



- **Contacto por primera vez:** Al contactar a una persona por primera vez, es importante decir la razón por la cual escribe, cómo ha conseguido su dirección de correo electrónico y tratar de presentarse de la forma más clara posible. Recuerde, el envío masivo de correos no solicitados, está prohibido y perseguido.
- **Correos masivos:** No es aconsejable enviar correos masivos, salvo que las direcciones se envíen con copia oculta, en la que cada destinatario solo vea su dirección o la de la persona que lo envió. Los correos masivos dan una imagen de falta de personalización, valor muy importante en la comunicación efectiva.
- **Reenvíos de correos:** No es aconsejable dejar el historial con varios reenvíos, salvo en caso de ser necesario, el mantener todos los textos y las respuestas de los correos desvirtúan el mensaje.
- **Datos:** Recuerde, siempre, firmar el correo con nombre y apellidos, datos de la empresa, si procede y al menos un teléfono y/o dirección de correo de contacto. Los datos no deben exceder las 4 ó 5 líneas.
- **Invitaciones:** Aunque se ha facilitado su envío a través del correo, no es aconsejable el envío de invitaciones u otras acciones más formales o solemnes por este medio, la invitación en papel sigue siendo más apropiada.

El correo electrónico y el teléfono móvil son dos herramientas esenciales que nos permiten estar comunicados constantemente, pero no debemos descuidar la forma en la que nos comunicamos con nuestro entorno, dado que cada acción de comunicación que iniciamos transmite qué, cómo y quiénes somos, así como la personalidad e imagen que deseamos que los demás tengan de nosotros o de la empresa que representamos.

La imagen corporativa

Hoy en día, las empresas además de tener la obligación de cumplir con sus objetivos y buscar altos rendimientos, tienen una gran preocupación: ¿cuál es la percepción o imagen que los públicos tienen de la organización?

Los públicos se encuentran constituidos, en primera instancia, por sus públicos internos (empleados, directivos, accionistas), públicos externos (clientes reales o potenciales, competidores, otras organizaciones que operan en el entorno) o bien los llamados públicos mixtos (proveedores y distribuidores). Es sumamente importante que todos posean una adecuada imagen de nuestra empresa.

En la actualidad, ya no basta con hacer las cosas bien, esto nos recuerda que si queremos proyectar una buena imagen, también debemos decir qué es lo que hacemos y cómo lo hacemos, de manera que cuando alguien requiera de los servicios que ofrece nuestra empresa, nos recuerde inmediatamente.

Es por ello que, al proyectar la imagen de nuestra empresa, debemos comunicar todas las bondades de nuestros productos, tomando en consideración las necesidades de nuestros clientes.

Pero ¿qué es la imagen?

Para algunos expertos es el conjunto de significados por los que llegamos a reconocer un objeto (empresa). Es el resultado de la interacción de creencias, ideas, sentimientos e impresiones que sobre esa empresa tiene una persona. (Dowling, 1986).

¿Qué debemos hacer para proyectar esa buena imagen que todos queremos para nuestra organización?

La mejor imagen es aquella que refleja fielmente nuestra misión como empresa y se proyecta combinando lo que hacemos con lo que decimos.

Importancia de mantener una buena imagen:

Continuidad y éxito de la empresa

Incentivo para la venta de productos y servicios.

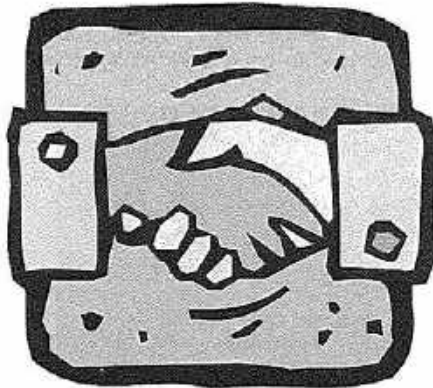
Ayuda a contratar los mejores empleados.

Atrae inversionistas.

Genera confianza entre sus públicos internos y externos.

