



Escuela Superior de Imagen Pública

Punto de Tesis

**La Imagen personal como una estrategia para el desarrollo profesional,
el caso Nuestro Diario, Guatemala abril - agosto 2016”**

NORMA LETICIA NAVICHOC POP
Carné 12008083

Guatemala, noviembre de 2016



UNIVERSIDAD GALILEO
Escuela Superior de Imagen Pública
Licenciatura en Imagen Corporativa y Administración Estratégica
-LICAE-

TRABAJO DE TESIS:

La imagen personal como una estrategia para el desarrollo profesional,
El caso Nuestro Diario, Guatemala abril - agosto 2016

PRESENTADO POR:

Norma Leticia Navichoc Pop

PREVIO A OPTAR AL TÍTULO DE:

Licenciada en Imagen Corporativa y Administración Estratégica

ASESOR:

Lic. Axel Helmer Ramírez Barrios

Guatemala, noviembre de 2016

Guatemala, 26 de abril de 2016

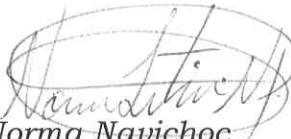
Licenciada
Karen Mansilla
Directora
Escuela Superior de Imagen Pública
Universidad Galileo
Guatemala

Estimada Licenciada Mansilla:

De la manera más atenta me dirijo a usted, mi nombre es Norma Leticia Navichoc Pop estudiante de la Licenciatura en Imagen Corporativa y Administración Estratégica, actualmente ya tengo pensum cerrado por lo que solicito aprobación de mi punto de tesis titulada "La imagen personal como una estrategia para el desarrollo profesional, el caso Nuestro Diario, Guatemala abril – agosto 2016". Así mismo solicito la aprobación de asesor Licenciado José Miguel Paredes Rangel quien me apoyara en la consolidación del documento.

De antemano agradezco su amable atención a esta solicitud.

Cordialmente,



Norma Navichoc
Carné 12008083
Carrera LICAE1



Guatemala, 20 de junio de 2016

Señorita
Norma Leticia Navichoc Pop
Presente.

Estimada Señorita Navichoc:

Tengo mucho gusto en informarle que ha sido autorizado su punto de Tesis, previo a optar el grado académico de Licenciada en Imagen Corporativa y Administración Estratégica, cuyo título es “La imagen personal como una estrategia para el desarrollo profesional, el caso Nuestro Diario, Guatemala abril – agosto 2016”

Al mismo tiempo le informo que ha sido aprobada la designación del Licenciado Axel Helmer Ramírez Barrios como asesor de su trabajo de tesis.

Atentamente,

Licda. Karen Mansilla
Directora
Escuela Superior de Imagen Pública

Guatemala, 12 de agosto 2016

*Licenciada
Karen Mansilla
Directora
Escuela Superior de Imagen Pública*

Estimada Licenciada Mansilla:

Por este medio, tengo el agrado de comunicarle que he revisado el trabajo de tesis *“La imagen personal como una estrategia para el desarrollo profesional, el caso Nuestro Diario, Guatemala abril – agosto 2016”*, presentado por la alumna Norma Leticia Navichoc Pop el cual ha cumplido con los requisitos y el protocolo establecido por la Universidad Galileo y la Escuela Superior de Imagen Pública.

Por lo que en mi calidad de asesor, someto a usted el siguiente proyecto para su aprobación.

Cordialmente,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized loop at the top, followed by several horizontal strokes and a vertical line extending downwards.

*Licenciado
Axel Ramírez Barrios
Colegiado 16180*

Guatemala, 18 de octubre de 2016

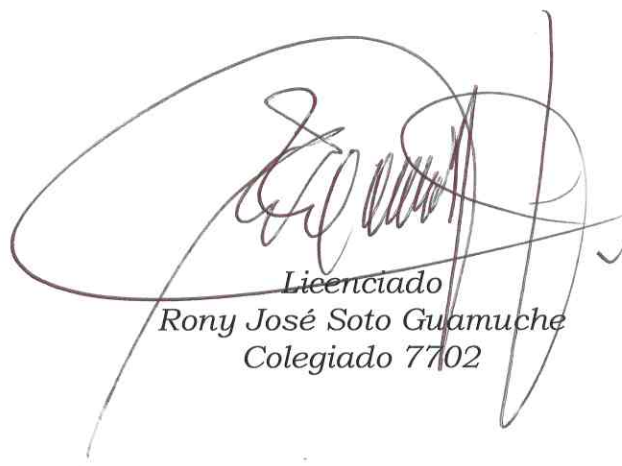
Licenciada
Karen Mansilla
Directora
Escuela Superior de Imagen Pública

Estimada Licenciada Mansilla:

Por este medio me permito comunicarle que leí la tesis titulada "La imagen personal como una estrategia para el desarrollo profesional, el caso Nuestro Diario, Guatemala abril – agosto 2016" presentada por la alumna Norma Leticia Navichoc Pop, asesorada por el Licenciado Axel Helmer Ramórez Barrios.

Después de revisarla detenidamente y hecho las recomendaciones pertinentes, me es grato comunicarle, en mi calidad de revisor de redacción, estilo, ortografía y contenido que dicha tesis llena los requisitos que exige la Universidad.

Atentamente,



Licenciado
Rony José Soto Guamuche
Colegiado 7702



Guatemala, 4 de noviembre de 2016

Señorita
Norma Leticia Navichoc Pop
Presente

Estimada Señorita Navichoc:

Tengo mucho gusto en informarle que, después de haber revisado su trabajo de tesis titulado “La imagen personal como una estrategia para el desarrollo profesional, el caso Nuestro Diario, Guatemala abril – agosto 2016” y de haber obtenido el dictamen de su asesor en específico, el Licenciado Axel Helmer Ramírez Barrios, autorizo la publicación del mismo.

Aprovecho la oportunidad para felicitarla por el magnífico trabajo realizado, el cual es de indiscutible beneficio para el desarrollo de su profesión.

Atentamente,

Licda. Karen Mansilla
Directora

Escuela Superior de Imagen Pública

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de tesis:

A quienes amo con todo el corazón, son mi felicidad.

Jonathan

Mi hijo es quien me fortalece profesionalmente.

Hamilton

En memoria de mi segundo hijo quien me enseñó ser una persona fuerte en todo momento.

Albertina

Mi madre querida una mujer ejemplar y una gran bendición para mi vida.

Gustavo

Mi esposo, le bendigo la vida por el apoyo y comprensión que brindo cada día.

AGRADECIMIENTOS

A Dios.

Por haber permitido culminar esta etapa académica suministrando fuerza y sabiduría.

Hermanos y (a)

Que en momentos difíciles fueron mi fuente de apoyo incondicional.

A mis compañeros

De universidad Carla, Alba luz, Carina, Samuel y Estuardo agradezco el apoyo brindado y el tiempo compartido.

A los catedráticos

Que dedicaron tiempo y paciencia durante mi formación profesional.

RESUMEN

La presente tesis *La imagen personal como una estrategia en el desarrollo profesional*, tiene como objetivo; 1) Lograr que las personas tengan conocimiento y dominio propio sobre la importancia de la imagen personal para lograr éxito personal y corporativo; 2) Lograr imagen de alto nivel profesional en el ámbito empresarial a través de la imagen que presenten los colaboradores. Proyecta las herramientas necesarias para fortalecer destrezas en la comunicación oral, lenguaje gestual, imagen personal. 3) Analizar la imagen actual y la razón por la cual los colaboradores del área administrativa de Nuestro Diario visten indumentaria inadecuada y analizar el efecto que causa en los clientes internos y externos. Las conclusiones son: 1) Ayudar a las personas para que logren cumplir metas personales, a través de la buena imagen pueden obtener mejores oportunidades laborales de acuerdo al desarrollo profesional para mejorar el nivel de vida familiar y social. 2) En la actualidad la percepción sobre la imagen personal tiene gran impacto en el ámbito social y laboral, como, en una entrevista laboral, en una reunión social o familiar, por tal razón se debe instruir desde la formación académica primaria el buen vestir y la importancia de misma.

Imagen, desarrollo, estrategia, conocimiento, Recursos Humanos.

Índice

1. Delimitación del tema	1
1.1.1 Delimitación espacial	2
1.1.2 Delimitación temporal	2
1.1.3 Delimitación teórica	2
1.2 Antecedentes	3
1.3 Problematización	4
1.4 Justificación	4
1.5 Objetivo General	5
1.5.2 Objetivos específicos	5
1.6 Hipótesis	6
1.6.1 Indicadores	7
1.7 Metodología	7
1.7.1 Enfoque	7
1.7.2 Diseño	7
1.7.3 Población	8
1.7.4 Muestra	8
1.7.5 Instrumento	8
1.7.6 Sujetos	8
2. Marco Teórico	9
2.1 La vestimenta actual del personal de Nuestro Diario	11
2.2 Instalaciones anteriores Nuestro Diario:	13
2.3 Evolución de la vestimenta	14
2.4 Imagen física personal	17
2.4.2	18
2.4.3	19
2.5 Vestimenta adecuada con peinados y maquillajes según la ocasión	20
2.5 Casual:	20
2.5.1 Coctel	21
2.5.2	22

2.5.3 Formal	22
2.5.4 Etiqueta	23
2.6 Servicio formal mesa de etiqueta	25
2.7 Forma correcta de consumir alimentos en servicio de mesa de etiqueta.	27
2.8 Lenguaje corporal	27
2.8.1 Higiene personal	28
2.8.2 Imagen Física	29
2.8.3 ¿Qué es la imagen personal?	29
2.8.4 La baja auto estima	30
2.8.4 Mente negativa	30
2.8.5 Mostrar nervios	31
2.9 Comunicación Oral	31
2.9.1	32
2. 10	33
3. Metodología de estudio	35
3.1 Universo	35
3.2 Muestra y su proceso de selección	35
3.3 Recolección de datos	35
3.4 Encuesta	36
Encuesta	36
Entrevista	38
3.5 Informe numérico de datos	39
4. Análisis del resultado final	49
5. Cronograma de actividades	50
6. Conclusión	51
7. Recomendaciones	52
8. Bibliografía	53
9. Anexo	55
9.1 Imágenes inadecuadas para las personas que buscan profesionalidad.	55

INTRODUCCIÓN

Esta investigación de tesis *La imagen personal como una estrategia en el desarrollo profesional*, tiene como objetivo lograr que las personas tengan conocimiento y dominio propio sobre la importancia de la imagen para lograr éxito personal y corporativo. Se pretende analizar la imagen actual y la razón por la cual los colaboradores del área administrativa de Nuestro Diario visten indumentaria inadecuada y el efecto que causa en los clientes internos y externos.

A través de la pregunta de investigación: ¿Cómo afecta la motivación individual en el servicio al cliente internos y externo, la percepción de que los colaboradores del área administrativa de nuestro diario no visten de acuerdo a la profesión ni a la imagen que se desea proyectar? se pretende que los clientes internos y externos tengan una mejor apreciación de la imagen personal de los colaboradores.

El enfoque es mixto por que tiene como características las siguientes: Es cuantitativa porque se han usado datos numéricos, porcentajes, y estadísticas y es cualitativa por que se han estudiado opiniones y juicios. Las principales fuentes son primarias ya que los datos fueron brindados por el personal de Nuestro Diario, Las fuentes secundarias son páginas web, no se utilizaron fuentes terciarias. El diseño utilizado es no experimental porque se trabajó sobre las variables sociales. Las técnicas privilegiadas en el estudio fueron diez preguntas, siete cerradas y 3 abiertas. El muestreo es de carácter no probabilística. Aplicando la encuesta a 25 personas, el estudio cuantitativo se realizó al personal. El estudio cualitativo se derivará de los resultados de las entrevistas realizadas para corroborar los datos obtenidos en un universo del total de colaboradores.

Las conclusiones son: Este trabajo de tesis tiene como objetivo realizar un cambio de imagen con un modelo adecuado para reflejar coherencia entre la imagen personal y la profesión de los colaboradores del área administrativa de Nuestro Diario. Se afirma por medio del método cuantitativo y cualitativo, a través de encuestas de opinión y entrevistas de los clientes internos, la recopilación de datos, que se presentó estadísticamente, los resultados de la importancia de la imagen personal, de un total de 25 personas encuestadas y entrevistadas entre las edades de 25 a 50 años la cual muestra los resultados más relevantes, durante el mes de julio 2016. El 96% del personal considera que la imagen habla de la profesión no importando cual sea, el 92% también afirma que la buena imagen transmite motivación, también opinan que un cambio de imagen para todo el personal puede impactar positivamente el nivel empresarial. A través del análisis de las encuestas de las preguntas planteadas, se determina que el 70% afirma que se necesita un cambio de imagen que muestre la profesión académica de cada persona.

Es importante para los empresarios considerar la propuesta de la inversión, que no debe ser considerada como gasto, esto se toma como parte de la imagen corporativa. Esta investigación se desarrolló con apoyo de libros, tecnología y profesionales para concretar la necesidad y mejorar del área Administrativa de Nuestro Diario. Tomando en cuenta el lenguaje corporal, postura adecuada, vestimenta, higiene, combinación de colores en prendas, corte de cabello, cuidado personal. Estas son algunas herramientas básicas para reformar o incrementar la apariencia e impresión personal.

La importancia social es para futuros investigadores sobre el valor de la imagen personal sea utilizada como estrategia durante la formación profesional para alcanzar éxitos personales. También se dirige a todo profesional que trata de implementar un aprendizaje de los buenos modales del vocablo, vestuario, comportamiento social, etc.

INDICE DE CUADROS ESTADISTICOS

1. **Cuadro 1 pag.37** Importancia de la imagen personal
2. **Cuadro 2 pag.38** Vestimenta adecuada.
3. **Cuadro 3 pag.39** La Importancia de la imagen personal
4. **Cuadro 4 pag.40** La falta de formación de imagen personal.
5. **Cuadro 5 pag.31** formación de percepción personal y positiva.
6. **Cuadro 6 pag.42** El cambio de conducta de las personas.
7. **Cuadro 7 pag.44** El impacto de un cambio de imagen.
8. **Cuadro 8 pag.45** La importancia de la vestimenta en la educación.
9. **Cuadro 09 pag.46** La mejora de la imagen corporativa.
10. **Cuadro 10 pag.47** La calidad del servicio.
11. **Cuadro 11 pag.48** Análisis final del tema.

CAPÍTULO I

1. DELIMITACIÓN DEL TEMA

La imagen personal es fundamental durante el desarrollo profesional, donde expertos definen que a través de la imagen, se trasmite motivación, presenta profesionalidad, cada día la vestimenta evoluciona, porque hay más personas que se preocupan para adquirir una identidad personal, por diferentes caso entre ellas, “la vanidad” es un afán excesivo, puede llegar a causar fracaso si su ingreso no es competente a los gastos. Por la búsqueda de oportunidades ante la escasa oferta laboral en Guatemala, buscan mejorar su personalidad para marca la diferencia y obtener mejor oportunidad de empleo.

El presente trabajo de investigación es para hacer conciencia al personal administrativo de Nuestro Diario, de la importancia del buen vestir y de la imagen personal, como puede afectar el servicio y el crecimiento profesional. La presentación personal es importante en todas las áreas de la empresa, para desarrollar una imagen corporativa, ya que si hablan bien de los empleados hablaran bien de la empresa y formara parte de una estrategia empresarial. Para impactar a las personas de manera interna y externa, se debe realizar un cambio en la transformación de vestimenta profesional con aspectos básicos, con el fin de demostrar que la imagen personal puede ser una estrategia en el desarrollo profesional. La empresa no cuenta con un plan estratégico de imagen corporativo para su personal.

