

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA
FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO



Correlación entre la imagen personal y el liderazgo en organizaciones públicas
Caso: Universidad Autónoma de Chihuahua

por:

María del Rosario de Fátima Alvídrez Díaz

Disertación como requisito para obtener el grado de
Doctor en Administración

Director de Tesis
Dr. José Juan Hernández Perea



Universidad Autónoma de Chihuahua
Facultad de Contaduría y Administración
Secretaría de Investigación y Posgrado



La Disertación “**Correlación entre la imagen personal y el liderazgo en organizaciones públicas. Caso: Universidad Autónoma de Chihuahua**” que presenta **María del Rosario de Fátima Alvidrez Díaz**, como requisito parcial para obtener el grado de: **Doctorado en Administración**, ha sido revisada y aprobada en la **Facultad de Contaduría y Administración** por los miembros del **Comité de Grado**:

Dr. José Juan Hernández Perea
Director de Tesis

Edmundo José Aguirre Avilés, Ph.D.
Asesor Área Mayor

Dra. Irma Leticia Chávez Márquez
Asesora Área Menor

Dr. Domingo Salcido Ornelas
Asesor de Estadística

Dr. José René Arroyo Ávila
Asesor de Metodología

Por las autoridades de la Facultad:

Dr. Juan Oscar Ollivier Fierro
Secretario de Investigación y Posgrado

M.F. Luis Raúl Sánchez Acosta
Director de la
Facultad de Contaduría y Administración

© Derechos Reservados

María del Rosario de Fátima Alvidrez Díaz
Ciudad Universitaria s/n
Campus II UACH

Octubre de 2018

Dedicatoria

No se cómo describir, la emoción que siento al terminar éste reto (el cual ni por mi mente me pasaba iniciarlo), pero para no rendirme, siempre ahí estaba MI PAPI, con sus palabras tan asertivas, su mirada de amor, sus apapachos, pero sobre todo con su ejemplo de tenacidad y perseverancia.

A mi PAPI, por ser siempre tan auténtico, tan transparente y por haberme guiado en el camino del bien, pero sobre todo por su amor incondicional.

A ARNOLDO, por estar siempre Te amo!!!

A mis hijos, MARÍA FERNANDA y LUIS ARNOLDO, por ser la luz de mi vida.

Agradecimientos

Quiero agradecer a los maestros, mis compañeros administrativos y los directivos de la Universidad, que me obsequiaron su tiempo y compartieron conmigo sus interpretaciones y experiencias que me permitieron dar soporte a mi investigación. Compartir conmigo su sentir, fue una agradable experiencia que siempre agradeceré.

Del mismo modo, agradezco a mi grupo de trabajo por su apoyo y respaldo para concluir este reto, que alcanzo en éste día.

Y por supuesto a la Universidad Autónoma de Chihuahua, mi casa desde hace más de tres décadas.

Resumen

La imagen personal que un directivo puede proyectar, será fundamental a la hora de ejercer confianza y liderazgo. El objetivo de la investigación fue establecer la correlación que existe entre la imagen personal y el liderazgo en personas que ocupan puestos de toma de decisiones en organizaciones públicas. La naturaleza de la investigación fue cualitativa de razonamiento inductivo con una fuerte base documental, en donde, a partir de observaciones hechas a un objeto de estudio, se obtuvieron las conclusiones válidas para el fenómeno planteado; el diseño fue no experimental transeccional descriptivo; el método fue teoría fundamentada con diseño narrativo en donde se recolectó de manera empírica los datos en campo sobre las experiencias y vivencias de las personas seleccionadas como sujetos tipo; la población de interés fue personal docente y administrativo que labora en la Universidad Autónoma de Chihuahua. Las técnicas de recolección de datos fueron la observación y la entrevista estructurada. Los resultados demostraron que, desde la percepción de los entrevistados, los conocimientos de un líder dependen fuertemente de cómo habla y cómo piensa; en menor grado de cómo luce y cómo actúa la persona; las actitudes de un líder están fuertemente ligadas a cómo se desempeña, en mediano grado a cómo luce y en menor grado en cómo piensa y cómo actúa la persona; las conductas de un líder están fuertemente ligadas a cómo habla; en menor grado en cómo actúa y cómo luce la persona; y, el carisma de un líder está medianamente ligado a cómo habla, cómo luce y cómo actúa la persona.

Palabras clave: (*Percepción, Imagen personal, Líder, Liderazgo*)

Abstract

The personal image that a manager can project will be fundamental when exercising confidence and leadership. The aim of the research was to establish the correlation that exists between personal image and leadership in people who occupy positions of decision making in public organizations. The nature of the research was qualitative inductive reasoning with a strong documentary basis, where, from observations made to an object of study, valid conclusions were obtained for the proposed phenomenon; the design was non-experimental descriptive transectional; The method was a theory based on a narrative design where the data in the field about the experiences of the people selected as a type subjects were collected empirically; the population of interest was teaching and administrative staff that works in the Universidad Autónoma de Chihuahua. The data collection techniques were observation and structured interview. The results showed that from the perception of the interviewees, the knowledge of a leader depends strongly on how he speaks and how he thinks; to a lesser degree how the person looks and acts; the attitudes of a leader are strongly linked to how he performs, in a medium degree, how he looks and to a lesser degree how he thinks and how the person acts; the behaviors of a leader are strongly linked to how he speaks; to a lesser degree in how he acts and what the person looks like; and, the charisma of a leader is moderately linked to how he speaks, how he looks and how the person acts.