Elementos de la imagen corporativa

Los llamados elementos de la imagen corporativa son aquellos signos que hacen que nuestros públicos identifiquen la organización, únicamente con entrar en contacto con alguno de ellos.



Como por ejemplo:

- Nombre de la compañía (o versión gráfica logotipo).
- Eslogan.
- Colores y tipografía.
- Soportes gráficos de la comunicación.

Estos signos generalmente se aplican a distintos objetos dentro y fuera de la organización:

- Papelería.
- Artículos promocionales.
- Uniformes.
- Vehículos institucionales.
- Edificios, entre otros.

Es importante recordar que si bien todos estos elementos son fundamentales para proyectar una excelente imagen corporativa, el comportamiento de toda la organización es la mejor carta de presentación de cualquier empresa.



Comunicación e imagen

Decir lo que sentimos es importante, todos queremos hacernos oír, aún más en las empresas que necesitan vender sus servicios, pero la pregunta es: ¿somos eficaces a la hora de comunicar? Esto depende de la forma en que lo hacemos.

A continuación se detallan 10 consejos importantes que nos ayudarán a mejorar la comunicación en nuestras empresas:

- 1. La información:** ¿Hay algo que decir? Es importante ponernos en el lugar de nuestro receptor y preguntarnos si a nosotros nos interesaría recibir esa información.
- 2. Lo interesante:** ¿Es realmente información de interés? No comunicar mensajes por estar en la palestra.
- 3. La empatía:** ¿Es un mensaje claro? Es importante que el receptor pueda absorber esa información.
- 4. La novedad:** ¿Aporta algo nuevo? Contar algo que no se haya dicho, para llamar la atención.
- 5. Protagonismo:** ¿Es para mí el mensaje? Enviar la información a quien le resulte útil, no es necesario anunciarlo a todo el mundo.



6. El código: ¿Hablamos la misma lengua? Tener claro qué decir y a quién, además ser claros y directos.

7. El camino: ¿Dónde estás? No resulta tan sencillo discernir dónde se encuentra nuestro público ya que cada vez son más y proliferan más canales a una velocidad vertiginosa (trato directo, correo institucional, Internet, entre otros).

8. La competencia: ¿Cómo hacerme oír entre todos los mensajes? Lo más recomendable es transmitir información interesante a quien le es útil y por el canal adecuado.

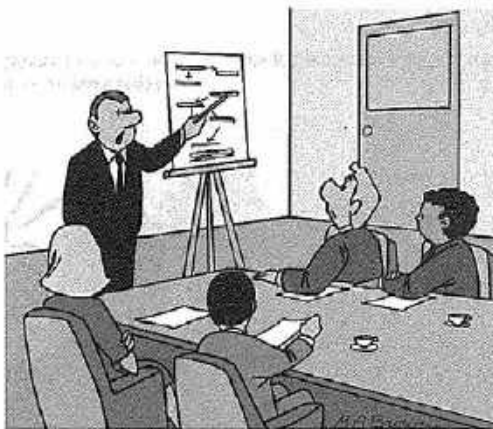
9. El test: Asegurarse de que al final se haya dicho lo que se quería decir, ya que recuerde “solo tenemos una oportunidad de causar una primera buena impresión”.

10. El objetivo: Ser realistas, no debemos olvidar que al fin y al cabo lo que buscamos es que nos escuchen y nos entiendan para que compren nuestro producto o contraten nuestro servicio. La notoriedad en si misma puede no ser nuestro objetivo.



Reglas de oro para mantener una buena imagen en situaciones de crisis

- NO ESCONDA LA CABEZA COMO EL AVESTRUZ, o como si no pasara nada, no piense que si no se habla de ello probablemente se olvide, en situaciones de imagen el asunto es acumulativo.
- Recuerde que una buena imagen no se mantiene de manera automática, de igual forma la mala imagen no se vuelve buena si no se hace algo al respecto.
- Cuando una organización entra en situaciones de crisis, ya sea porque el producto que vendemos salió defectuoso o falló la tecnología que utilizamos, lo aconsejable es atender de manera oportuna y precisa cualquier demanda por más trivial que parezca. No sabemos en cuestión de imagen qué puede poner al borde de la crisis a nuestra empresa.