1.1.1 Delimitación espacial

La delimitación espacial de la investigación. Se llevará a cabo en el departamento administrativo de Nuestro Diario ubicado en 23-01 zona 12 en la ciudad capital de Guatemala, el tema es dirigida al personal del área administrativa, no se exigen vestimenta apropiada que refleje una mejora de imagen empresarial.

1.1.2 Delimitación temporal

Esta investigación cuenta con delimitación específica los datos fueron recopilados en junio 2016. Para la redacción de la información fue en el mes de julio del mismo año. La modalidad de recopilación de datos es de enfoque mixto.

1.1.3 Delimitación teórica

Esta investigación es de tipo exploratoria debido a que no se cuenta con datos estadísticos o políticas definidas en el tema de imagen personal

Tomando en cuenta el análisis y la información de los expertos en materia de imagen para ampliar y afirmar propuestas. La información a recopilar se hará de la siguiente forma:

- a. La investigación que analizará la imagen personal será recopilada por medio de encuestas y entrevistas.
- b. Así mismo el uso de técnicas de observación.

1.2 Antecedentes

Se dice que la imagen personal es la carta de presentación, debido a que se habla más con el cuerpo, el 93% del mensaje se transmite con el lenguaje corporal y con las palabras solo se transmite 7% del mensaje. Algunas frases que pueden ser un mito o realidad. “Luciendo bien para la ocasión”, se puede decir que es una realidad, tal como, “la primera impresión es la que cuenta”, “como te ven te tratan”, “Por tu comportamiento te recuerdan”, “todo entra por los ojos”. Con estas frases vemos la importancia de la vestimenta personal, cuando las personas nos ven de pies a cabeza, estructuran una personalidad con la imagen que estamos proyectando. (Kaner, 2014)

Se debe tomar en cuenta la coherencia de la vestimenta con la profesionalidad. Una mente vacía con vestimenta impecable no sirve de nada, Una persona con mente prodigiosa pero se presenta con vestimenta sucia presentando mala apariencia de su imagen tampoco impacta positivamente. Según psicólogos, cuando se realiza un encuentro, en una entrevista, son los primeros cinco minutos, los críticos para impresionar, además a nivel imagen se establece como una foto, todo lo que se califica de la imagen es una mirada rápida. Por lo que una buena imagen permite a las personas estén más seguras y motivadas de sí mismas, es una fuente importante para mejorar el desarrollo profesional, personal y social.

Así mismo se debe tener un equilibrio entre la imagen personal y la profesión, lo que demuestra que la vestimenta de un cantante no es la misma que la del presidente de una compañía.

1.3 Problematización

- a) ¿Son la vestimenta, la apariencia física y la imagen corporal, una base para establecer la profesionalidad de una persona?
- b) ¿Las personas con presentación personal deficiente tienen baja autoestima?
- c) ¿Afecta la percepción en los colaboradores internos la mala apariencia en el vestuario de los demás?

1.4 Justificación

La presente investigación de tesis se realiza con el fin de mostrar un cuadro estadístico que permita hacer un análisis de la importancia de la imagen personal, La misma es desarrollada al departamento administrativo de Nuestro Diario y para las personas que estén dispuestas a realizar un cambio de imagen personal. El cual puede ser utilizado como herramienta estratégica en la vida personal y profesional.

Para la aplicación de estas herramientas es necesario contar con información profesional para la mejor presentación y lleve al éxito, algunos hábitos básicos como la combinación de colores de prendas para vestirse y sus diversidades de combinaciones entre lisas y floreadas, estampadas o cuadros, cortes de cabello, cuidados faciales para hombres y mujeres, en el caso de damas maquillajes moderados no excesivos, estilos de calzado elegante para cada ocasión, el lenguaje corporal adecuado, posturas elegantes y cómodas, tono de voz moderado, los gestos amables, forma de saludar, Estos detalles son bases para dar buena impresión de imagen personal para el departamento Administrativo, por

la cantidad y fluidez de personas internas y externas para llevar consigo la mejor impresión tanto a nivel personal como nivel corporativo profesional.

Al hacer una vista rápida de las fotografías del personal de administrativo, se observa que no se exigen una mayor presentación personal, en la atención al público.

Al realizar las encuestas y entrevista se confirma y analiza la falta de presentación personal y profesional que causa malestar en el servicio hacia el personal interno y externo. Esto quiere decir que en todo momento es importante la vestimenta no importando en el área en que se encuentre cada persona, también indica al empresario es necesario mantener un plan de imagen personal para prestar mejor servicio y fortalecer la imagen corporativa.

1.5 Objetivo General

La imagen personal es una herramienta importante, el objetivo es ayudar a las personas para que logren cumplir metas personales, y presentar mejor imagen para el ámbito corporativo profesional para el mejor servicio al cliente.

1.5.2 Objetivos específicos

Analizar la imagen actual y la razón por la cual los colaboradores del área administrativa de Nuestro Diario visten indumentaria inadecuada y analizar el efecto que causa en los clientes internos y externos. Se Presenta la mejora de imagen al personal con el fin de aportar herramienta agregado a su favor y para personas que consideran la importancia de misma le será útil en la vida diaria para alcanzar éxitos.

Lograr que las personas tengan conocimiento y dominio propio sobre la importancia de la imagen personal para lograr éxito personal y corporativo.

También lograr imagen de alto nivel profesional en el ambiente empresarial a través de la imagen que presenten los colaboradores. Proyecta las herramientas necesarias para fortalecer destrezas en la comunicación oral, Lenguaje gestual, imagen personal.

1.6 Hipótesis

Se percibe que los colaboradores del área administrativa de Nuestro Diario, no visten de acuerdo a la profesión ni a la imagen que se desea proyectar. Esto afecta la motivación individual, generando mala percepción del departamento en el servicio a los clientes internos y externos.

Variable independiente

El personal administrativo de Nuestro Diario no posee de conocimiento sobre imagen, por tal razón carecen del buen vestir.

Variable Dependiente

La indumentaria inadecuada puede producir desmotivación y malestar entre los colaboradores internos provocando poco desarrollo profesional.

1.6.1 Indicadores

Esta investigación fue realizada a través de un censo que nos ayudó a llegar al resultado final, el 70% indica que la indumentaria del personal administrativa de Nuestro Diario no es la adecuada según el puesto también se determinó que causa malestar y desmotivación en el servicio hacia el cliente interno y externo.

1.7 Metodología

El presente estudio se contempla una metodología que se desagrega con las siguientes características:

1.7.1 Enfoque

El enfoque es de 25 personas tiene como característica las siguientes: El 70% es de carácter cuantitativo y el 30% de forma cualitativa. Se obtuvo los resultados a través de encuestas y entrevistas para que las personas de Nuestro Diario dieran el punto de vista particular.

1.7.2 Diseño

El diseño utilizado es no experimental porque se trabajó sobre las variables sociales. Las técnicas privilegiadas en el estudio fueron diez preguntas, siete cerradas y 3 abiertas, el muestreo es de carácter no probabilística por que el 70% de la población responde si y el 30% no de acuerdo con el cambio de imagen.

1.7.3 Población

La población de la presente investigación es de aproximadamente de 300 personas de diferentes edades y sexo en la empresa de Nuestro Diario ubicado en zona 12 ciudad capital de Guatemala.

1.7.4 Muestra

Comprende la selección numérica derivada de la población de las 25 personas encuestadas y entrevistadas comprendidas dentro del rango de 25 a 50 años de edad lo que determinó la muestra.

1.7.5 Instrumento

El instrumento aplicado a 25 personas el estudio cualitativo se realizó encuestando al personal y el estudio cualitativo se derivará de los resultados de las entrevistas realizadas para corroborar los datos obtenidos en un universo de aproximadamente.

1.7.6 Sujetos

Esta investigación se llevó a cabo con 18 caballeros y 7 damas en el área haciendo el total de las 25 personas de Nuestro Diario.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

Desde la década de los años 20s tiene una auge en la historia de la comunicación en Estados Unidos por las propagandas políticas, durante el desarrollo social en masa la comunicación tuvo más éxito, ya que la comunicación es un estímulo social, la teoría de los medios de comunicación es manipulable, según los investigadores que por un grupo de individuos puede reaccionar a través de la comunicación, por tal razón hubo la necesidad de más medios de comunicación por los diferentes investigadores como la radio la TV y medios escritos. La palabra comunicación proviene del latín “communication”. El término comunicación como concepto se presta a muchas interpretaciones, las cuales dependen del momento histórico, así como las exigencias políticas, económicas, culturales y sociales, la comunicación tiene varios temas importantes como las graficas es parte importante en una comunicación la comunicación oral que hace partes de una presentación personal que de la misma manera se presente comunicar un adjetivo.

En el departamento administrativo de Nuestro Diario se percibe que los colaboradores no cuentan con la mejor presentación personal para el nivel académico que poseen la imagen no es la mejor ante los cliente y es un medio de comunicación la cual debe mejorar para comunicar mejor percepción positiva profesional.

¿Quién es nuestro Diario?

Nuestro Diarios es considerado un Diario ligero, las características son las siguientes: medio de comunicación escrito, masivo, que revoluciona cifras de circulación a nivel local, impacta severamente la lectura, no es de estilo amarillista y vulgar, es de mayor calidad entre los diarios populares de la localidad, es más

liviano que los convencionales pero igualmente comprometido con la verdad, vela por sus lectores y tiene amplio conocimiento de ellos.

Características del producto

Es sumamente visual con mucho color, es de mucho impacto va por la noticia pura y dura, tiene limitación en el número de páginas, poco espacio publicitario disponible y baja saturación, es de fácil lectura pero buena calidad periodística, con énfasis en el periodismo del servicio.

Características del Grupo Objetivo

Personas de niveles y patrones de consumo correspondientes a los ingresos medios. Tienen una condición social, moral y económica digna. No tienen el tiempo ni el gusto por otras publicaciones que, aunque no tienen nada de malo, no han sido escritas pensando en ellos. Desempeñan cargos en áreas administrativas, profesionales y técnicas.

Misión

Crear un fuerte enlace con los guatemaltecos y al mismo tiempo lograr una mejora en la calidad de vida del lector, en lo social y en lo económico, a través del aporte informativo, comercial, educativo y de entretenimiento utilizando la más alta tecnología.

Visión

Ser uno de los sitios de diarios, con contenidos de calidad, centrado en el lector, el de mayor visita en América.

2.1 La vestimenta actual del personal de Nuestro Diario



Fuente: Elaborado por Norma Navichoc, foto recuperada del archivo de RRHH en Nuestro Diario el 15 de julio 2016:

https://www.facebook.com/recursos.humanos.524/photos?source_ref=pb_friends_tl

Personal del área administrativa



Fuente: Elaborado por Norma Navichoc fotos recuperadas del archivo de RRHH en Nuestro Diario el 15 de julio 2016

https://www.facebook.com/recursos.humanos.524/photos?source_ref=pb_friends_tl

Personal de Nuestro Diario y la vestimenta de las diferentes aéreas.



Fuente: Elaborado por Norma Navichoc, fotos recuperadas del archivo de RRHH en Nuestro Diario el 15 de julio 2016

https://www.facebook.com/recursos.humanos.524/photos?source_ref=pb_friends_tl



Fuente: Elaborado por Norma Navichoc foto recuperada del archivo de RRHH en Nuestro Diario el 15 de julio 2016

https://www.facebook.com/recursos.humanos.524/photos?source_ref=pb_friends_tl

2.2 Instalaciones anteriores Nuestro Diario:

El inicio de Nuestro Diario fue en instalaciones pequeñas como se muestra en la presente fotografía, ubicada en la zona 13 de la ciudad Capital de Guatemala.



Fuente: Elaborado por Norma Navichoc, foto recuperada del archivo de RRHH en Nuestro Diario el 15 /07/ 2016 https://www.facebook.com/recursos.humanos.524/photos?source_ref=pb_friends_tl

Actualmente las oficinas centrales de Nuestro Diario, cuentan con nuevas instalaciones, habiéndose trasladado en avenida petapa, 23-01, zona 12 de la Ciudad Capital de Guatemala, en octubre 2014.



Fuente: Elaborado por Norma Navichoc, foto recuperada del archivo de RRHH en Nuestro Diario el 15/07/ 2016 https://www.facebook.com/recursos.humanos.524/photos?source_ref=pb_friends_tl

2.3 Evolución de la vestimenta

En la prehistoria el hombre se vestía con pieles de animales, aproximadamente en el año 10.000 se formaron poblaciones y comenzaron a intercambiar productos derivados de la ganadería y artesanía. En esa época descubrieron la planta de algodón, se cosechaba y se tejía en toda Mesoamérica al igual que los metales y el cacao, que también les servía como moneda.

En la edad antigua llevaban una vestidura hecha de lana en forma de túnica, en Grecia usaban telas de lana, lino y algodón, las diferentes regiones empezaron a crear sus propios estilos. En la edad media se realizaron tejidos de punto y mallas con tela, lana, seda y algodón cada región fue diseñando con diferentes colores y estilos para diferenciar la clase social y sexo; tomando en cuenta el tipo de clima. El hombre utilizaba una vestimenta tipo pantalón y las mujeres seguían usando el vestido tipo toga.

El cambio surgió por la influencia del Imperio Bizantino. En la edad moderna dominó la moda francesa para ambos sexos que ya vestían con varias prendas y colores, ya hacían pliegues, mangas y bordados con acabados finos con encajes; después de esta época en Francia aparecieron las corbatas, los pañuelos, las chaquetas en alta costura. Hasta el siglo XX es cuando se destaca la moda enfatizando las formas del cuerpo femenino. La mujer fue quien impuso la moda junto a la industrialización donde surgieron las diferentes modas en ropa, pantalones, vestidos pegados, flojos, minifaldas cada región inicio su propio criterio siempre tomando en cuenta el diseño del cuerpo femenino.

En esta época también evolucionaron las fragancias, inicio de las mezclas de sustancias de origen natural como aceites y productos orgánicos capaces de impresionar el olfato. El aceite lo sacaban de animales, tales como la cabra, el castor, el gato, el esperma de ballena. Es de origen vegetal también lo encontraban en flores, frutos, semillas. Entre las fragancias se fueron

perfeccionando los aromas suaves y fuertes para agradar el olfato. En esta época también empezaron las fábricas de piedras, joyas, brazaletes, collares, anillos, hechas en metales como oro y plata, así como piedras preciosas, fueron incrementando su valor y calidad, evolucionando diseños con acabados finos.

En la mayoría de las culturas las personas que tenían joyas las poseían como un símbolo de riqueza, los diamantes fueron parte importante de la historia, estos fueron extraídos de la India. También se extrajeron piedras preciosas como la esmeralda que es conocida por el color verde vibrante y verde azulado. El jade también es una piedra de color verde; sin embargo existen otros colores según la historia. El zafiro es de color azul intenso y el rubí es de color rojo, estas piedras preciosas pueden ser de otros colores pero los más populares y conocidas son las antes mencionadas.

En Guatemala la vestimenta antigua era elaborada de lana seda y rayón, los colores más usados de este época era el blanco, negro, amarillo y rojo, los trajes típicos son muy coloridos lo cual resalta la cultura.