Key words: (*Perception, Personal image, Leader, Leadership*)



Índice General

<i>Dedicatoria</i>	<i>iii</i>
<i>Agradecimientos</i>	<i>iv</i>
<i>Resumen</i>	<i>v</i>
<i>Abstract</i>	<i>v</i>
<i>Índice General</i>	<i>vi</i>
<i>Índice de Figuras</i>	<i>vii</i>
<i>Índice de Tablas</i>	<i>viii</i>
<i>I. Introducción</i>	<i>1</i>
I.1 Antecedentes	3
I.2 Problema de Investigación	8
I.3 Objetivos del Estudio	9
I.3.1 Objetivo general	9
I.3.2 Objetivos específicos	9
I.4 Justificación	9
I.4.1 Delimitación del Estudio	10
I.5 Formulación de la Hipótesis	10
I.5.1 Hipótesis Central	10
<i>II. Revisión de Literatura</i>	<i>11</i>
II.1 La percepción	11
II.2 Imagen	14
II.3 Liderazgo	26
II.4 El líder	30
II.5 Marco conceptual	39
II.6 Estado del Arte	40
<i>III. Criterios Metodológicos</i>	<i>49</i>
III.1 Naturaleza	49
III.2 Diseño y Tipo	49
III.3 Método	49
III.4 Lugar y fecha	50
III.5 Población y Unidad de Análisis	50
III.6 Variables e Indicadores	51
III.7 Técnica de recolección de datos	52
<i>IV. Resultados y Discusión</i>	<i>53</i>
<i>V. Conclusiones y Recomendaciones</i>	<i>92</i>
V.1 Conclusiones	92
V.2 Recomendaciones	97
<i>Referencias Bibliográficas</i>	<i>98</i>
<i>Anexo 1. Cédula de entrevista</i>	<i>102</i>
<i>Anexo 2. Memos obtenidos de Atlas.Ti</i>	<i>105</i>

Índice de Figuras

Figura	Página
1 Modelo gráfico sobre la distribución de párrafos extraídos de las entrevistas sobre indicadores de imagen personal y su inclusión en los indicadores de liderazgo.....	93
..	
2 Mapa conceptual de relación entre imagen personal y liderazgo.....	95

Índice de Tablas

Tabla		Página
1	Población estudiantil por Unidad Académica en la Universidad Autónoma de Chihuahua.....	5
2	Personal docente por Unidad Académica y tipo de contrato en la Universidad Autónoma de Chihuahua.....	6
3	Personal administrativo por Unidad Académica y tipo de contrato en la Universidad Autónoma de Chihuahua.....	6
4	Personal docente y administrativo en la Universidad Autónoma de Chihuahua con sede en Chihuahua Capital..	7
5	Distribución de párrafos extraídos de las entrevistas sobre indicadores de imagen personal y su inclusión en los indicadores de liderazgo.....	92



I. Introducción

La imagen del éxito no sólo se basa en vestirse bien, saber comportarse en público o relacionarse con los demás, reside en todos los aspectos profundos del ser (Vargas, 2005). Un genuino carisma no proviene de hacer bien las cosas, ni surge de una opinión exterior, es un estado interior de ser, estar y sentirse bien; es la armonía en todas las emociones que nutren la amistad, la autenticidad e integridad de las personas. Es caer bien, es entablar amistad consigo mismo, como resultado de saber que se está dando el máximo en todas las áreas de la vida.

Ello requiere esfuerzo constante por mantenerse bien, pues no es algo que aparece y permanece de manera constante por sí mismo. Ese magnetismo que da una buena imagen se puede desarrollar, pero hay que aprender a hacerlo. La imagen es el empaque que se muestra a los demás, pero al mismo tiempo es el contenido de lo que somos; es la envoltura de esa apariencia que representa un valor estético que muestra lo que somos y tiene una enorme influencia en todo lo que nos rodea; es simplemente, la puerta que se abre a los demás para mostrar quienes somos y hacia dónde nos dirigimos.

Sin embargo también hay que considerar que es importante mantener una autoimagen positiva, ya que hace crecer la autoestima, proyecta una mayor confianza y por lo tanto hay un mejor desempeño. Una pobre autoimagen inhibe para expresarse adecuadamente ante los demás; si nos sentimos con mala imagen, actuamos con mala imagen y además, ¡nos vemos con mala imagen!

Otro punto a considerar es creer en uno mismo, ya que cuando la mente no cree o duda entonces “medio cree”; lo que se dice se piensa, son órdenes para el cerebro y se asumen las actitudes que se anhelan. El comportamiento cambia el pensamiento.

La imagen exterior debe reflejar las cualidades que se quieren “vender” a los demás; el propósito es inducir a las otras personas a que piensen o actúen de la manera en que se desea, para lo cual hay que ser asertivo, hablar claro (sin rodeos y sin agredir).

Poder conectarse con las personas es muy importante, ya que está comprobado que tener éxito en las relaciones de trabajo o sociales es una consecuencia directa de la empatía que se logre crear.

Las personas pueden influir en el pensar, el sentir y la forma de comportarse de otras personas al crear buena empatía. Una sonrisa se puede considerar la cima de la expresión humana, que hace a quien la posee una persona de quien los demás fácilmente son atraídos. La alegría es el gran secreto que contagia ganas de vivir y de hacer bien las cosas. No hay que olvidar que la gente no ama por lo que somos, ama por cómo la hacemos sentir.

Otra consideración a tomar en cuenta es el porte de una persona, que pudiera decirse es una forma especial de caminar, de sentirse en el cuerpo, que proviene de la seguridad de poseer una figura atractiva, que se mantiene en forma y saludable; es tener una actitud positiva hacia uno mismo y hacia la vida que se transmite por cada poro de la piel. Inmediatamente se reconoce quién es el importante por el porte que tiene al caminar.

Si se analizan cada una de las sentencias descritas anteriormente, se pudiera pensar que se está hablando y describiendo de las características de un líder, que es justamente la intención de la presente investigación, establecer la relación entre esa buena imagen necesaria y vital para ser bien aceptado en el contexto en donde se desarrolla una persona, tanto en la vida personal como profesional y los factores de liderazgo que se mencionan en la literatura existente y entre las consideraciones de diversas personas entrevistadas.

La investigación muestra la correlación que existe entre la imagen personal y el liderazgo, basados en las participaciones de los entrevistados, que siendo variables de percepción son difíciles de medir por su propia subjetividad.

I.1 Antecedentes

“La Administración Pública comprende el conjunto de organizaciones que realizan la función administrativa y de gestión del Estado, así como de otras entidades públicas con personalidad jurídica propia, ya sean de ámbito nacional, estatal o municipal. Por su función, la Administración Pública pone en contacto directo a la ciudadanía con el poder político (servidores públicos), satisfaciendo los intereses colectivos de forma inmediata. Se encuentra regulada por el poder ejecutivo (y los organismos que están en contacto permanente con el mismo), el poder legislativo y el poder judicial” (Guerrero, 2014).