A continuación se exponen 10 reglas que podemos utilizar en momentos de crisis:

1. Esté preparado.
2. Determine si la situación en la que se encuentra la empresa es una situación de crisis.
3. Determine las áreas de oportunidad que le presenta la crisis y enfrentelas con optimismo.
4. Actúe rápida y responsablemente.
5. Enfrente la crisis y comunique públicamente lo que se va hacer.



6. Valore cuál es el mejor momento para comunicar. Nombre a un vocero de la organización y deje que él maneje la situación de acuerdo con un plan predeterminado.
7. Responda de manera abierta y sincera a todas las dudas. No oculte información.
8. En la situación de crisis es importante tener un plan, pero también ser flexible para modificarlo en caso de que sea necesario.
9. Todos los públicos de la empresa son importantes, cada uno de ellos tendrá inquietudes específicas y hay que atenderlas todas.
10. El silencio nunca es una virtud en situaciones de crisis.



**“Una imagen es un acto
y no una cosa”.**

Jean-Paul Sartre

Bibliografía

- Denis L. Wilcox, Phillip H. Warren K. Agee, Glen T. Cameron (2001) Relaciones Públicas - Estrategias y Tácticas. Madrid: Pearson Educación, S.A.
- Paul Capriotti Peri. (1999) Planificación estratégica de la imagen corporativa. Barcelona: Editorial Ariel, S.A.
- http://www.viventia.es/viventia_eng/articulos/saque%20partido%20a%20las%20se%F1ales.pdf
- <http://www.um.es/tonosdigital/znum11/estudios/3-paralenguaje.htm>
- http://www.elmundo.es/2003/02/20/catalunya/1340802_impresora.html
- WWW.SHT.COM.AR/ARCHIVOMANAGEMENT/NONVERBAL.HTM
- http://GALEON.HISPAVISTA.COM/PCZAN/VOCPS_PQ.HTM
- <http://www.microsoft.com/spain/empresas/guias/imagen/home.mspix>
- http://www.microsoft.com/spain/empresas/rrpp/imagen_personal.mspix
- <http://www.tuimagenpersonal.com/blogasun/?p=9>
- <http://www.fluvium.org/textos/mujer/muj187.htm>
- http://www.mujeresdeempresa.com/relaciones_humanas/relaciones050403.shtml

El valor de la imagen



Dirección de Comunicación

Serie Colección "Desarrollo personal y laboral"

- Edición 1** Relaciones Humanas
- Edición 2** Técnicas de comunicación oral
- Edición 3** Hablar bien en público
- Edición 4** Etiqueta social
- Edición 5** Servicio al cliente
- Edición 6** Cómo llevarse bien con su jefatura
- Edición 7** Cómo hacer más efectivas las reuniones de trabajo
- Edición 8** Trabajo en equipo
- Edición 9** Sáquele provecho a su tiempo
- Edición 10** Un gesto vale más que mil palabras
- Edición 11** Desarrolle su liderazgo
- Edición 12** Enfrentando un conflicto
- Edición 13** El poder de la motivación
- Edición 14** Relaciones de pareja
- Edición 15** Inteligencia emocional
- Edición 16** Una vida sana (primera parte)
- Edición 17** Mente sana cuerpo sano (II parte)
- Edición 18** Cuando nos cuesta distanciarnos

- Edición 19** Cómo sobrevivir a una pérdida
- Edición 20** El arte de vivir responsablemente
- Edición 21** Economía en el hogar
- Edición 22** Por una igualdad real
- Edición 23** Hacia una maravillosa etapa de la vida
- Edición 24** El éxito de una buena comunicación (I parte)
- Edición 25** El éxito de una buena comunicación (II parte)
- Edición 26** El poder del perdón
- Edición 27** Los celos: amor o inseguridad
- Edición 28** La depresión
- Edición 29** Vivir sin estrés
- Edición 30** Conciliando el sueño
- Edición 31** El valor de la imagen
- Edición 32** El adicto al trabajo
- Edición 33** El respeto