En los años 60s en Guatemala los hombres usaban sombrero color negro de lana o de paja, chaqueta de lana, camisa de algodón grueso con rayas, pantalón tejido con bordados en la parte inferior, rodilleras y faja. Las mujeres usaba un tocado para decorar la cabellera con huipil o blusa tejida a mano y ornamentada, falda de dos o tres tonalidades. La faja se coloca a la altura de la falda para ajustar la cintura, los collares eran de fantasía, los colores son la esencia de la imagen personal que se combina con las diferentes tonalidades del color de la piel y en la temporada que se encuentra ya sea frío o calor.

En el cronograma de colores que se presenta a continuación, se indican los tonos que favorecen las combinaciones adecuadas.



Recuperado de:

https://www.google.com.gt/search?q=colores&espv=2&biw=1120&bih=522&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiv2_a80b_PAhWELB4KHTLFA8Q_AUIBigB&dpr=0.9#tbn=isch&q=circulo+cromatico+colores+cálidos+y+fríos+para+colorear&imgsrc=xPeTvKPPBjrzvM%3A

Como puede apreciarse, el cronograma clasifica los colores en cálidos y fríos, los colores que se recomiendan son los que favorecen a la mayoría, no importando color de piel. Negro, turquesa, gris, azul, café, morado, rojo, blanco son colores básicos de uso profesional, si una persona es de piel morena no puede usar colores intensos como rojo, el color no debe ser más intenso que el color de la personas, si la persona es de piel blanca debe usar color naranja, no intenso, rosa. Se debe cambiar los colores según la época si es verano, e invierno para Guatemala y otoño y primavera para otros países. Los colores reflejan las emociones, por ejemplo: el color verde y azul transmiten paz y tranquilidad, el naranja, rojo y amarillo, activan las energías, el negro no es aconsejable si no se combina con otros colores ya que esto representa baja auto estima o refleja

tristeza, pero en combinación con otros colores o adornos apropiados también representa elegancia. (Kaner, 2014)

En la actualidad se cuenta con herramientas para cuidar la imagen personal en todo momento, hay tutorías a través de internet cursos impartidos por expertos en el tema.

2.4 Imagen física personal

La imagen física personal refleja el impacto que se causa ante un público según sea la vestimenta para tener puntos de vista positivos, pero si la vestimenta es inadecuada se tendrían críticas negativas las cuales pueden dañar la personalidad. Según Francisco Andrade N. experto en imagen y marketing es más fácil construir una imagen que reconstruir una mala imagen. (Andrade Nebendahl, 2010).

Características importantes que debemos cuidar al momento de elegir una adecuada presentación

2.4.1 Un corte de cabello apropiado favorece el rostro:

Ello resaltarán la forma del rostro destacando las mejores características, mientras que le restará importancia a las menos atractivas. Para elegir el corte adecuado se deberá primero identificar de manera correcta la forma del rostro. Después de esto, todo lo que se necesita es un poco de conocimiento básico de la estética facial para encontrar el corte de cabello perfecto. Si se tiene duda sobre cuál es la forma del rostro o se desea asistencia para elegir un corte, se deberá hacer una cita con una cultora de belleza para obtener una opinión profesional.

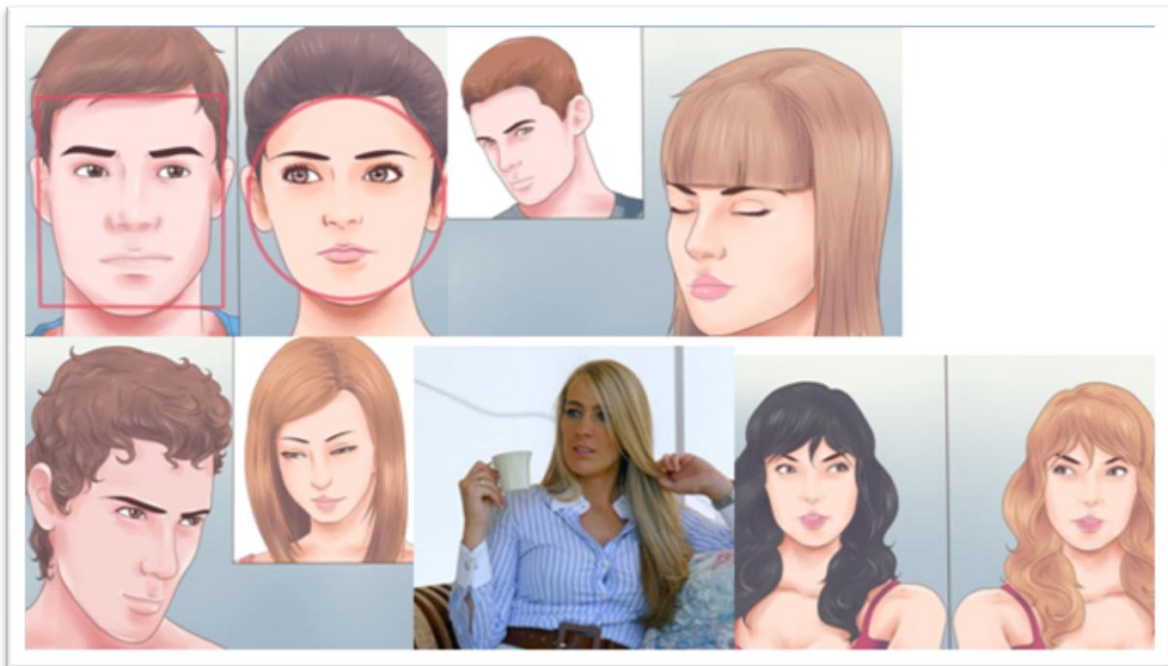
2.4.2 Tipos de rostros:

- a) Rostro ovalado: no es recomendable hacerse un corte redondo debe identificar, en el caso de hombres y mujeres se caracterizan por las curvas suaves y una barbilla redonda, la frente y la barbilla suelen ser anchos al igual que los pómulos, si cree que tienes este tipo de rostro, intenta peinados rectos que pasen por el costado de la misma y llegue hasta tus hombros.
- b) Rostro Cuadrado: cuando cuentan con una mandíbula angular, pómulos y frente ancha, el rostro es cuadrado se recomienda cortes entre capas con rizos o cortes largos y elegantes, en este caso no se recomienda hacerse flequillos para que la mandíbula no resalte y se vea mal.
- c) Rostro con forma de corazón: se caracteriza por tener una barbilla puntiaguda y estrecha, los pómulos, la frente, deben tener aproximadamente el mismo ancho, evita cortes con flequillos, de lado, o entrecortadas y capas.
- d) Rostro Triangular: las personas que tienen esta forma de cara tienen una amplia mandíbula, y una frente pequeña los cortes con mucho volumen son adecuados para este tipo de rostro, también se puede elegir cortes largos hasta llegar a la clavícula o más bajo para mejorar la imagen.
- e) Rostro con forma de diamante: Las características principales son pómulos anchos y barbilla angosta, en este caso si se recomiendan los flequillos para darle ancho a la frente.
- f) Forma de rostro largo: Mantienen la misma medida en la frente y los pómulos los estilos o cortes recomendados son los rizos, se recomienda el flequillo.

2.4.3 Tipos de cabellos:

Tomando en cuenta los diferentes tipos de cabellos, puede ser cabello fino, lacio, rizo, grueso o sedoso. En un cabello fino con textura sedosa no se recomienda un estilo largo y sin puntas es mejor optar por cortes entre capas y corto. Si posee un cabello grueso con rizos es mejor mantenerlo largo más abajo de los hombros, no se recomienda tenerlo corto para que no parezca alguna especie de arbusto. Si se posee un cabello normal, no espeso ni fino puede hacerse un corte corto o largo.

La coloración es parte importante para darle un tono diferente al tipo de piel depende del color elegido puede aclarar u oscurecer la piel para darle un tono al rostro, es importante considerar el cuidado del cabello, lavarlo por lo menos una vez por semana para que no se dañe, se recomienda visitar a estilistas profesionales para mantener buenas imagen ya que orienta la forma para adecuarla al estilo de personalidad que se busca.



Fuente: recuperada de <http://vivisaludable.com/como-elegir-tu-corte-de-pelo-ideal/> en junio 2016

2.5 Vestimenta adecuada con peinados y maquillajes según la ocasión

El maquillaje en toda ocasión se usa tomando en cuenta tono de piel, para elegir color o tonalidades debe ir de acuerdo al tono de piel para que no le cambie el color de piel natural, los colores y tipos de prendas para la vestimenta, un maquillaje formal debe ser natural. El maquillaje casual como en reuniones de trabajo, comidas, eventos, sociales el maquillaje debe ser natural. Formal o coctel: como ceremonias, comuniones, fiesta o aniversario, matrimonios y graduaciones el maquillaje debe ser notorio. Es importante conocer cuáles son los peinados que se pueden utilizar para una presentación formal que se pueden elaborar en casa y los que se deben usar para reuniones, fiestas, eventos bodas y graduaciones en este caso se puede acudir a profesional en estética para sentir más seguridad.

2.5 Casual:

Viene de la palabra casualidad, es vestimenta informal, es estilo propio, más no se descuida la elegancia, se puede ir como cuando se decide ir al mercado y en el caso de los hombres como cuando van al taller, no hay reglas de vestimenta.



Fuente: foto recuperado en junio 2016 de

<http://genovevavera.es/la-influencia-de-tu-estilo-de-vestir-en-tu-desarrollo-profesional/>

2.5.1 Coctel

Este tipo de vestimenta puede ser formal o informal: Si es un aniversario, boda, quince años, primera comunión, lo recomendable vestirse de traje, los hombres, deben usar corbata, zapatos formales con agujetas y para informal puede vestirse sin corbata, puede usar zapatos si agujetas. Y para mujeres debe ser un vestido de una sola pieza arriba de las rodillas, debajo o en la rodilla el color de la vestimenta se puede elegir según el horario del evento si es de día se puede optar por colores claros y si de noche elegir colores oscuros, o se puede elegir un traje sastre en color neutro, los colores denominados neutros son: negro, gris, blanco y azul. Esta clase de vestimentas es utilizada para asistir a eventos, reuniones empresariales, o desayunos y almuerzos sociales.



Fuente: foto recuperado en junio 2016 de

https://www.protocolo.org/social/vestuario/etiqueta_femenina_vestido_coctel.html

2.5.2 Semi-formal

Este tipo de vestimenta es elegante pero no formal, en hombres no es necesario usar traje completo, pero si se usa puede ser uno estampado con cuadros o rayas se puede vestir haciendo combinación de camisa formal y saco, con o sin corbata y si es permitido usar pantalón de lona, con zapatos formales y las damas pueden elegir un conjunto de falda y blusa o pantalón y blusa o pantalón de lona con blusa formal zapatos pueden usar de tacón medio o alto, el maquillaje debe ser natural, esto puede ser en celebraciones de días festivos, bodas, bailes, cumpleaños cenas.

2.5.3 Formal

En Bodas, Quince años, Graduaciones, eventos, cenas formales y elegantes. Los hombres deben vestir con traje oscuro, negro o azul marino, liso, la corbata es obligatoria, la camisa debe ser especial para usar con traje, los zapatos deben ser formales con agujetas de color negro. Las damas pueden usar vestidos cortos a la rodilla o largos pueden ser estampados ligeros de un sólo color liso, de acabado fino con zapatos tacón alto.



Fuente: recuperado de

<http://www.nupciasmagazine.com/codigo-de-vestimenta-para-bodas.html>

<https://aleisergi.wordpress.com/the-wedding/wedding-agenda/vestimentaattire/>

2.5.4 Etiqueta

Es la vestimenta de mayor exigencia y formalidad, es usada en eventos, actos protocolarios, y fiestas de gala de alto estándar. En caso de las damas, deben usar vestidos largos con tope al suelo con tacón alto, con bolso de mano, el vestido, si se usa de día debe ser liso, no se recomiendan los adornos en el vestido, y si es de noche, si puede incluir unos pocos adornos, el vestido muestra más elegancia sin adornos, el negro es elegancia total pero se puede elegir colores vivos con peinados refinados, el maquillaje debe ser más cargado, adecuado, se pueden elegir sombras oscuras con labiales fuertes como rojo, vino tinto, adecuando al color del maquillaje y sombras.



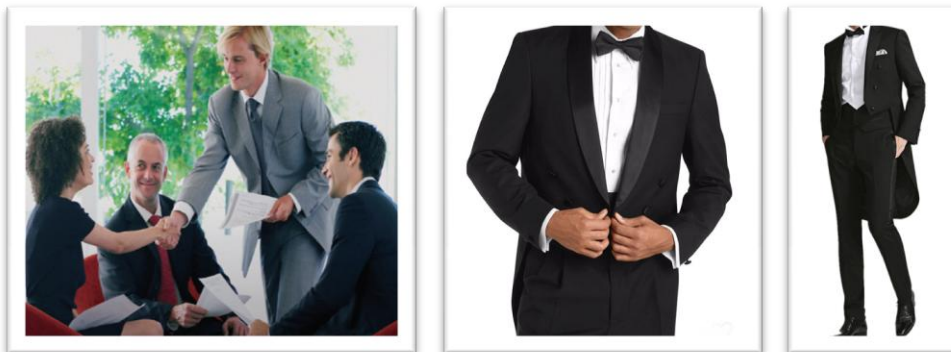
Fuente recuperada de <http://selvy.com/como-vestirse/>



Fuente recuperada de <http://www.eventoclick.com.do/eventos-do/particulares/opciones-vestimenta-un-evento-etiqueta-hombres-r.html>

<http://www.nupciasmagazine.com/codigo-de-vestimenta-para-bodas.html>

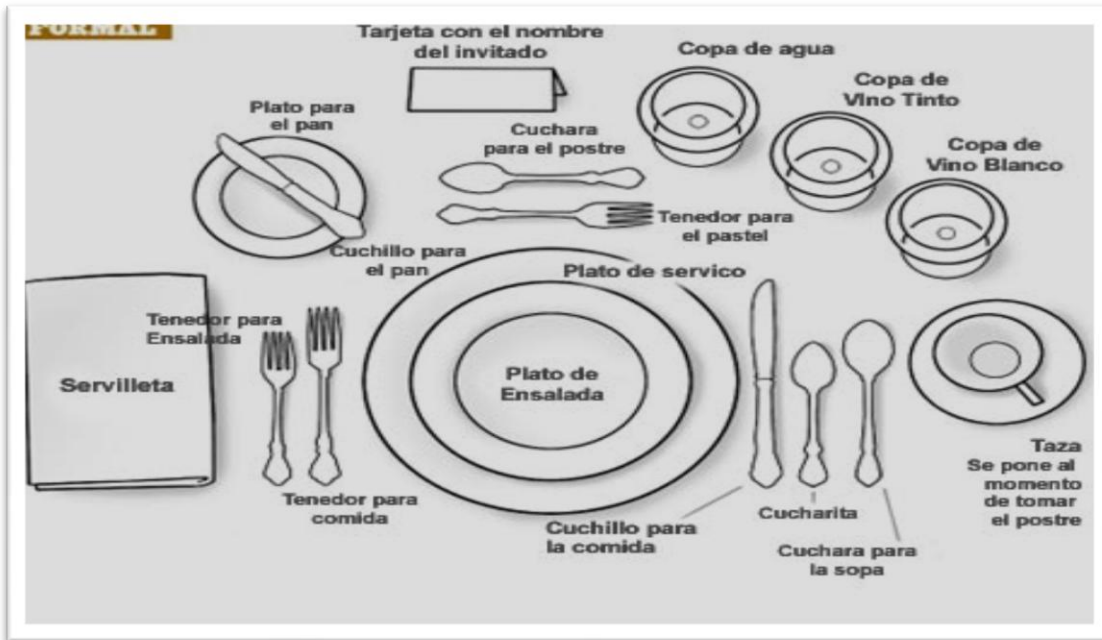
En el caso de hombres deben usar trajes formales como el smoking o pueden usar un traje formal de lana color negro, camisa blanca de algodón, corbata negra de seda y zapatos de agujetas o charol corte de cabello bajo, usando fragancias suaves. (Vásquez, 2011)



Fuente recuperada de <http://www.ufasta.edu.ar/noticias/files/2014/03/Marketing-Peronal.pdf>

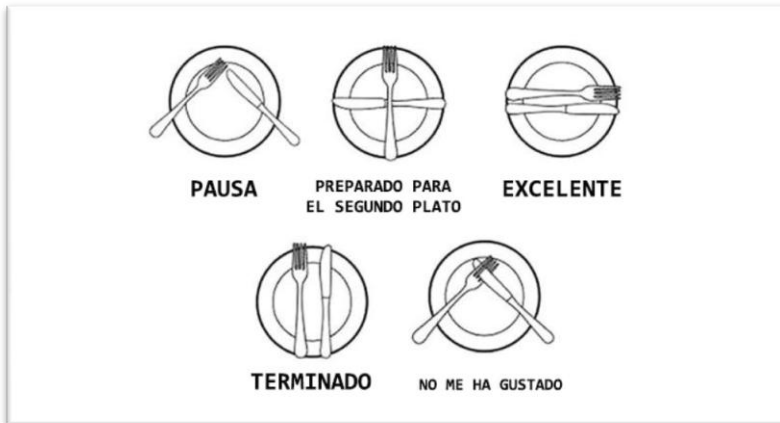
2.6 Servicio formal mesa de etiqueta

La importancia de conocer sobre el servicio profesional de etiqueta mesa formal, es una base fundamental para mostrar modales profesionales en cualquier ocasión ya que a través del conocimiento califican el nivel de educación profesional obtenido.