La investigación se realizó en la Universidad Autónoma de Chihuahua, que es un organismo público descentralizado, con domicilio legal en la capital del Estado de Chihuahua, dotado de personalidad jurídica, patrimonio y competencia propios para ejercer las atribuciones que la ley orgánica le confiere. Goza de autonomía para gobernarse, expedir sus propios reglamentos, elegir a sus autoridades, planear y llevar a cabo sus actividades y administrar su patrimonio, de acuerdo con lo establecido por el artículo 3o., fracción VII de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

La Universidad Autónoma de Chihuahua tiene como objeto:

- a. Impartir educación superior para formar profesionistas, académicos, investigadores y técnicos que contribuyan al desarrollo social, científico, tecnológico, económico y cultural del Estado y de la Nación, respetando el principio de libertad de cátedra e investigación;
- b. Proporcionar a sus miembros una sólida formación integral orientada por los valores más elevados: la justicia, la democracia, la honestidad, la solidaridad y el bien común, el respeto a la pluralidad de las ideas y el espíritu de servicio a la comunidad;
- c. Participar en la conservación y transmisión de la cultura;
- d. Fomentar la investigación científica, tecnológica y humanística;

- e. Promover el desarrollo y transformación sociales;
- f. Fomentar la conciencia cívica, así como la transparencia y acceso a la información pública;
- g. Coadyuvar con organismos públicos, sociales y privados en actividades dirigidas a la satisfacción de necesidades de la comunidad, especialmente las de carácter educativo;
- h. Promover la conservación y sustentabilidad de los recursos naturales, y la protección del medio ambiente; y
- i. Actuar conforme a los principios de transparencia y acceso a la información pública, como medio para el logro de una educación superior democrática e incluyente.

La comunidad universitaria se integra por sus autoridades, personal académico y administrativo, investigadores, alumnos y egresados. La Universidad Autónoma de Chihuahua está constituida por las Unidades y Estructuras Académicas y de Extensión, con el propósito de impartir docencia, generar investigación y realizar extensión y difusión de la cultura, en los términos y especificaciones de las disposiciones reglamentarias y de las políticas académicas universitarias que correspondan; y por la Administración Central, integrada por la Rectoría, Direcciones, Coordinaciones, Departamentos, Consejos y organismos que se estimen necesarios (Universidad Autónoma de Chihuahua, 2007).

Para dimensionar la unidad de análisis de la investigación, se mencionará que la Universidad Autónoma de Chihuahua (UACH) cuenta con una matrícula total de 29,001 alumnos en sus 15 Unidades Académicas, de los cuales 26,575 estudiantes cursan el nivel licenciatura en las modalidades presencial y virtual, 2,077 estudiantes cursan alguno de sus posgrados y 349 estudiantes están en un nivel técnico, tal como se puede observar en la tabla 1.

Tabla 1. Población estudiantil por Unidad Académica en la Universidad Autónoma de Chihuahua.

Facultad	Licenciatura		Nivel Técnico	Posgrado	Total
	presencial	virtual			
Artes	622			15	637
Ciencias Agrícolas y Forestales	541			92	633
Ciencias Agrotecnológicas	694			48	742
Ciencias de la Cultura Física	1788			158	1,946
Ciencias Políticas y Sociales	2,868	403		182	3,453
Ciencias Químicas	1,505			49	1,554
Contaduría y Administración	3,958	420		806	5,184
Derecho	2,444	130		109	2,683
Economía Internacional	729			12	741
Enfermería y Nutriología	1,780	83	349	50	2,262
Filosofía y Letras	737	151		88	976
Ingeniería	2,766	49		128	2,943
Medicina y Ciencias Biomédicas	2,597			263	2,860
Odontología	1,332			8	1,340
Zootecnia y Ecología	978			69	1,047
Total	25,339	1,236		2,077	29,001

Fuente: (Universidad Autónoma de Chihuahua, 2018).

Nota: Cifras al cierre del año 2017.

Como se muestra en la tabla 2, la plantilla de maestros está integrada por 2,860 docentes, de los cuales 872 son profesores de tiempo completo, 96 son profesores de medio tiempo y 1,892 son profesores de hora-clase. Otro dato importante a mencionar es que 156 docentes pertenecen al Sistema Nacional de Investigadores y 530 profesores tienen reconocimiento de Perfil Deseable en el Programa de Desarrollo Profesional Docente en el nivel Superior, programa implementado por la Secretaría de Educación Pública.

En cuanto al personal administrativo, hay un total de 2,360 colaboradores, de los cuales 890 son empleados sindicalizados y 525 empleados de confianza en Unidades Académicas, mientras que en Unidad Central colaboran 253 empleados sindicalizados y 692 empleados de confianza, tal como se describe en la tabla 3.

Tabla 2. Personal docente por Unidad Académica y tipo de contrato en la Universidad Autónoma de Chihuahua.

Facultad	Tiempo Completo	Medio Tiempo	Hora-Clase	Total	SNI *	PRODEP **
Artes	51	11	85	147	3	27
Ciencias Agrícolas y Forestales	21	1	59	81	5	19
Ciencias Agrotecnológicas	45	3	62	110	20	32
Ciencias de la Cultura Física	65	12	82	159	16	46
Ciencias Políticas y Sociales	45	4	94	143	3	28
Ciencias Químicas	91	8	22	121	36	61
Contaduría y Administración	101	17	405	523	2	78
Derecho	56	15	193	264	1	36
Economía Internacional	17	1	12	30	3	9
Enfermería y Nutriología	48	0	91	139	2	22
Filosofía y Letras	59	3	67	129	10	44
Ingeniería	107	6	258	371	12	40
Medicina y Ciencias Biomédicas	51	9	297	357	12	22
Odontología	32	2	142	176	4	21
Zootecnia y Ecología	83	4	23	110	27	45
Total	872	96	1,892	2,860	156	530

Fuente: (Universidad Autónoma de Chihuahua, 2018).

Notas: Cifras al cierre del año 2017.

* Pertenecientes al Sistema Nacional de Investigadores.

** Académicos con Perfil Deseable en el Programa de Desarrollo Profesional Docente.

Tabla 3. Personal administrativo por Unidad Académica y tipo de contrato en la Universidad Autónoma de Chihuahua.

Facultad	Sindicalizados	Confianza	Total
Artes	46	48	94
Ciencias Agrícolas y Forestales	65	15	80
Ciencias Agrotecnológicas	38	38	76
Ciencias de la Cultura Física	75	57	132
Ciencias Políticas y Sociales	35	33	68
Ciencias Químicas	76	32	108
Contaduría y Administración	128	46	174
Derecho	56	16	72
Economía Internacional	8	16	24
Enfermería y Nutriología	59	35	94
Filosofía y Letras	37	12	49
Ingeniería	82	56	138
Medicina y Ciencias Biomédicas	80	43	123
Odontología	45	43	88
Zootecnia y Ecología	60	35	95
Total Unidades Académicas	890	525	1,415
Unidad Central (Rectoría)	253	692	945
Total	1,143	1,217	2,360

Fuente: (Universidad Autónoma de Chihuahua, 2018).

Notas: Cifras al cierre del año 2017.

Para determinar el ámbito en el que se realizaría la investigación, se determinó sólo considerar a las Unidades Académicas cuya sede estuviera en Chihuahua Capital, de donde se seleccionaron a las 109 personas que, por su experiencia y vivencia en la propia Universidad, tuvieran la posibilidad de transmitir información relevante sobre la relación de la imagen personal en los factores de liderazgo de quienes han ocupado cargos de responsabilidad en la UACH.

De cada una de las 12 Facultades mencionadas en la tabla 4, se seleccionaron a ocho personas, tres docentes, tres empleados administrativos y dos funcionarios, con lo que se integró un inventario de 96 colaboradores; adicionalmente se integraron 13 personas de Unidad Central (jefes de área), con lo que se completaron las 109 entrevistas que se determinó llevar a cabo.

Tabla 4. Personal docente y administrativo en la Universidad Autónoma de Chihuahua con sede en Chihuahua Capital.

Facultad	Personal Docente	Personal Administrativo	Total
Artes	147	94	241
Ciencias Agrotecnológicas	110	76	186
Ciencias de la Cultura Física	159	132	291
Ciencias Químicas	121	108	229
Contaduría y Administración	523	174	697
Derecho	264	72	336
Enfermería y Nutriología	139	94	233
Filosofía y Letras	129	49	178
Ingeniería	371	138	509
Medicina y Ciencias Biomédicas	357	123	480
Odontología	176	88	264
Zootecnia y Ecología	110	95	205
Total en Chihuahua	2,606	1,243	3,849
Unidad Central (Rectoría)		945	945
Total	2,606	2,188	4,794

Fuente: (Universidad Autónoma de Chihuahua, 2018).

Notas: Cifras al cierre del año 2017.

I.2 Problema de Investigación

“La imagen de cualquier persona no sólo se basa en vestirse bien, saber comportarse en público o relacionarse con los demás. Un genuino carisma no proviene de hacer bien las cosas, ni surge de una opinión exterior, es un estado interior de ser, estar y sentirse bien; es la armonía en todas las emociones que nutren la amistad, la autenticidad e integridad de las personas. Es caer bien, es entablar amistad consigo mismo, como resultado de saber que se está dando el máximo en todas las áreas de la vida” (Vargas, 2005).

Para ello, se requiere esfuerzo constante por mantenerse bien, pues no es algo que aparece y permanece de manera constante por sí mismo. Ese magnetismo que da una buena imagen se puede desarrollar, pero hay que aprender a hacerlo. La imagen es el empaque con el que se muestra a los demás, pero a la vez es el contenido es lo que se es; es la envoltura de esa apariencia que representa un valor estético que muestra lo que es la persona y tiene una enorme influencia en todo lo que le rodea; es simplemente, la puerta que se abre a los demás para mostrar quien es y hacia dónde se dirige. Es importante mantener una actitud positiva, ya que hace crecer la autoestima, proyecta una mayor confianza y por lo tanto hay un mejor desempeño.

Es innegable que la competencia personal, la experiencia laboral y la atracción que proyecta hacia los demás, son rasgos de todo líder, que sumados a la credibilidad, la utilidad que le da a la información y su presencia personal son factores que se supone son muy importantes para que logre que su equipo alcance los objetivos que persigue su organización; es interés entonces de la presente investigación conocer ***¿cuál es la percepción que se tiene sobre la relación que existe entre la imagen personal y el liderazgo de quienes prestan sus servicios en organizaciones públicas?***



I.3 Objetivos del Estudio

I.3.1 Objetivo general

Establecer la correlación que existe entre la imagen personal y el liderazgo en personas que ocupan puestos de toma de decisiones en organizaciones públicas.

I.3.2 Objetivos específicos

- I.3.2.1** Examinar las características que definen la percepción sobre la imagen personal.
- I.3.2.2** Examinar las características que definen la percepción sobre el liderazgo en organizaciones públicas.
- I.3.2.3** Correlacionar las características obtenidas sobre la imagen personal con las características de liderazgo en organizaciones públicas.

I.4 Justificación

El proceso perceptivo de todo ser humano se puede concebir como la sensación que resulta de la impresión hecha por los sentidos y que se queda en la mente después de haber tenido una experiencia de cualquier tipo, que puede llegar a producir ciertas reacciones en la gente, ya fueran positivas o negativas. Cuando la mente detecta coherencia producirá como reacción conductual la aceptación, sin embargo cuando no hay coherencia es probable que esa reacción fuera de rechazo o no aceptación.

La imagen es producto de la percepción y es causada por estímulos diversos, que llegan a convertirse en identidad de una persona y, con el tiempo, en reputación, que es la opinión en que se tiene a alguien.