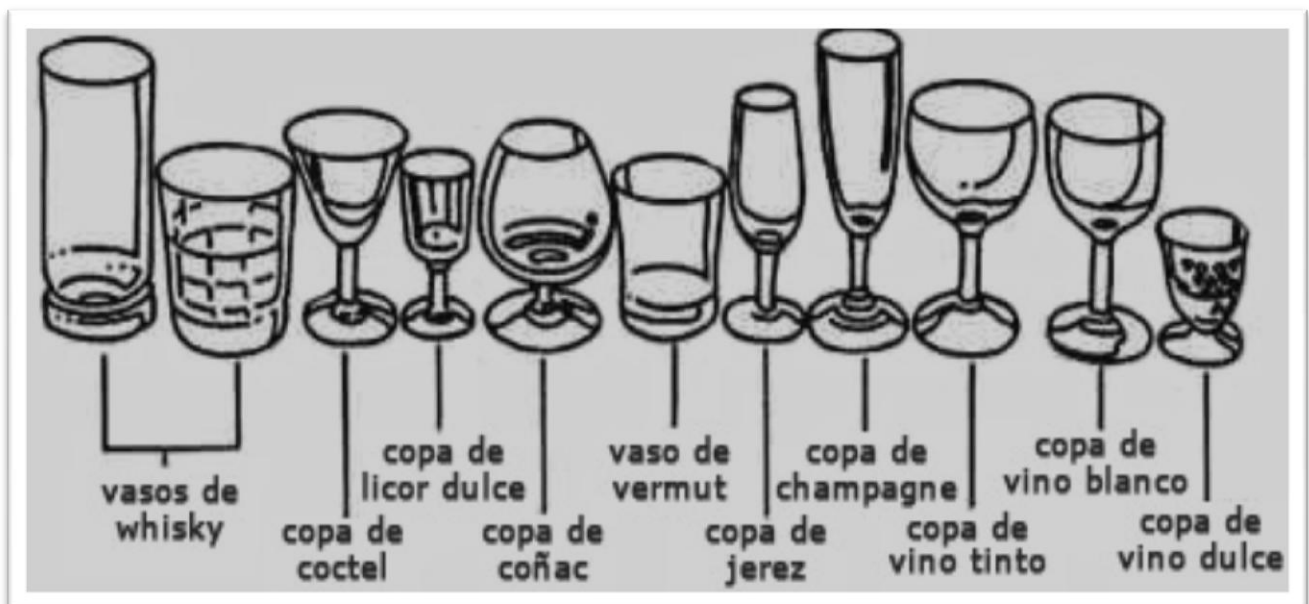
Fuente recuperada de: <https://www.pinterest.com/pin/389139224027470753/>

Según el servicio de mesa formal es importante tener conocimiento de lo básico, por ejemplo el uso correcto de los utensilios, el orden correcto de los cubiertos, se empieza por el que esté más alejado del plato, en la parte superior del plato se colocan los que usarán para postre, cuando se termina, se dejan los cubiertos sobre el plato de forma vertical ya que cada posición representa diferentes mensajes o formas según como se coloca el cubierto y cuchillo.



Fuente: <https://www.pinterest.com/pin/389139224027470753/>

Lo básico en el servicio formal en cristalería es la copa de agua, copas de vino y copas de champán. El agua se sirve a la derecha, el vino a la izquierda, el vino tinto y el vino blanco se sirve frío, y plato para pan se coloca a la izquierda. La servilleta es colocada a la derecha y cuando termina se coloca a la izquierda, el servicio del vino debe ser desde la botella, la calidad del vino se reconoce por la edad: Vinos de Cosecha, o del año. Son mejores mientras más jóvenes. Vinos de Crianza, o añejos. Mientras más años, tienden a mejorar. El Coñac se toma después del café, no se usa para brindar.



Fuente: <https://www.pinterest.com/pin/389139224027470753/>

2.7 Forma correcta de consumir alimentos en servicio de mesa de etiqueta.

La mejor forma de tomar sopa es no inclinarse, la cuchara se usa de atrás para delante, si la sopa está caliente no se sopla, el pan y la carne se deben cortar poco a poco durante el consumo en trozos pequeños, en el consumo de fideos largos se puede partir con el tenedor o tomar una o dos unidades para ir haciéndolo en forma de rollito en el tenedor, para el consumo de frutas y verdura, ensaladas es necesario hacer uso de tenedor y cuchillo, al igual que en el consumo de pescado y en el postre si es como manjar o arroz se usa cucharita pero si es pastel casi siempre se usa tenedor.

La combinación de colores de cada prenda y calzado

En un acontecimiento formal los hombres deben vestir traje y corbata, zapatos formales y las damas pueden elegir un vestido que llegue hasta la rodilla, el color depende del horario del evento, si es de noche se puede optar por colores oscuros y zapatos con tacones medio altos. En un evento formal de gala, los caballeros deben asistir con traje formal incluyendo chaleco, moña negra, corbata, el calzado de agujetas de charol. Para las damas el color del vestido es oscuro liso, y el calzado debe ser con tacón alto.

2.8 Lenguaje corporal

El contacto visual es clave para hacer sentir a las personas importantes, al mantener el contacto visual se muestra interés en escuchar. Los brazos deben ser colocados al costado del cuerpo para no mostrar miedo y no gesticular, o hacer movimiento incongruente, no realizar movimientos constantes con las piernas para no mostrar estrés o nervios. La distancia es importante, no debemos estar muy lejos ni demasiado cerca para no hacer sentir incómodo a la otra persona.

El movimiento de labios es importante a través de ellos se expresa enojo, inseguridad o disgusto, se nota cuando se muerde o tuerce el labio.



Fuente recuperada de en junio 2016

<http://www.ufasta.edu.ar/noticias/files/2014/03/Marketing-Peronal.pdf>

2.8.1 Higiene personal

Para representar higiene, el aspecto personal debe ser pulcro, los hombres deben presentarse limpios (bañados) afeitados, con las uñas limpias, los zapatos lustrados, bien peinados, con la ropa limpia y levemente perfumados y los dientes limpios. Las damas deben usar mascarilla una vez por semana, cuidar el cabello con tratamientos, limpieza de uñas, limpieza bucal, hidratar la piel, con vestimenta adecuada para la ocasión, impecable en su maquillaje y perfume.

2.8.2 Imagen Física

Para cuidar la figura física se debe mantener el peso y la talla adecuados, entrenando el cuerpo con ejercicios por un mínimo de 30 minutos diarios, alimentarse saludablemente y beber suficiente agua, establecer y respetar horarios adecuados de descanso.

2.8.3 ¿Qué es la imagen personal?

La imagen personal es una herramienta más que podemos utilizar como estrategia en nuestro desarrollo profesional, pero en varias ocasiones hemos visto que muchas personas no tienen conocimiento de cómo deben usar cada prenda o como ir vestidos en cada ocasión. (Torres Bañuelos, 2011)

Se ha notado que las personas tienen la intención de presentarse lo mejor posible, en una reunión de trabajo, fiesta etc., pero no siempre cumple. Pero no todas las personas tienen la oportunidad de crear el hábito de la buena vestimenta, y cuando llega el momento no tiene idea de cómo empezar ese cambio ya que se dan cuenta de que es de alta importancia en cualquier momento de la vida.

La vestimenta del personal de Nuestro Diario del área administrativa no es la adecuada por lo cual se debe tener un plan estratégico para introducir paulatinamente ese cambio. La imagen personal influye en el desarrollo profesional, según el autor Arturo Jiménez, “nuestra imagen también habla de nuestra capacidad”, hay un dicho que dice -la primera impresión es la que impacta y no hay otra oportunidad-, ese impacto es el que debemos presentar siempre. (Jiménez, 2010). La imagen física es parte de la imagen personal ya que un gesto dice más que mil palabras eso se experimenta diariamente entre las personas del entorno que perciben cuando alguien está molesto, triste, feliz etc.

La formación académica es otro tema importante en la vida ya que a través del desarrollo profesional se logra un mejor nivel de vida, poniéndolo en práctica en el trabajo diario. En ocasiones se percibe que las personas poseen una mejor imagen personal aunque no cuenta con un nivel académico alto, la imagen personal es pública, según Víctor Gordo en el libro “El poder de la imagen pública,” la imagen está asociada con eficiencia, calidad, seriedad y poder. No todas las personas ven algún punto tan pequeño que hace grandes cambios. Y que esto, dice mucho de las personas. (Gordo, 2016)

2.8.4 La baja auto estima

El hecho de que ridiculicen a una persona laboral o socialmente por la vestimenta no adecuada que utilice puede llegar a ser causa de la baja autoestima. Esto provoca que las personas se sientan inferiores a los demás, aunque tengan un nivel académico similar, eso da la pauta de que es sumamente importante la imagen personal y física para el desarrollo intelectual y psíquico de las personas.

2.8.4 Mente negativa

Tanto hombres y mujeres tienden a pensar en algunas ocasiones que al ser estrellas del conocimiento ya no importa la imagen persona. Cuando son contratados, el esfuerzo y práctica del día a día tiende a suceder que en las áreas Administrativas, Financiera, Mantenimiento y otras se descuida la imagen personal. Cuando se percibe en un grupo la negatividad ante un cambio de imagen se debe hacer lo posible por dar ánimo e incentivar porque como dicen, querer es poder, es algo que se puede hacer para dar un paso más.

2.8.5 Mostrar nervios

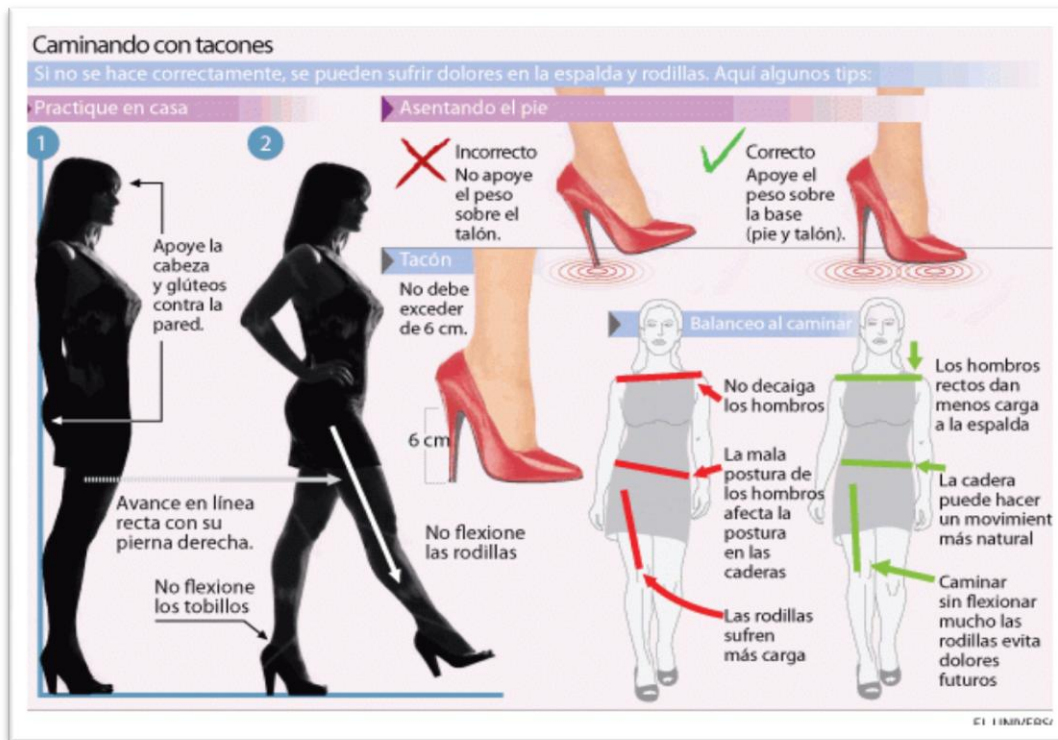
Los nervios son muy comunes en casi todas las personas, esto se debe controlar poco a poco a través de la práctica profesional. Cuando una persona va a una entrevista laboral le sudan las manos, hace movimientos y gestos constantes e innecesarios en la cara con las manos con los pies, tronar los dedos, tocarse mucho el cabello, cambia de color, lo que genera inseguridad, en este caso se recomienda, descansar bien antes de cualquier cita, practicar a través de un espejo sobre el tema que se hablará, en caso de entrevista, investigar sobre la empresa a donde se dirige, mostrar seguridad de imagen a través de la vestimenta y mantener moderado el tono de voz, en caso que deba sentarse, se recomienda la postura con la espalda recta al respaldo de la silla y las manos sobre el escritorio, una sobre la otra.

2.9 Comunicación Oral

La comunicación oral es una forma de expresar sentimientos, emociones, a través de los gestos verbales o a través del tono de voz cuando hay comunicación entre dos personas cara a cara un emisor y receptor, el receptor también se convierte en un emisor cuando entablan una conversación para ambas.