Considerando que cualquier persona que ocupa determinado puesto tiene una misión, función e imagen para representar a una organización que se refleja ante sus compañeros, terceros y ajenos a la institución y su reflejo de liderazgo relativo a sus funciones y alcances, que se esperan de un rol determinado de un funcionario, teniendo en cuenta la autopercepción y la de terceros, que en su caso puede ser diferente la opinión en forma pero no en fondo.

Es importante determinar de qué manera se pueden fortalecer los rasgos de imagen que permitan acrecentar la presencia de liderazgo que se busca, por lo tanto la investigación que se realiza es de relevancia para darse a conocer a los niveles directivos de la organización.

En los años recientes, tanto en el ámbito empresarial como político, se ha incrementado la participación de asesores de imagen para que funcionarios o personajes públicos ajusten ciertos aspectos de su imagen personal que los proyecte y alcance una reacción positiva ante sus subalternos y/o seguidores, razón por la que se sustenta el beneficio de este estudio, con lo que se podrán delinear ciertas estrategias para orientarlas hacia funcionarios, empleados administrativos, docentes y alumnos en general.

I.4.1 Delimitación del Estudio

La investigación se realizó en la Universidad Autónoma de Chihuahua, como muestra de una entidad pública, sin embargo se considera adecuado extender a futuro el estudio hacia instancias de la iniciativa privada y del sector productivo, ya que son diferentes las características de los personajes y los entornos laborales de este tipo de organizaciones.

En la investigación se mencionan conceptos como rol asociado, inteligencia emocional, motivación, toma de decisiones, discurso y conducta que forman parte del contexto pero no son el objeto propio del estudio.

I.5 Formulación de la Hipótesis

I.5.1 Hipótesis Central

Con base en la percepción de quienes participan en organizaciones públicas, existe una fuerte relación entre la imagen personal de quienes se encuentran en puestos de dirección y de toma de decisiones y su nivel de liderazgo.

II. Revisión de Literatura

II.1 La percepción

El tema de la percepción es reconocido como el primer paso para cualquier experiencia psicológica, pero no por esto es un proceso sencillo, por lo contrario, es difícil de abarcar y sobre todo si se toma en cuenta la diversidad de posturas teóricas que existen y que cada una de ellas hace un estudio específico desde sus propias visiones.

La estructura psicológica de la percepción va a depender del tipo de concepción sobre la naturaleza humana que se ponga en juego; el proceso de percepción puede definirse como la forma en que son interpretados los estímulos que son recibidos del exterior por medio de los sentidos, sin embargo un mismo estímulo puede ser interpretado de muchas y diferentes maneras (Blanco & Travieso, 1999).

El proceso perceptivo consiste en buena medida en decidir cuál de las diferentes interpretaciones de cierto estímulo es la más adecuada en cada caso concreto, considerando que toda percepción presenta cierto grado de ambigüedad (Santiago, Tornay, Gómez, & Elosúa, 2010).

Además, la anterior definición por sí misma no esclarece cómo se da este proceso. Las diversas posturas que se mencionan a continuación, pueden resultar mucho más complicadas que la definición anterior, pero dan cuenta de las complejidades del proceso perceptivo y su inevitable relación con la sensación.

Para el Enfoque Empirista, la sensación está ligada al primer contacto que tienen los sentidos con los estímulos exteriores; posteriormente se da la percepción por la cual se da sentido (o interpretación) a estas sensaciones. El enfoque empirista agrega la importancia de las experiencias y el aprendizaje, es decir, no solamente se interpretan los estímulos que llegan a los sentidos, sino que esta interpretación, estará permeada por la experiencia previa, por lo tanto, la percepción es una capacidad que se adquiere



por aprendizaje, que está ligado a la experiencia que va adquiriendo con su entorno (Hernández Gómez, 2012).

Tiempo más tarde, el Enfoque Gestalt se opuso a las teorías del empirismo, argumentando que éste no consideraba la riqueza de los estímulos que se perciben (en cuanto a los componentes diversos del mismo). Para este enfoque la percepción se da en un “todo”, es decir, no se perciben partes separadas, que posteriormente se unen, sino un complejo bien estructurado y organizado de una forma específica. En este sentido, es necesario mencionar que para la teoría Gestalt son muy importantes los conceptos de figura (que es la forma del objeto definida por sus bordes o límites) y de fondo (que es lo que contrasta con la figura, aquello que está detrás de ella). Para este enfoque, la percepción se logra porque existe una organización de los componentes del objeto a percibir, que sigue las leyes de agrupación, que son las siguientes:

- a. La ley de la proximidad; la cercanía de los objetos tiende a percibirse como una unidad.
- b. La ley de la similitud; la similitud de los objetos tiende a percibirse como una unidad.
- c. La ley de la buena continuación; objetos acomodados en una curva o línea recta son percibidos como unidad
- d. La ley del cierre; cuando existe un faltante en un objeto, se tiende a completar y cerrar este objeto.
- e. La ley del destino común; el movimiento en una misma dirección tiende a percibirse como una unidad (Instituto GESTALT, 2016).

Desde las diversas posturas del Enfoque Cognitivo, que tuvo su auge a mediados del siglo pasado, establece que el proceso de percepción es mucho más allá que la mera recepción pasiva de estímulos; en este enfoque las cogniciones son parte importante del proceso, ya que éstas mediarán y posibilitarán su interpretación (es decir el sujeto es activo en este proceso); gracias a sus estudios, es posible darse cuenta de la

complejidad de la mente humana para que realice el proceso de percepción (Hernández Gómez, 2012).

Se puede entonces concretar que la percepción es la sensación interior que resulta de una impresión material hecha en los sentidos. Es el recuerdo que queda después de haber tenido una experiencia de cualquier clase y que se evoca cada vez que se refiera a lo que lo causó. Es una experiencia o vivencia que a su vez se convierte en una estampa mental de lo percibido, que produce efectos en la conducta de los individuos, ya que habiendo quedado grabadas en la memoria van a influir en las preferencias y por lo tanto en las decisiones del ser humano (Gordoa, 2017).

Se puede interpretar que la percepción a la coherencia como ingrediente indispensable para producir la reacción de la gente, la mente sólo asocia lo que ve junto (de manera integral), lo que se repite de manera similar, lo que se parece, lo que puede organizar como coherente. Cuando la mente detecta incoherencia producirá como reacción conductual el rechazo. Es entonces importante identificar el concepto de imagen con percepción y desprender que la imagen será la manera como se es percibido y que serán los demás quienes la otorgarán basados en lo que hayan sentido.

La percepción produce estímulos, que se definen como agente que desencadena una reacción funcional en un organismo que incita a obrar o funcionar (Real Academia Española, 2018b). Existen tres grandes grupos de estímulos que pueden crear una imagen mental:

- a. Estímulos verbales, que es la percepción a través de la palabra: oral o escrita.
- b. Estímulos no verbales, que es la percepción a través de recursos ajenos a las palabras, que comunican sin palabras.
- c. Estímulos mixtos, que es la emisión simultánea de estímulos verbales y no verbales (Gordoa, 2017).

Los estímulos emitidos por algo o alguien generarán percepción que se traducirá en imagen. La imagen se convertirá en la identidad de quien ha sido percibido. La identidad se forma entonces por la esencia y la apariencia. La imagen es percepción que se convierte en la identidad y con el tiempo en reputación, que es la opinión que la gente tiene de una persona o cosa (Gordoa, 2002).

II.2 Imagen

Imagen, es la figura, representación, semejanza y apariencia de una cosa (Real Academia Española, 2018a). La imagen personal, por lo tanto, está fuertemente ligado con lo visual, con la percepción de la persona. Una buena imagen es asociada con eficiencia y se relaciona automáticamente con calidad, seriedad y poder (Frescara, 2006).

La acumulación de los pequeños buenos detalles es lo que construye una gran imagen. La imagen personal incluye: logos, estilo, apariencia, manejo y trato con la gente y el personal. Sin embargo hay que tener cuidado y mantener permanentemente la imagen que se desea, ya que en cualquier momento de descuido puede desbaratarse y echarse a perder por completo (Gordoa, 2017).

La imagen es un resultado o efecto de una o varias causas, siempre externas. La imagen producirá un juicio de valor en quien la concibe, que su opinión se convertirá en su realidad. Cuando la imagen mental individual es compartida por un público o conjunto de públicos se transforma en una imagen mental colectiva dando paso a la imagen pública (Gordoa, 2002).

La imagen es producto de la percepción y es causada por estímulos verbales, en donde la percepción se produce principalmente a través de la palabra oral o escrita; por estímulos no verbales, en donde la percepción se produce a través de recursos que se comunican sin expresar palabras; y, por estímulos mixtos, que es una emisión simultánea de estímulos verbales y no verbales (Gordoa, 2017).

La imagen personal que se proyecta depende de la percepción que los demás tengan:

- a. “Como se luce”, aspectos físicos de la imagen personal: apariencia, lenguaje corporal, vestuario, forma de caminar y entornos.
- b. “Como se habla”, respecto a la calidad de voz, elección de palabras y habilidad para mantener conversaciones entretenidas y significativas.
- c. “Como se piensa”, cómo se procesan los pensamientos e información y la forma de expresarlos: la habilidad para diferenciar lo importante de lo trivial, resumir brevemente y responder a preguntas bajo presión.
- d. “Como se actúa”, a la actitud y los rasgos del carácter que surgen con el estilo de comunicación, cualidades, hábitos y comportamientos que pueden respaldar o desmejorar una imagen impactante y una credibilidad consecuente con ella (Booher, 2012).

Los estímulos emitidos por algo o alguien generarán percepción que se traducirá en imagen. La imagen se convertirá en la identidad de quien ha sido percibido; la identidad se forma entonces por la esencia y la apariencia (Gordoa, 2017).

La imagen es percepción que se convierte en la identidad y con el tiempo en reputación, que se define como la opinión o consideración en que se tiene a alguien o algo; es el prestigio o estima que se tiene a alguien o algo (Real Academia Española, 2018c). Cualquier persona que tenga una misión se convierte en un líder cuando persuade a otros para alcanzar una meta importante (Booher, 2012).

El tamaño o la importancia de las instituciones no son limitante para iniciarse en el cuidado de la imagen en donde se hace necesario, ante los tiempos tan cambiantes y la competencia global permanente, que se considere como un sólido patrimonio y se trabaje para lograrlo y conservarlo.

Partiendo de que un axioma es un principio, sentencia o proposición que es tan clara y evidente que no necesita demostración (Diccionario Enciclopédico Hispano-Americano, 2007), a continuación se describen varios axiomas sobre imagen:

- a. Axioma 1: Es inevitable tener una imagen.
- b. Axioma 2: El 83% de las decisiones se inician a través de los ojos (la vista), provocando como consecuencia la acción de aceptación o rechazo, en donde los estímulos visuales no importa si vienen de personas o de instituciones.
- c. Axioma 3: El proceso cerebral que decodifica los estímulos toma unos cuantos segundos. “la primera impresión es la última de las impresiones”.
- d. Axioma 4: La mente decide mayoritariamente basada en sentimientos. Las habilidades para tomar decisiones, están gobernadas más por las emociones que por la razón. Las cosas son lo que parecen y lo que se recuerda de algo puede ser mucho más importante que lo que es. Es vital entonces que se trate a los grupos objetivo (consumidores, empleados, accionistas, votantes, gobernados), pensando más en sus corazones que en sus cerebros, más en lo que sienten que en lo que piensan.
- e. Axioma 5: La imagen es dinámica.
- f. Axioma 6: La creación de una imagen debe respetar la esencia del emisor. Es importante respetar la esencia, primero se tiene que aprender a reconocerla.
- g. Axioma 7: La imagen siempre es relativa. Debe ser de acuerdo con la esencia del sujeto emisor, con las necesidades de sus audiencias y con el objetivo que se desea cumplir. Debe considerar las características particulares: culturales, temporales, espaciales, económicas y sociales, características generales de la audiencia, estando condicionada por el contexto que tenga cada caso.
- h. Axioma 8: El proceso de creación de una imagen es racional por lo que se requiere de una metodología.
- i. Axioma 9: La eficiencia de una imagen irá en relación directa a la coherencia de los estímulos que la causen. La imagen integral especialmente fuerte y estable se generará por el conjunto coherente de todos los mensajes, verbales y no verbales, que la persona o institución emitan dentro de su contexto particular (Gordoa, 2002).