Todas las personas nacemos con rasgos físicos diferentes la cual no podemos cambiar pero con los gestos del rostro comunicamos lo que queremos decir tal como la sonrisa, las miradas, los hábitos, los modales, que se puede aprender día con día si se desea impactar la personalidad, marcar las diferencia, en cuanto al uso de calzado tacón alto, en el caso de las mujeres para saber caminar correctamente sin lastimar las rodillas o los tobillos evitando dolores a futuro deben apoyar el peso del cuerpo en la base del calzado y talón, se debe practicar antes de usar si es un nuevo calzado, la postura es importante ya que habla del estado de ánimo y profesionalidad de cada personas.

2.9.1 El uso correcto del calzado para mujeres



Fuente recuperada de en junio 2016 <http://www.ufasta.edu.ar/noticias/files/2014/03/Marketing-Peronal.pdf>

Una buena imagen es saber con claridad que se quiere comunicar, cual es el mensaje, que se quiere transmitir, hasta donde llegar, mantener la imagen fresca en todo momento cuidando todos los detalles siempre, no descuidarla a través del tiempo, ya que esto puede causar fracaso con su imagen antes presentada, todo entra por los ojos, porque cuando se habla de imagen es una figura de una persona o cosas que captan los ojos en una vista rápida la cual genera críticas negativas o positivas, ejemplo cuando en un restaurante no tiene buena presentación en sus platillos no vende fácilmente, colores en publicidad son la base importante de lo que se quiere lograr transmitiendo un mismo mensaje en todos los canales, por tal razón al presentar un platillo con los colores adecuados que sirven para estimular el apetito de las personas en este caso se lograr mejores resultados.

2. 10 La imagen personal es parte de una imagen corporativa

Una imagen corporativa es de cómo se percibe una compañía, es una imagen aceptada, creando una percepción ante las personas y empresas a quienes dirigen el servicio o producto.

Cada empresa tiene su propia imagen y crea su cultura, por tal razón que cada persona que labora para la empresa debe recibir la capacitación profesional necesaria para atender y presentarse ante el cliente, interno y externo no importando profesión y puesto de trabajo, cada persona se hace parte de la corporativa y debe mantener la presentación personal.

En Nuestro Diarios el 52% de las personas de diferente área creen que el personal administrativo no presenta la mejor la mejor vestimenta, de un total de 25 personas entrevistadas, esto hace parte importante la falta de presentación profesional, esto demuestra que la imagen personal es importante en cualquier momento en cada persona o al formar parte de una empresa.

También demuestra que Nuestro Diario, no mantiene un plan de imagen personal a las personas del área administrativa. Este diagnóstico interno muestra debilidad en capacitación constante, falta de motivación al personal del compromiso profesional que deben transferir al personal interno.

Visión de desarrollo

Con la imagen personal se dice lo que cada individuo es, lo cual construye la marca personal que va a dejar en la mente de las personas que lo ven cada día, si se identifica con una imagen que no le gusta, puede realizar cambios en su imagen porque cada uno es dueño de su marca personal y responsable de cómo quiere que lo califiquen en cualquier momento. En la actualidad a través de las redes sociales se puede crear una marca de imagen profesional en la mente de

las personas tomando en cuenta la misión visión con adjetivos personales, hay varias empresas que por medio las redes sociales analizan la personalidad y forma una idea del análisis realizado según lo que ven sobre la persona, por ejemplo; cuando una personas coloca una foto en el perfil con vestimenta profesional, siempre debe mantener esa misma imagen, pero si después de este perfil sube una foto con vestimenta inadecuada esto puede dañar la percepción anterior la cual no define la personalidad y demostraría inseguridad en la personalidad.

Mantener el perfil profesional como una mirada hacia al frente, con mirada hacia al frente, como cuando ve a los ojos a otra persona cara a cara, con sonrisa amable y suave, los contactos deben ser personas conocidas para no tener contactos desconocidos que puede arruinar la reputación y credibilidad profesional se mantiene fresca la imagen, las personas forman la personalidad y puede dar buenas referencias a favor.

CAPÍTULO III

3. Metodología de estudio

La presente metodología de estudio es de enfoque mixto debido a que se recopiló datos de forma cuantitativa y cualitativa para que la información sea medible, mediante la obtención de entrevistas y encuestas que se puedan analizar y cuantificar en base de la información obtenida de los encuestados.

3.1 Universo

Se eligió a un grupo de 25 personas de diferentes áreas de Nuestro Diario, de un total de 300 personas, caballeros y damas comprendidos entre los 19 y 65 años de edad.

3.2 Muestra y su proceso de selección

Está conformado por 25 personas, 7 damas y 18 caballeros, los hombres están comprendidos entre las edades de 25 a 50 años y las mujeres de 24 a 40 años, todos pertenecen al personal de Nuestro Diario.

3.3 Recolección de datos

La recolección de datos con enfoque mixto, formado por un universo de 25 personas para resultados cuantitativos y cualitativos, se aplicó los instrumentos siguientes: Encuesta y entrevista.

3.4 Encuesta

Esta encuesta está compuesta por 10 preguntas, cerradas y abiertas, a fin de conocer el punto de vista de los encuestados.



Encuesta

Instrucciones: leer las preguntas siguientes y responder según su experiencia o punto de vista y marcando con una X SI o No.

GENERO M_____ F_____. Departamento:

EDAD DE 21 a 25 _____ 26 A 30 _____ 31 a 35 _____ MAS _____.

¿PUESTO O CARGO QUE DESEMPEÑA ACTUALMENTE?

1. ¿Considera que la imagen personal es importante en cualquier área laboral?

SI	NO
----	----

2. ¿El personal del área administrativa de Nuestro Diario viste adecuada de acuerdo al puesto de trabajo?

SI	No
----	----

3. ¿Considera que la imagen personal va en cuanto, con el desarrollo profesional?

SI	No
----	----

¿Por qué? _____

4. En su formación profesional ¿ha recibido algún curso de imagen personal?

SI	No
----	----

Cual: _____

5. ¿Considera que la imagen personal motiva a la personas?

SI	No
----	----

¿Por qué?

6. ¿Su imagen Personal puede cambiar la conducta de las personas?
¿Por qué?

SI	No
----	----

7.- ¿Un cambio de imagen profesional en el personal, puede impactar la presentación de área administrativa?

SI	No
----	----

8. ¿En su desarrollo profesional la imagen personal ha influido como opción de voto?

SI	No
----	----

Explique alguna experiencia

9. ¿Cree que la empresa mejora la imagen corporativa, si mantiene una plan de imagen personal en el área administrativa? ¿Explique por qué?

SI	No
----	----

10. ¿El área administrativa muestra la profesión en el servicio?

SI	No
----	----



Entrevista

A través de nuestra entrevista tendremos resultados cuantitativos para analizar y comprobar nuestra hipótesis.

Nombre _____

Profesión _____

Departamento _____

1. ¿Considera que la imagen corporativa motiva a la personas?

2. ¿Las personas del área administrativa presentan buena imagen personal?

3. ¿Si la empresa tuviera un plan de imagen, mejoraría la imagen corporativa?

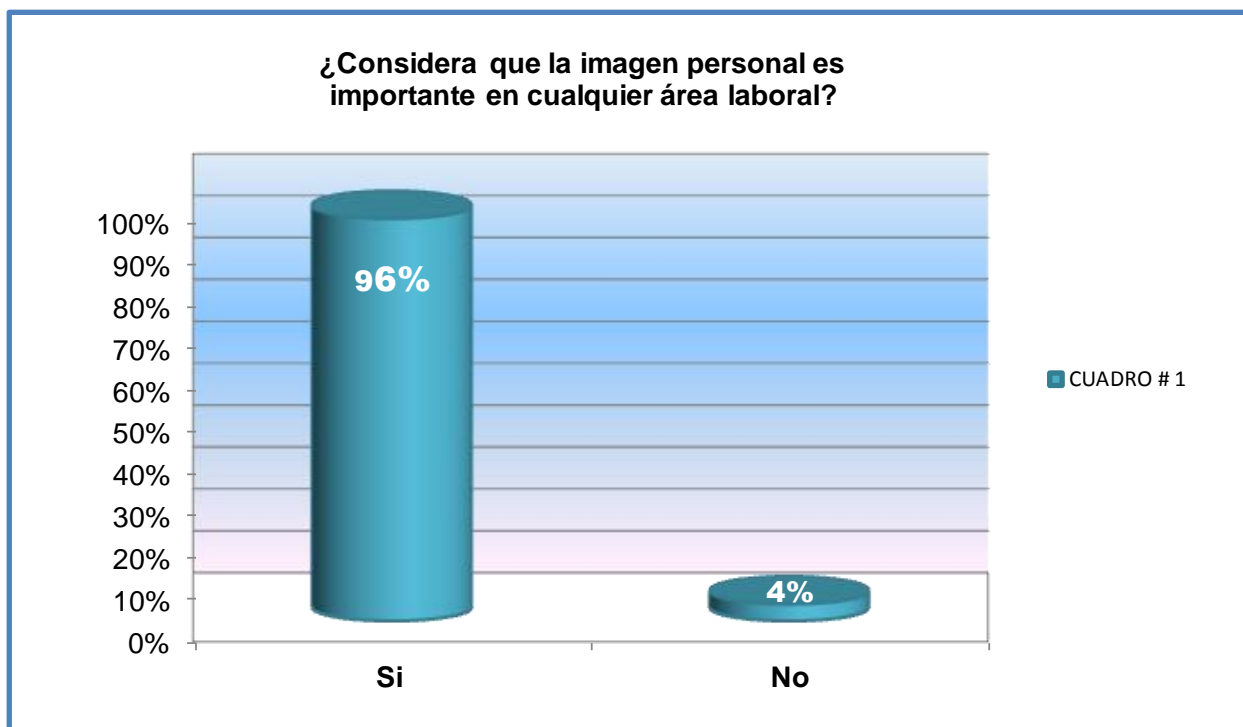
3.5 Informe numérico de datos

Cuadro # 1: Importancia de la imagen personal

En el presente cuadro se muestra la importancia de la imagen personal, independientemente del área laboral en que se encuentre el encuestado.

OPCIONES	CANTIDADES	%
Si	24	96%
No	1	4%
Totales	25	100%

Como se puede apreciar en la gráfica que se presenta a continuación, de un total de 25 personas encuestadas el 96% respondió que la imagen personal es importante en cualquier área laboral.



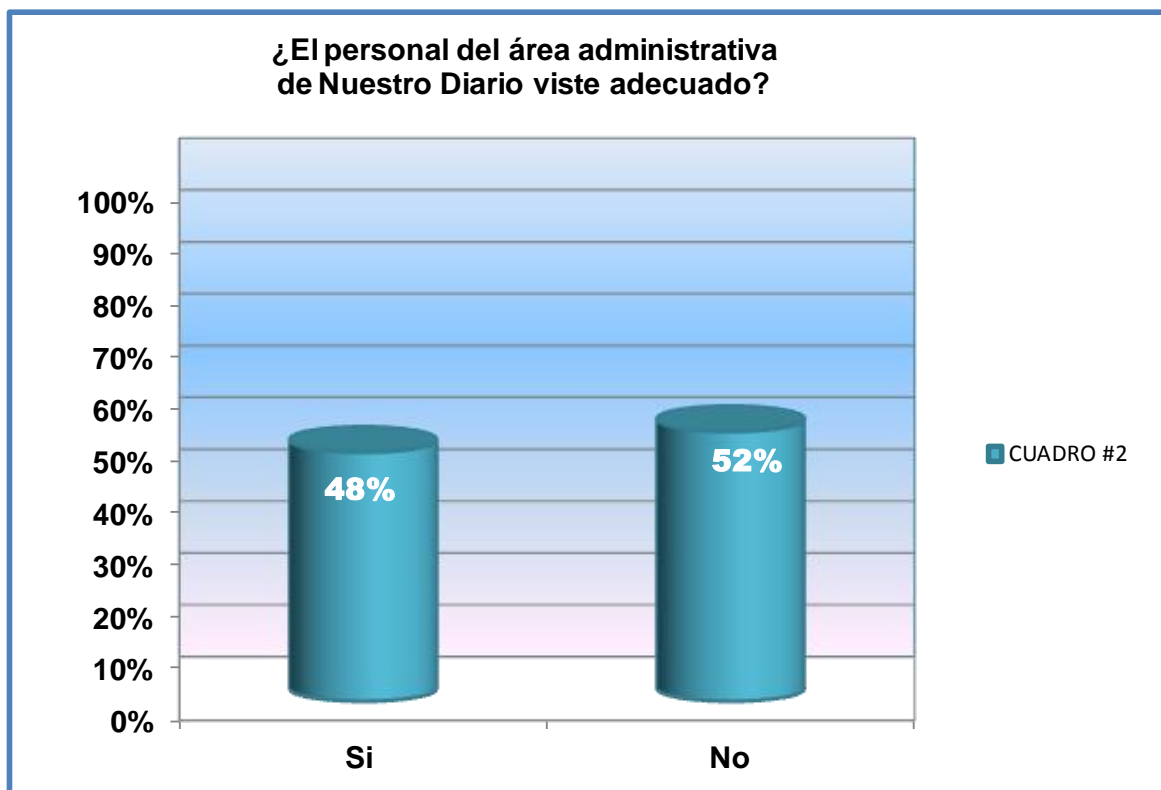
Fuente: Elaborado por Norma Navichoc con base a encuesta realizada en oficinas de Nuestro Diario, el 29 de Julio 2016

Cuadro # 2: Vestimenta adecuada.

En este cuadro muestra si el personal del área administrativa viste adecuado o inadecuado de adecuado al puesto actual.

OPCIONES	CANTIDADES	%
Si	12	48%
No	13	52%
Totales	25	100%

La gráfica dos muestra que de un total de 25 personas encuestadas el 52% respondió que el personal del área administrativa no viste de acuerdo al puesto actual.



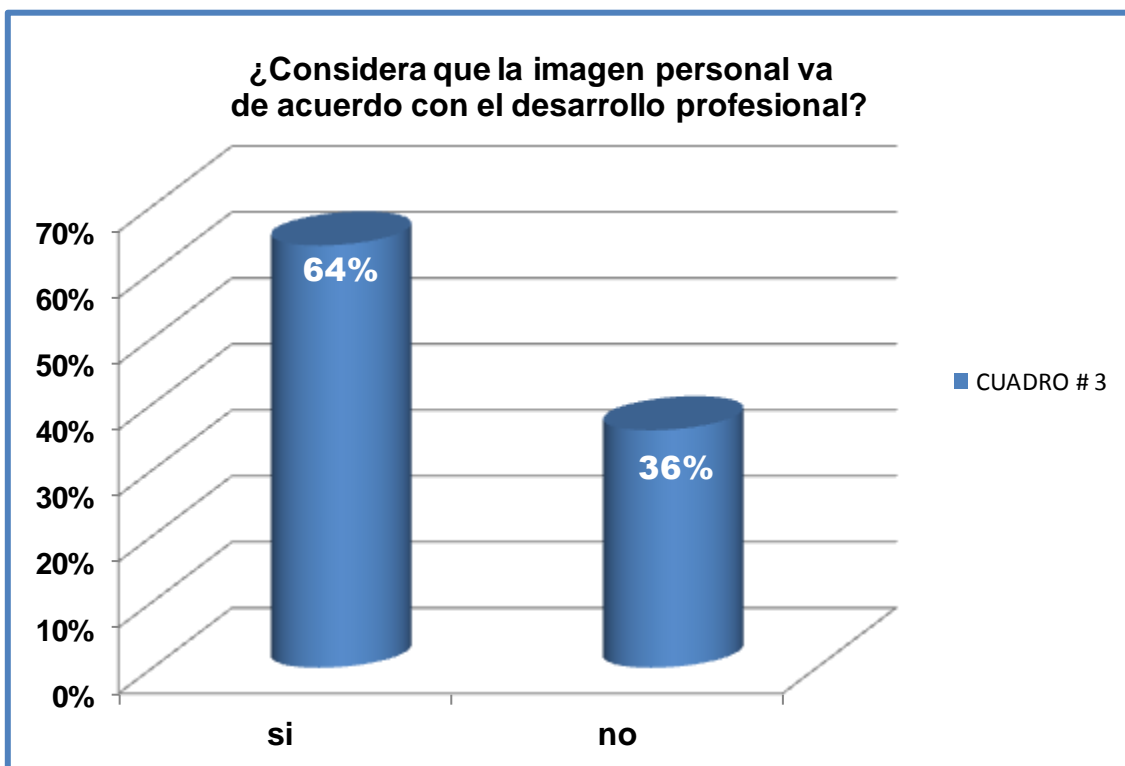
Fuente: Elaborado por Norma Navichoc con base a encuesta realizada en oficinas de Nuestro Diario, el 29 de Julio 2016.

Cuadro # 3 La Importancia de la imagen personal

En este cuadro describe la importancia de la imagen personal durante el desarrollo profesional.

OPCIONES	CANTIDADES	%
Si	16	64%
No	9	36%
Totales	25	100%

El porcentaje que se presenta la siguiente grafica es del 64% de un total de 25 personas encuestadas indican que durante la formación profesional, reconocen la importancia de la imagen, especialmente en entrevistas, labores y en las actividades comerciales.



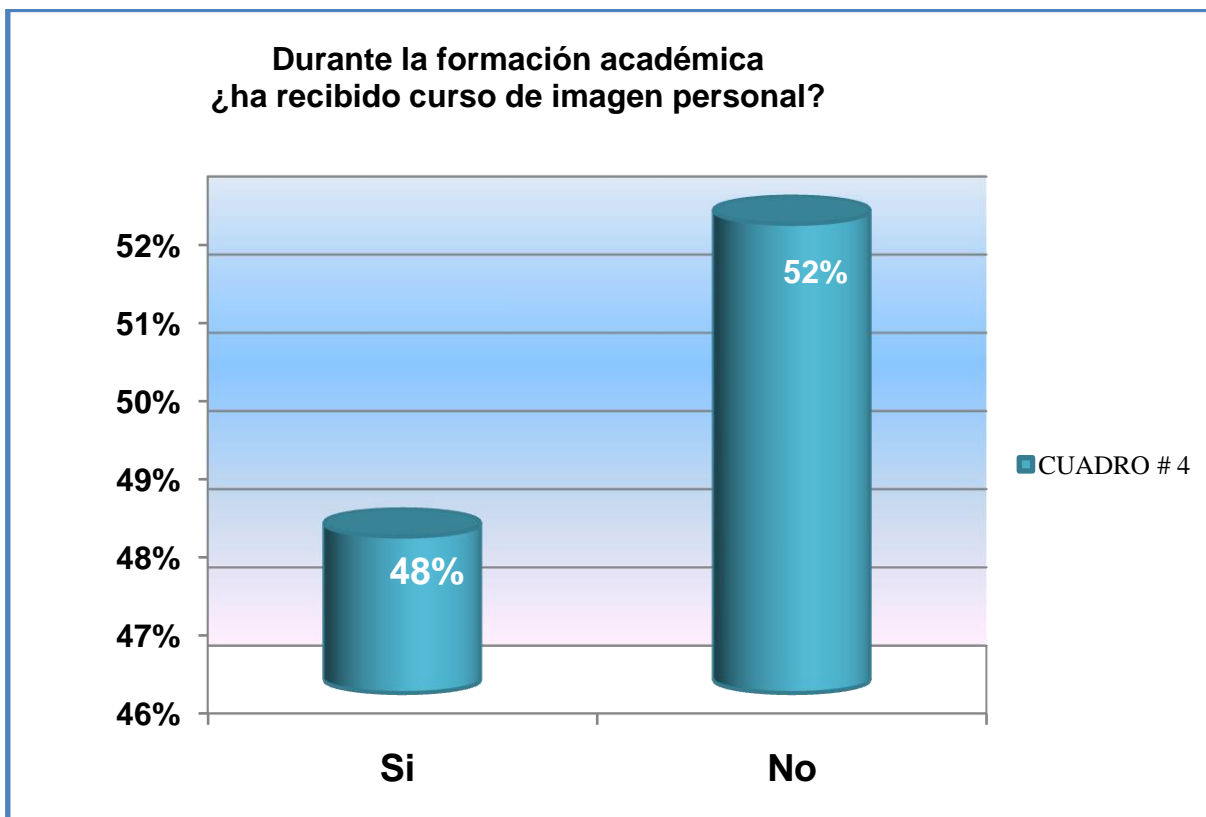
Fuente: Elaborado por Norma Navichoc con base a encuesta realizada en oficinas de Nuestro Diario, el 29 de Julio 2016

Cuadro # 4 La falta de formación de imagen personal.

Presenta la falta de formación de imagen personal durante la formación académica la cual no reciben la educación correcta para formar de la vida diaria.

OPCIONES	CANTIDADES	%
Si	12	48%
No	13	52%
Totales	25	100%

Según las estadísticas a continuación se percibe que 52% de un total de 25 personas indican que no tuvieron formación de imagen personal durante la formación académica.



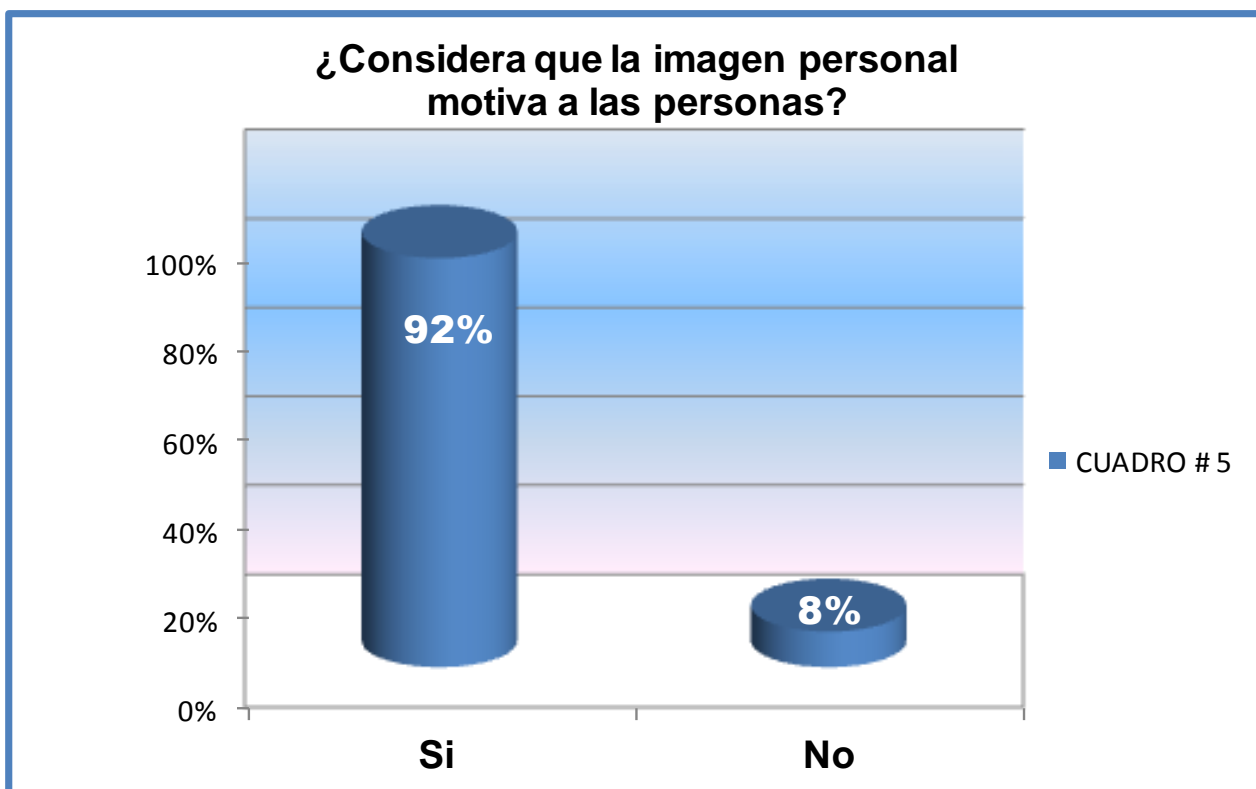
Fuente: Elaborado por Norma Navichoc con base a encuesta realizada en oficinas de Nuestro Diario, el 29 de Julio 2016.

Cuadro # 5 formación de percepción personal y positiva.

En el siguiente cuadro muestra como a través de la vestimenta se trasmite motivación, seguridad y actitud personal para que formen percepción positiva de la personalidad.

OPCIONES	CANTIDADES	%
Si	23	92%
No	2	8%
Totales	25	100%

A continuación la siguiente grafica representa, el 92% de las personas consideran que la imagen es importante en cualquier momento, ya que trasmite motivación, muestra seguridad, desarrolla mejor empatía y forma percepción positiva la cual abre puertas a nuevas oportunidades laborales.



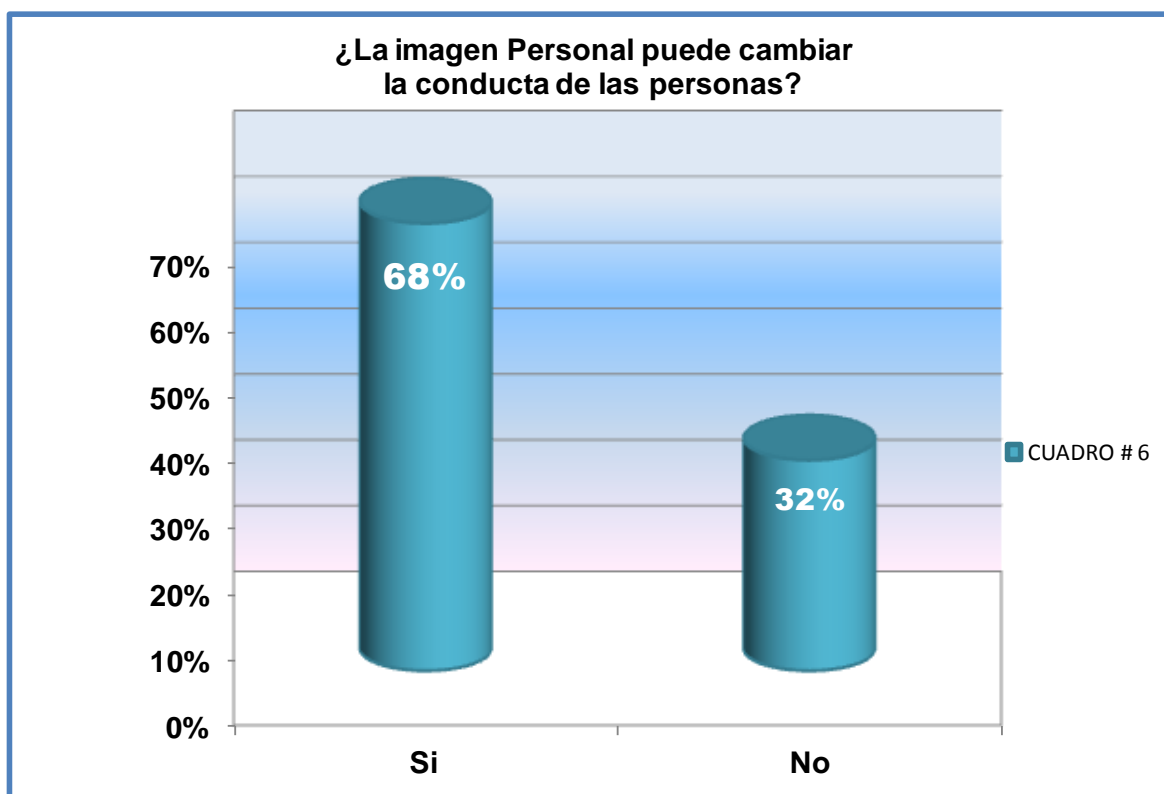
Fuente: Elaborado por Norma Navichoc con base a encuesta realizada en oficinas de Nuestro Diario, el 29 de Julio 2016.

Cuadro # 6 El cambio de conducta de las personas.

En este cuadro se presenta el porcentaje de cómo la vestimenta personal cambia la conducta de las personas.

OPCIONES	CANTIDADES	%
Si	17	68%
No	8	32%
Totales	25	100%

El grafico que continua presenta el 68% de las personas consideran que a través del buen vestir pueden cambiar la conducta o actitudes de las personas, ante la falta de conocimiento de la vestimenta y cualidades que puede beneficiar al personal administrativo de Nuestro Diario



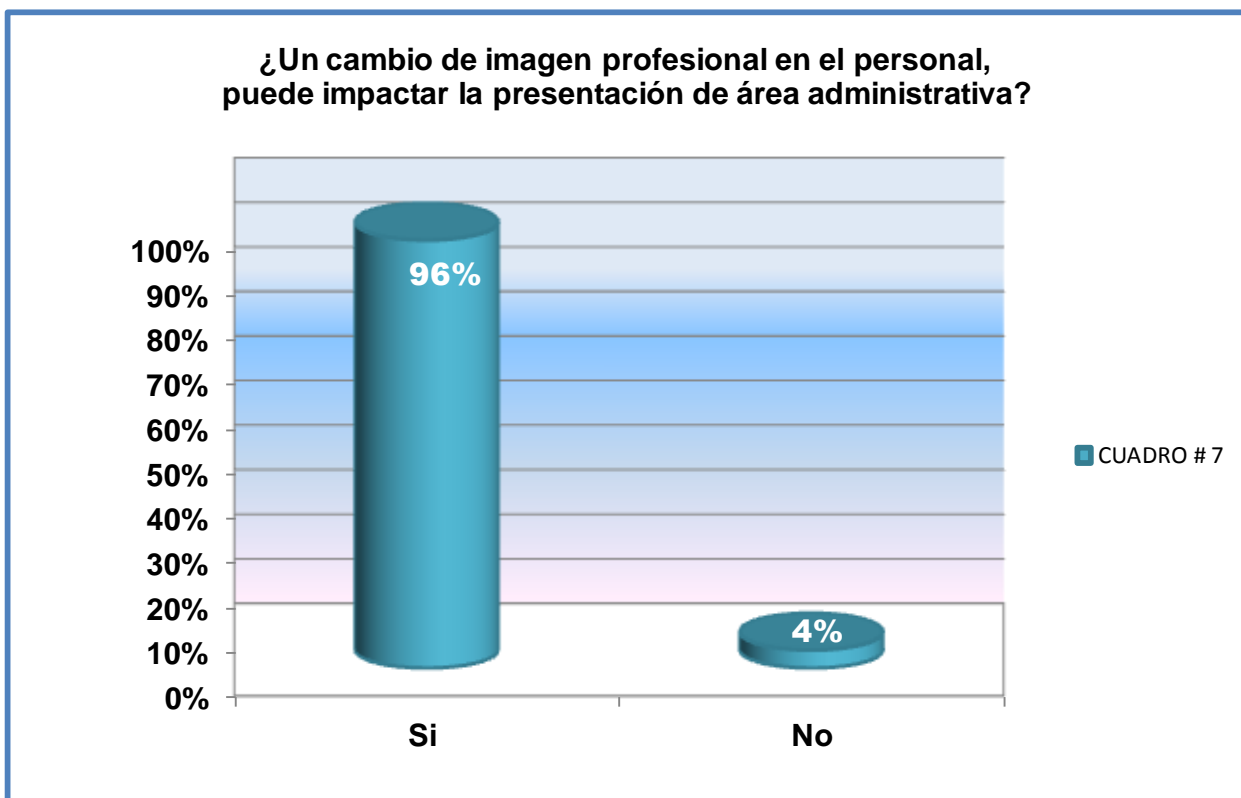
Fuente: Elaborado por Norma Navichoc con base a encuesta realizada en oficinas de Nuestro Diario, el 29 de Julio 2016

Cuadro #7 El impacto de un cambio de imagen.