- j. Axioma 10: Siempre tomará más tiempo y será más difícil reconstruir una imagen que construirla desde el origen.
- k. Axioma 11: A mejor imagen, mayor poder de influencia. Los beneficios: incremento en la seguridad en sí mismos, aumento en el nivel de confianza transmitida y lo que es más importante: consecución de la credibilidad. Una buena imagen pública otorga poder y proporciona un valor agregado a la marca, institución o persona.
- l. Axioma 12: La imagen de la titularidad permea en la institución. Es la importancia que tendrá el trabajar primero la imagen personal del titular para de ahí partir a la de toda la institución.
- m. Axioma 13: La imagen de la institución permea en sus miembros. Todo aquel que sea miembro de ella será etiquetado de la misma manera (Gordoa, 2002).

La imagen física, la imagen verbal, la imagen visual, la imagen audiovisual, la imagen profesional y la imagen ambiental, regirá la manera como serán producidos los estímulos, con el único fin de que todos comuniquen el mismo mensaje con la cualidad más importante a lograr: la coherencia.

Existen dos elementos a considerar: la imagen personal y la imagen institucional. La imagen personal será la percepción que sobre un individuo tenga su grupo objetivo mediante la cual éste le otorgará una identidad. La imagen institucional será la percepción que sobre una moral tenga su grupo objetivo mediante la cual éste le otorgará una identidad. Para poder crear o modificar una imagen personal o una imagen institucional, se debe primero crear o modificar las imágenes subordinadas que la conforman (Gordoa, 2017).

El aspecto personal tiene el poder para persuadir a otros al exponer opiniones y responder preguntas; a posicionarse como líder de pensamiento cuando se defiende una causa o un cambio; a comunicar temas de forma clara y buscar maneras que involucren a otros, tanto intelectual como emocionalmente; a ganar la confianza de los demás al demostrar integridad y buena voluntad (Booher, 2012).

Las personas que tienen muy buen aspecto personal se ven seguras y cómodas, hablan con claridad y persuasivamente, piensan claramente aún bajo presión. Actúan intencionalmente, piensan en sus emociones, actitudes y situaciones, y luego se adaptan. Asumen sus responsabilidades y los resultados que obtienen. Son individuos genuinos. Muestran su verdadero carácter con autenticidad. Lo que dicen y hacen concuerda con lo que son.

Existen tres aspectos esenciales de la comunicación persuasiva, otro gran componente de la imagen personal:

- a. La argumentación lógica, que consiste en la habilidad de expresar claramente tus puntos de vista.
- b. La emoción o la habilidad de crear y controlar emociones entre tus oyentes.
- c. El carácter, que es la habilidad de transmitir integridad y buena voluntad (Booher, 2012).

A medida que se mejore la imagen personal, se fortalecerá la credibilidad y se extenderá la influencia. Con ese impacto más fuerte, se mejorarán las posibilidades de lograr metas personales y profesionales, así como la misión y metas de la organización.

Retomando lo que señala Booher (2012), es conveniente establecer algunos lineamientos para cada uno de sus principios:

- a. **Cómo se luce.** Se incluye la apariencia física incluyendo el lenguaje corporal, el vestuario, los accesorios y, algo muy importante, el aseo. Es la apreciación crítica de la imagen personal. Los negociadores con la presencia personal más fuerte, no necesariamente con el argumento más fuerte, logran los mejores tratos.

La gente evalúa rápidamente según la apariencia, pero cambian de opinión muy lentamente. La imagen personal tiene mucho que ver con la percepción. Las

personas atractivas son más seguras y los jefes las consideran más competentes. Las personas atractivas tienen ciertas destrezas, habilidades de comunicación y socialización, que les permiten interactuar bien. La apariencia personal tiene mucho que ver con la percepción (Booher, 2012).

Hay que vestirse para tomar decisiones y para el papel que se quiere jugar. Algunas personas se sorprenden al descubrir la importancia del vestuario en la evaluación de las capacidades personales. Obviamente que el vestuario importa. La forma de vestir, considera todos los accesorios que completan el cuadro, sin olvidar que la meta sea vestir bien y cómodo para lograr influencia y credibilidad.

- b. **Cómo se habla.** Hay que ser y demostrar ser profesional. Un poco de conocimientos profundos atrae, pero no en todos los temas. Hay que ser conversador, pero no cautivador. Quienes le rodean deberían sentirse atrapados cuando se habla. Exprese su derecho a dar opinión y muestre calma para mantener la palabra y rehúse ser interrumpido bruscamente.

Los adjetivos y adverbios expresan opiniones lo cual invita a que los demás sean quisquillosos y discutan. Los verbos y los pronombres expresan hechos (o lo que suenan como hechos). Los verbos, persuaden y exigen acción. La simplicidad es la sofisticación definitiva. Una frase no debe tener palabras innecesarias, un párrafo no debe tener frases innecesarias. Las personas profundas se esmeran por la simplicidad y la claridad.

La misma imagen que no concuerda sucede cuando alguien con una presencia física notoria pisotea el idioma. El lenguaje enmarca la percepción y la primera reacción hacia esa persona.

La elección del tema no tiene tanto que ver con la clase como sí con el liderazgo y el sentido de identidad. Quienes no tienen un fuerte sentido de identidad,

hablan de los demás porque, al comparar, se concentran en cómo acumular más motivos en contra de los demás. Quienes tienen el sentido de identidad más fuerte, se concentran en el exterior. Los líderes con presencia hablan de ideas. La percepción de una buena imagen tiene mucho que ver lo que se habla.

Hay que decir lo correcto en el momento correcto y no decir lo indebido en el momento emotivo. Para decir lo correcto en el momento adecuado se necesita precisión mental y control de emociones. Quienes tienen una adecuada imagen personal demuestran madurez interior. Moderan sus reacciones para que se ajusten a la situación, a una relación y a sus metas. La ira demuestra emociones fuera de control. Cuando las emociones estallan afectan a otros, ya sea de forma positiva o negativa, así que las emociones que se reflejen determinan la percepción que la gente tiene de alguien.