En este cuadro se muestra la falta de imagen personal de la aérea administrativa de Nuestro Diario.

OPCIONES	CANTIDADES	%
Si	24	96%
No	1	4%
Totales	25	100%

La grafica siguiente presenta la perspectiva que mantiene actualmente el personal de Nuestro Diario es del 92% de las personas que considera que es importante mantener un plan de imagen para impactar a los clientes internos y externos la cual motivará y cambiará la figura de la empresa.



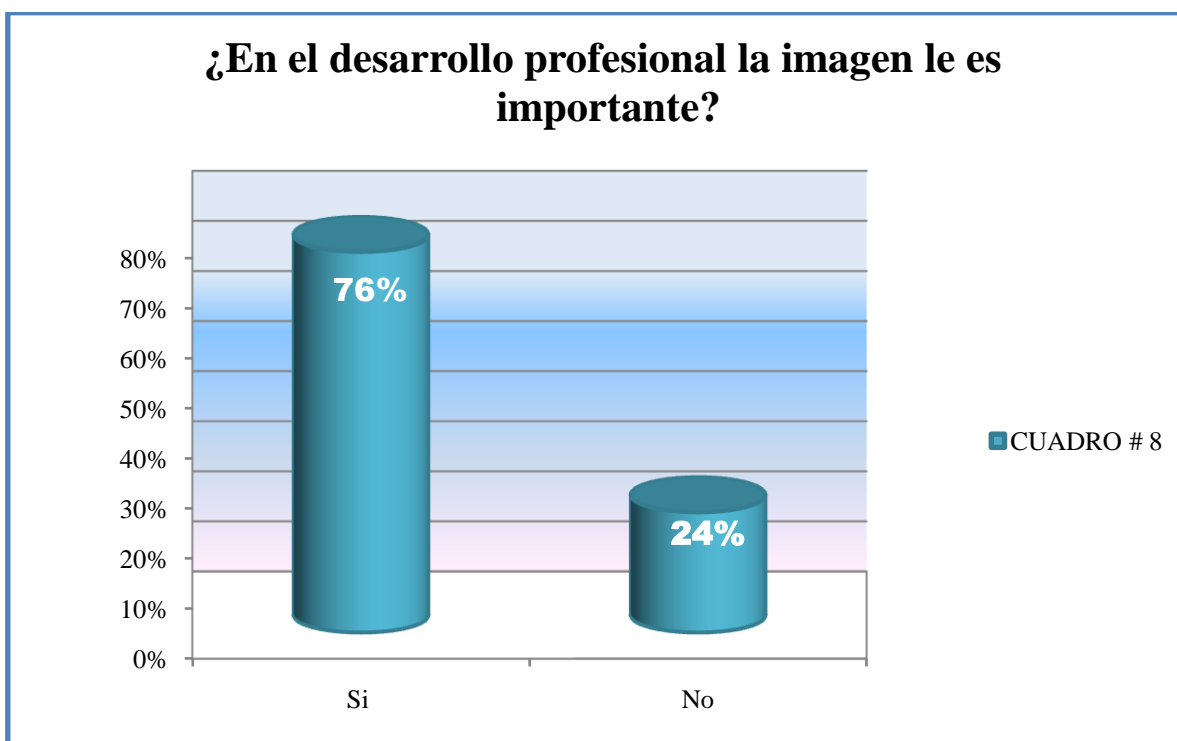
Fuente: Elaborado por Norma Navichoc con base a encuesta realizada en oficinas de Nuestro Diario, el 29 de Julio 2016.

Cuadro # 8 La importancia de la vestimenta en la educación.

En el siguiente cuadro resalta que la imagen ha sido la mayor fuente de voto durante una carrera profesional la cual muestra seguridad y profesionalidad.

OPCIONES	CANTIDADES	%
Si	19	76%
No	6	24%
Totales	25	100%

La siguiente grafica muestra el resultado, el 76% de las personas reconocen que la imagen personal ha sido fuente importante durante el desarrollo profesional, generalmente en ocasiones como, cuando solicitan empleo, en reuniones importantes, en el servicio al cliente, entre otros. La vestimenta resalta que en la toma de decisiones en cualquier momento, según sea la apariencia personal puede ser tomada en cuenta.



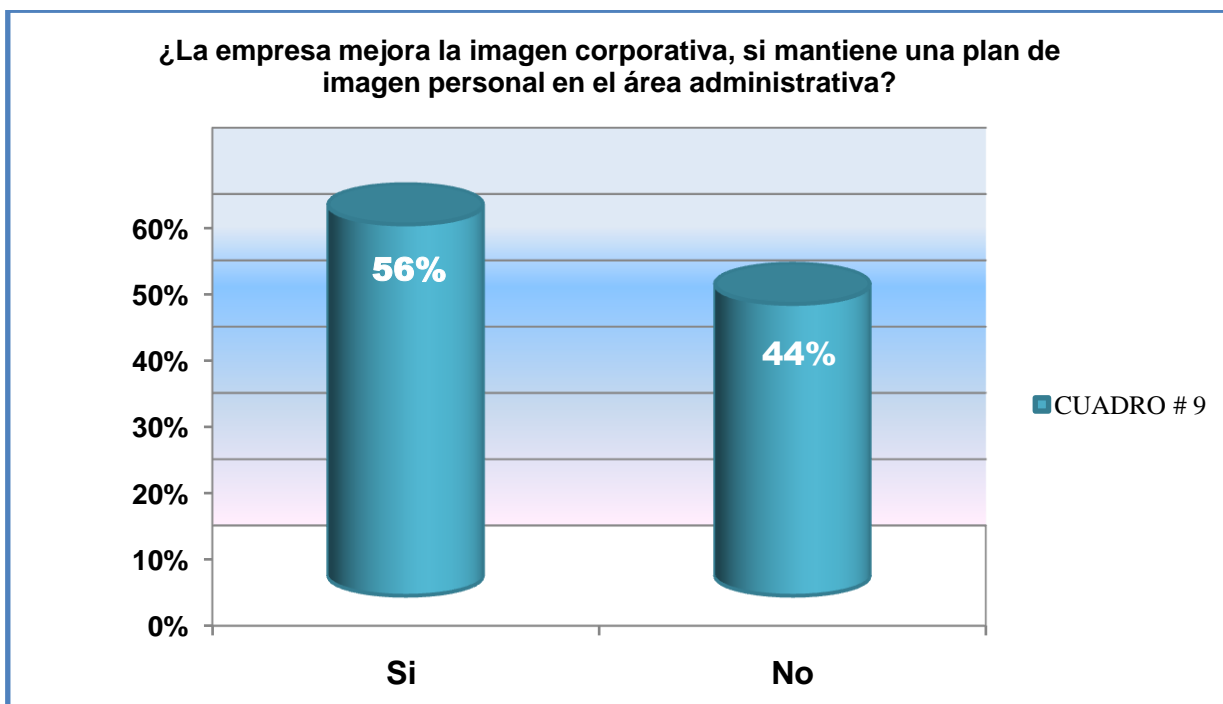
Fuente: Elaborado por Norma Navichoc con base a encuesta realizada en oficinas de Nuestro Diario, el 29 de Julio 2016.

Cuadro # 9 La mejora de imagen corporativa.

En el siguiente cuadro muestra, cómo la imagen personal mejora la imagen corporativa.

OPCIONES	CANTIDADES	%
Si	14	56%
No	11	44%
Totales	25	100%

En la grafica muestra que al mantener un plan de imagen personal se prescribe la importancia de conservar la imagen fresca en todo momento, un cambio de imagen personal en el área administrativa puede ser un punto positivo a favor de la empresa, mejora el servicio en los internos, externos y competencias, mejora su posición de imagen empresarial.



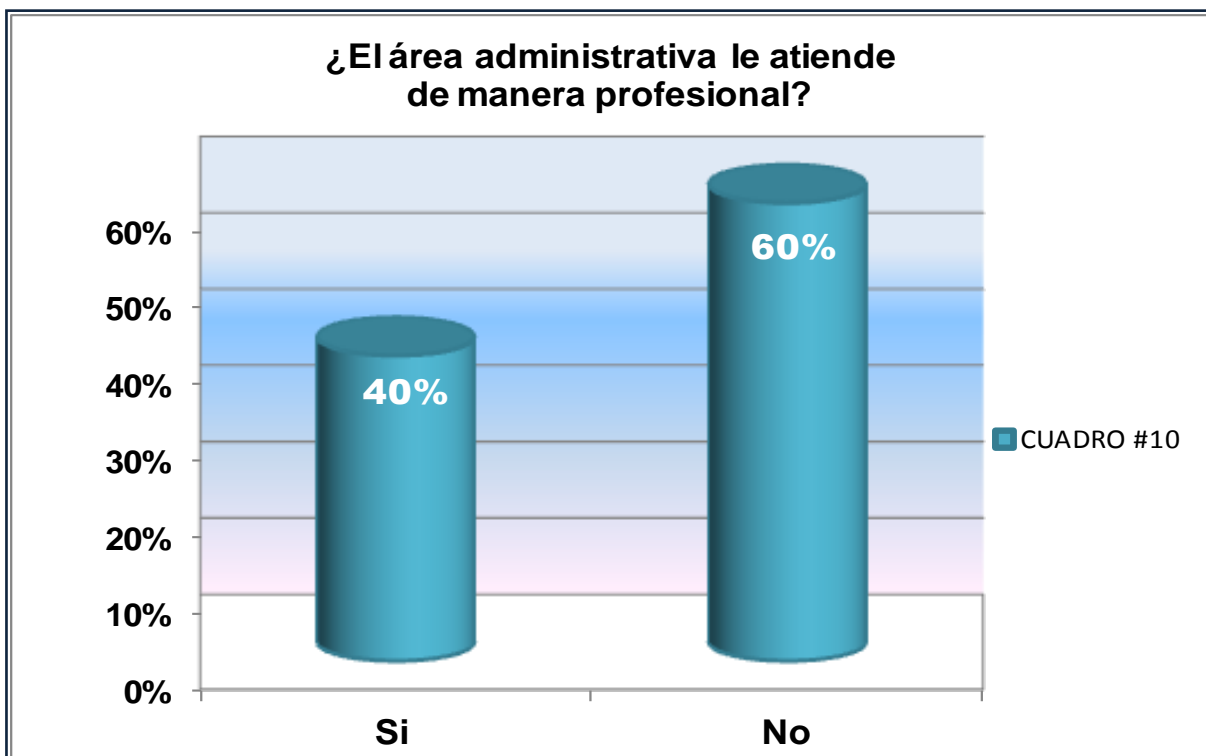
Fuente: Elaborado por Norma Navichoc con base a encuesta realizada en oficinas de Nuestro Diario, el 29 de Julio 2016.

Cuadro # 10 Calidad del servicio.

El presente cuadro muestra el porcentaje de la calidad del servicio del personal de la área administrativa y la causa de la misma.

OPCIONES	CANTIDADES	%
Si	10	40%
No	15	60%
Totales	25	100%

La grafica diez muestra el 60% de la mala atención en el servicio al cliente que se presta actualmente. En las entrevistas resalta que la vestimenta muestra la falta de profesionalidad, los gestos y comentarios causa malestar en el servicio al cliente, al no saber expresarse con las palabras correctas y tono de voz moderado le puede causa ofensa al cliente.



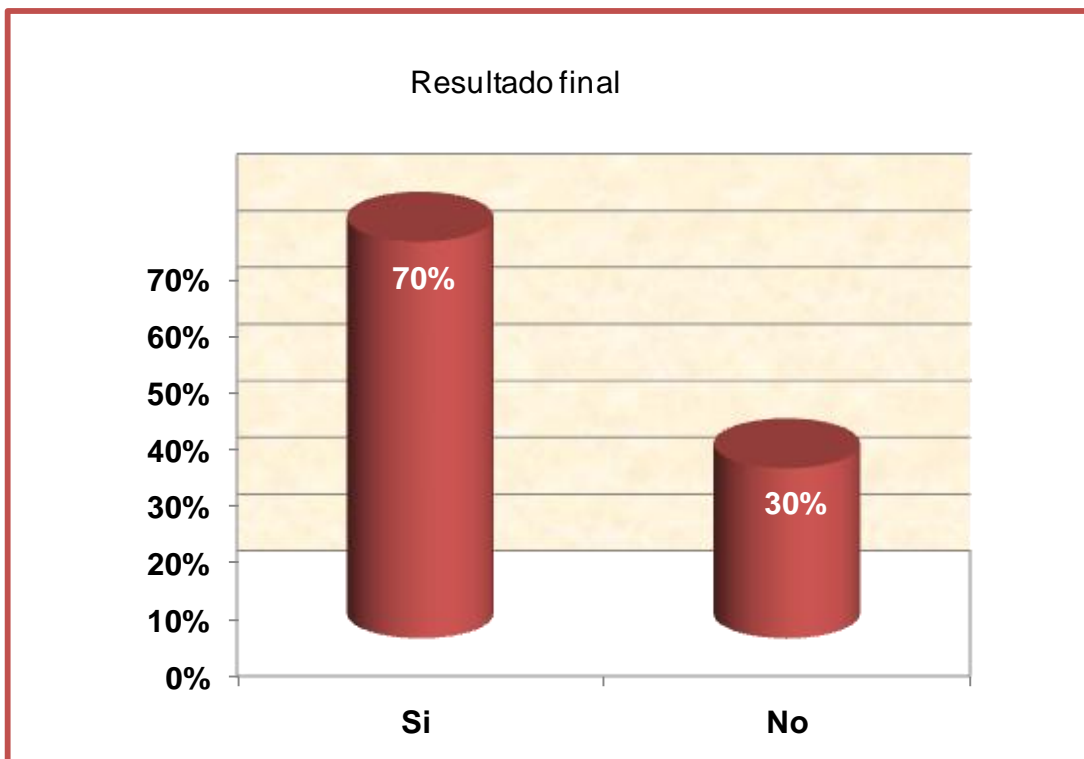
Fuente: Elaborado por Norma Navichoc con base a encuesta realizada en oficinas de Nuestro Diario, el 29 de Julio 2016.

4. Análisis del resultado final

Resumen final de las opiniones de las personas encuestadas en Nuestro Diario, el 70% son hombre y el 30% mujeres, tema abordado:

“La imagen personal es como una estrategia en el desarrollo profesional.

TENDENCIAS	CANTIDADES	%
Si	7	70%
No	3	30%
Totales	10	100%



Fuente: Elaborado por Norma Navichoc con base a encuesta realizada en oficinas de Nuestro Diario, el 29 de Julio 2016.

La investigación realizada por medio de las encuestas y entrevistas muestra que más del 70%, la grafica anterior, considera que la imagen personal, tiene un fuerte impacto en la imagen profesional y la imagen corporativa de la empresa. Razón por lo cual se recomienda hacer una inversión en la misma. Esto debe ser considerado como una inversión y formar parte de la estrategia de fortalecimiento profesional corporativa de la empresa, Nuestro Diario.

5. Cronograma de actividades

	Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre			
Semanas	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Investigación	X		X		X		X													
Redacción	X		X		X		X													
Realizar encuestas entrevistas									x	X	x	X								
Realizar análisis									X	x	X	x								
Redactar resultados finales									X	x	X	x	X	x						
Entrega de aprobación															X	x				
Defensa de tesis																	x	x		
Aprobación final																			X	x

6. Conclusión

Esta investigación de tesis tiene como objetivo realizar un cambio de imagen con un modelo adecuado para reflejar coherencia entre la imagen personal y la profesión de los colaboradores del área administrativa de Nuestro Diario. Se afirma por medio del método cuantitativo y cualitativo, a través de encuestas de opinión y entrevistas de los clientes internos, la recopilación de datos, que se presentó estadísticamente, los resultados de la importancia de la imagen personal, de un total de 25 personas encuestadas y entrevistadas entre las edades de 25 a 50 años la cual muestra los resultados más relevantes, durante el mes de julio 2016.

El 96% del personal considera que la imagen habla de la profesión no importando cual sea, el 92% también afirma que la buena imagen transmite motivación, también opinan que un cambio de imagen para todo el personal puede impactar positivamente el nivel empresarial. A través del análisis de las encuestas de las preguntas planteadas, se determina que el 70% afirma que se necesita un cambio de imagen que muestre la profesión académica de cada persona.

Es importante para los empresarios considerar la propuesta de la inversión, que no debe ser considerada como gasto, esto se toma como parte de la imagen corporativa.

Esta investigación se desarrolló con apoyo de libros, tecnología y profesionales para concretar la necesidad de mejorar la vestimenta de los colaboradores del área Administrativa de Nuestro Diario. Tomando en cuenta el lenguaje corporal, postura adecuada, vestimenta, higiene, combinación de colores en prendas, corte de cabello, cuidado personal. Estas son algunas herramientas básicas para reformar o incrementar la apariencia e impresión personal.

7. Recomendaciones

El uso de estas herramientas de imagen personal pueden ser aplicadas desde la formación académica con una alta disciplina.

Se recomienda mantener la buena imagen en todo momento para simpatizar, ya sea a través del lenguaje corporal, una sonrisa o gesto, con una imagen positiva y no negativa en los primeros cinco minutos de vista rápida.

Para lograr éxito en el desarrollo profesional se deben mantener la imagen personal activa como estrategia en todo momento y estar actualizándose de información de imagen personal y profesional.

Para lucir una imagen elegante y discreta, se debe considerar las combinaciones de colores de las prendas, maquillaje adecuado y no excesivo. Esto causara trasmisión de profesión, seguridad, actitud.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Ana, V. (08 de 08 de 2011). *codigo de vestimenta* . Recuperado el 20 de 05 de 2016, de Ana Vasquez : <http://anavasquez.com/2011/08/codigos-de-vestimenta-femeninos-%C2%BFque-usar-en-cada-ocasion/>
- Andrade Nebendahl, F. (2010). *El Vino*. Guatemala.
- Arturo, J. (09 de 04 de 2010). *tu imagen habla de tu capacidad* . Recuperado el 20 de 06 de 2016, de www.cnnexpansion.com: www.cnnexpansion.com/mi-carrera/2010/04/09/imagen-profesion-trabajo-expansion
- Athie, L. (01 de 05 de 2015). *Asesoría de Imagen & Eventos*. Recuperado el 5 de mayo de 2016, de sitio web de Asesoría de Imagen & Eventos: http://lailaathie.blogspot.com/2015_05_01_archive.html
- Diario, P. d. (viernes 15 de Julio de 2016). La imagen Personasl como estrategias en el desarrollo profesional. . (Investigador, Entrevistador)
- Echaniz, J. (1951). *Libro de etiqueta de Rosalinda, novísimo código social*. Buenos Aires: S. A. Editorial Bell.
- Gordoa, V. (22 de 04 de 2016). *El poder de la imagen*. Obtenido de <http://www.academia.edu>: http://www.academia.edu/8842048/El_poder_de_la_imagen_p%C3%BAblica._V%C3%ADctor_Gordoa
- Jiménez, A. (09 de 04 de 2010). *tu imagen habla de tu capacidad*. Recuperado el 20 de 06 de 2016, de www.cnnexpansion.com: www.cnnexpansion.com/mi-carrera/2010/04/09/imagen-profesion-trabajo-expansion
- Kaner, N. (05 de 06 de 2014). *Vestimenta* . Recuperado el 8 de 05 de 2016, de hafidyaxelvestimenta : <http://hafidyaxelvestimentas.blogspot.com/>
- Karina, G. (03 de 2014). *Imagen personas*. Recuperado el 05 de 2016, de <http://www.ufasta.edu.ar/>: <http://www.ufasta.edu.ar/noticias/files/2014/03/Marketing-Peronal.pdf>
- Marianela, L. (01 de 05 de 2012). *presntacion de imagen pesonal* . Recuperado el 01 de 05 de 2016, de <http://www.biamericas.com>: <http://www.biamericas.com/presentaciones/2012/liderazgo/imagen-personal.pdf>
- Marianela, L. (01 de 05 de 2012). *presntacion de imagen pesonal*. Recuperado el 01 de 05 de 2016, de <http://www.biamericas.com>: <http://www.biamericas.com/presentaciones/2012/liderazgo/imagen-personal.pdf>

Myriam, R. (11 de 2012). *consejos-practicos-para-mejorar-tu-imagen* . Recuperado el 10 de 06 de 2016, de <https://reinventatunegocio:https://reinventatunegocio.files.wordpress.com/2012/11/60-consejos-practicos-para-mejorar-tu-imp.pdf>

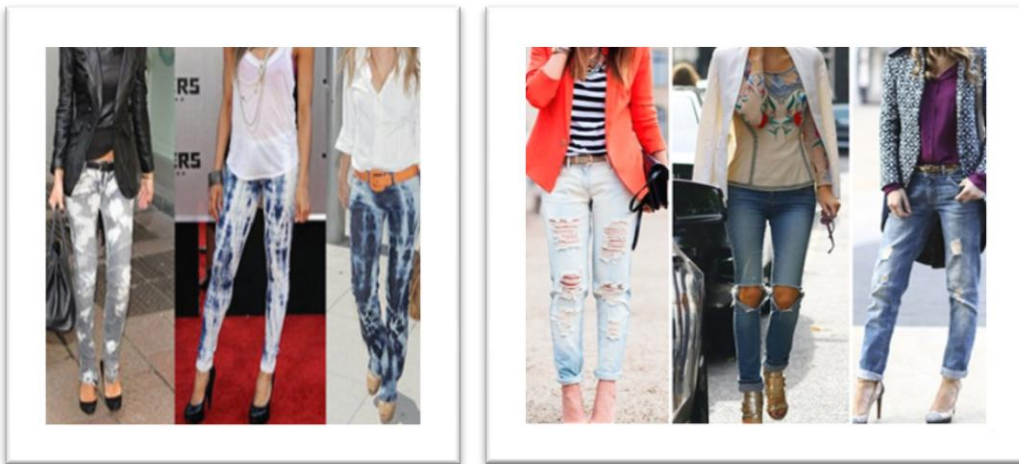
Raquel, M. o. (28 de 06 de 2016). *Asesoría de Imagen* . Obtenido de https://www.unirioja.es:https://www.unirioja.es/facultades_escuelas/fce/jueves%20de%20la%20facultad/conferenciaimagen.pdf

Torres Bañuelos, M. P. (06 de 03 de 2011). *Imagen personal*. Recuperado el 05 de 06 de 2016, de slideshare: http://es.slideshare.net/scamargo1/la-imagen-personal?next_slideshow=1

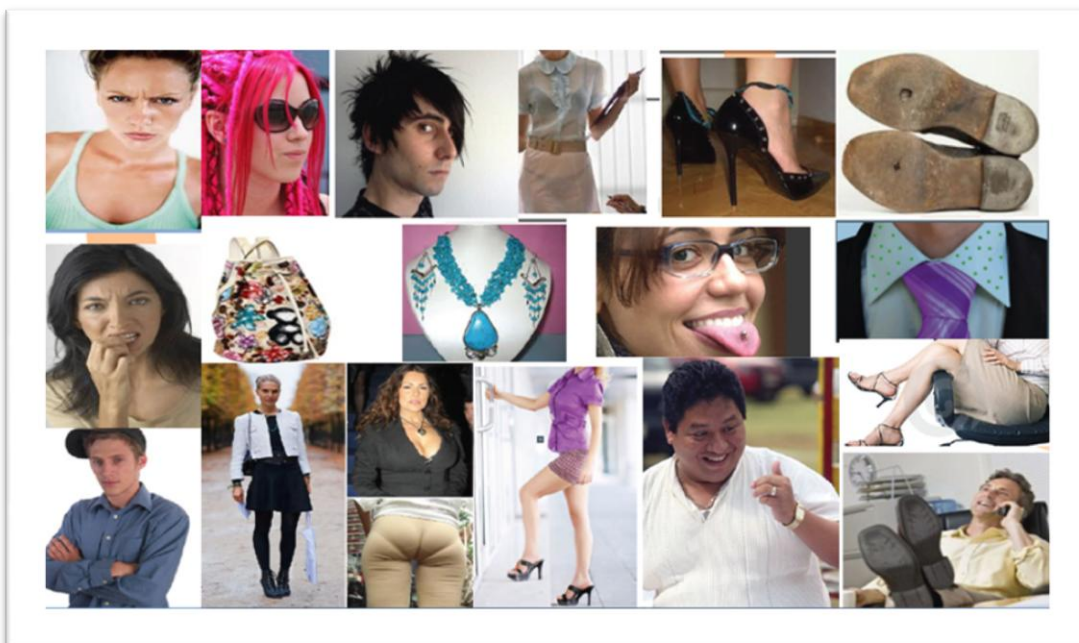
ViVi, S. (02 de 05 de 2016). *vivi salud* . Obtenido de [www.vivi :http://vivisaludable.com/como-elegir-tu-corte-de-pelo-ideal/](http://vivisaludable.com/como-elegir-tu-corte-de-pelo-ideal/)

9. Anexo

9.1 Imágenes inadecuadas para las personas que buscan profesionalidad.



Fuente: recuperada de <http://www.ufasta.edu.ar/noticias/files/2014/03/Marketing-Peronal.pdf>

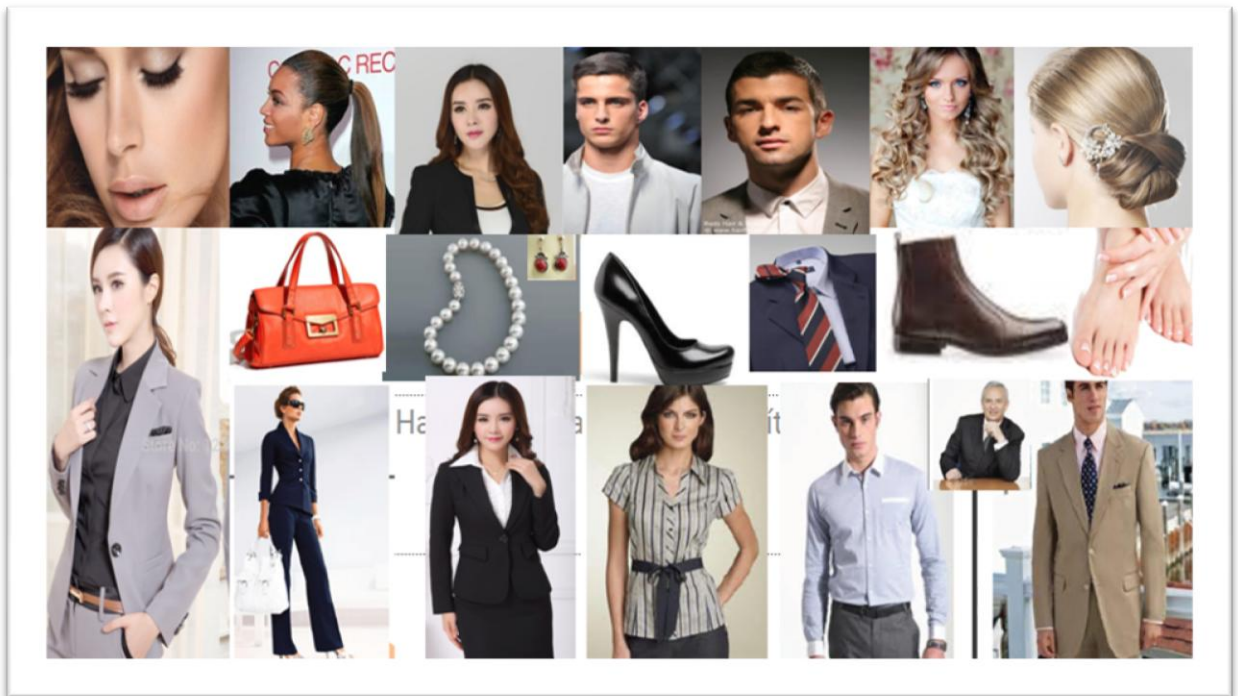


Fuente: recuperada de <http://www.ufasta.edu.ar/noticias/files/2014/03/Marketing-Peronal.pdf>

9.2 Imágenes de personas profesionales.

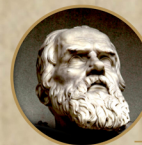


FUENTE: RECUPERADA DE <http://gestion.pe/empleo-management/que-colores-son-apropiados-entrevista-trabajo-2128397>



Fuente: recuperada de <http://www.ufasta.edu.ar/noticias/files/2014/03/Marketing-Peronal.pdf>





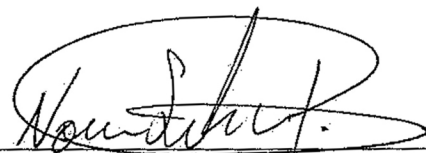
Licenciada
Karen Mansilla
Directora
Escuela Superior de Imagen Pública
Universidad Galileo

Estimada Licenciada Mansilla:

Por medio de la presente, yo que me identifico con carnet 12008083 y documento de identificación DPI 1606608151013 autorizó a la Escuela Superior de Imagen Pública la publicación de la Tesis “La imagen personal como una estrategia para el desarrollo profesional, el caso Nuestro Diario, Guatemala abril – agosto 2016” en el Tesario virtual de la Universidad.

Como autora del material de la investigación sustentada mediante el protocolo de la Escuela Superior de Imagen Pública, expresó que la misma es de mi autoría y con contenido inédito, realizado con el acompañamiento experto de mi asesor y por tanto he seguido los parámetros éticos y legales respecto de las citas de referencia y todo tipo de fuentes, establecidas en el Reglamento de la Universidad Galileo.

Si otra particular, me suscribo.

F: 

Norma Navichoc

Cané 12008083