Mostrarse impasible o demasiado controlado es tan malo como estar fuera de control. La meta es identificar la manera en que se siente y expresa sus emociones de forma constructiva. Hay siete emociones cuya expresión facial es universal e inconfundible: la ira, la tristeza, el temor, la sorpresa, el disgusto, el desdén y la alegría. Lo que la gente siente sale a flote por medio de su lenguaje corporal, no importa cuánto se esfuerce por disimularlo. Las personas airadas no son atractivas socialmente ni son muy apreciadas. Las emociones que corren desenfrenadas arruinan las relaciones y la reputación. La imagen personal requiere que se moderen las reacciones para que se logre elegir cuándo y cómo expresarlas de la mejor manera. Las disculpas no solucionan el daño hecho por las manifestaciones de ira o arrogancia. Hay que tener cuidado con la emoción que se muestra.

No hay que ser fatalista, pero tampoco suavizar las cosas. La imagen personal fluye de la percepción. La gente se aleja de quienes se aventuran a sacar conclusiones sin evaluar los hechos y de quienes se preocupan en lugar de

sopesar las opciones. Hay que entender la gran importancia de la percepción en el liderazgo, en la toma de decisiones y en acciones decisivas. La preocupación conduce a una conducta de pesimismo y fatalidad, a un mal juicio y a reacciones precipitadas y exageradas. La gente no se siente atraída hacia quienes siempre se lamentan y hablan de fatalidad y pesimismo. Las personas con imagen piensan positivamente y quieren estar rodeadas de otros que hagan lo mismo. El optimismo maduro es la piedra angular de una vida saludable. Los líderes saben que las palabras le dan forma al pensamiento. Dan señales saludables de esperanza mientras reconocen una situación negativa. Cualquier cambio, personal organizacional, comienza con ver la realidad y luego idear una propuesta para mejorarla.

Nada abre más la mente de los demás ni aumenta su respeto por su credibilidad que admitir la verdad; nada reduce más la credibilidad que ignorar lo obvio o repartir culpas, condenando a otros o buscando chivos expiatorios. Las personas débiles huyen de la responsabilidad; las personas fuertes las asumen. Aceptar la responsabilidad que se haya tenido, ya sea en la generación del problema o de la situación (Booher, 2012).

Quienes tienen una buena imagen personal saben qué decir cuando un colega, amigo o familiar enfrenta la ausencia de un ser querido, un divorcio, desempleo, dificultades con un padre o un hijo, u otra tragedia o pérdida que genera emociones fuertes. Las personas con imagen se esfuerzan por superar los clichés y las palabras huecas que dicen “todo va a salir bien”, a fin de ofrecer comentarios significativos que consuelen y ayuden. Se esmeran y se interesan en aprender a decir lo correcto en el momento indicado. Los líderes entienden la aprensión que los demás sienten ante situaciones negativas y saben reconocer que no tienen todas las respuestas. Más importante aún, se sienten lo suficientemente capaces para sostener a otros basándose en su imagen, en lugar de hacer promesas vacías.

En una situación adversa, la gente con buena imagen usa el poder de sus palabras para hacer que los demás vean alternativas y acciones positivas. Para mejorar la credibilidad, hay que dejar de endulzar las cosas y deshacerse del comportamiento deprimido.

Hay que buscar situaciones en las que haya desacuerdos y replantear las cosas para unir a los demás, en lugar de permitir que el replanteamiento genere conflicto y decepción; plantear el uso del pensamiento lógico y aclarar la situación. Hay que buscar situaciones potencialmente negativas y replantéelas de forma positiva para llevar a los demás a aceptar el cambio. Se le verá como un catalizador para la acción y posiblemente como un mentor. Hay que replantear para moldear el enfoque hacia el compromiso en lugar de las quejas, hacia las soluciones en lugar de los problemas, hacia la acción en lugar de la pasividad. Las personas con una imagen apropiada hacen que su mensaje se entienda, ya sea replanteando o conectando sus puntos de conversación. Cuando alguien haga un pase en la conversación, hay que jugar para anotar.

- c. **Cómo se piensa.** Hay que pensar estratégicamente es decir hay que preocuparse en el largo plazo en vez de en el corto plazo. Hay que entender por qué hacer algo en lugar de entender cómo hacerlo. Hay que hacer lo correcto en lugar de hacer las cosas bien. Hay que aprender a separar lo táctico (corto plazo) de lo estratégico (largo plazo) y lo trivial de lo importante. Aprender a identificar lo importante entre la gran cantidad de información que se tiene. La reputación descansa en lo que se elige decir, cómo se distribuye el tiempo y qué información se decide presentar. Así que las personas con imagen no pueden permitirse quedar estancadas con sólo una perspectiva disponible. Constantemente ajustan su visión para ver los hechos, la situación, el problema o la decisión, desde todos los puntos de vista.

El pensador estratégico dice cómo va a evitar el problema o aprovechar las oportunidades generadas por el “problema”. Comienza con la seguridad acerca



de las fuertes tendencias. Anticipa y basa las estrategias en lo que se sabe acerca del futuro. Transforma y usa los cambios tecnológicos para tu ventaja. Redefine y reinventa para dirigir su futuro.

Las personas con imagen rara vez se apresuran a emitir juicios sobre las personas, las situaciones o la información. Se acostumbran a escuchar primero, observar, reunir y evaluar la información; permanecen alertas, recolectan información y piensan antes de hablar.

Hay que hacer preguntas reflexivas que hagan pensar a los demás. Los consultores efectivos van a la organización, escuchan la situación y los planes, analizan la información y hacen preguntas. Su valor no siempre está en las respuestas que dan sino en las preguntas que hacen. Entre más estimulante sea la pregunta, por lo general los demás percibirán la imagen como mejor posicionada así como su aporte al resultado.

Hay que asegurarse que lo que se escribe refleje lo que se piensa. Cuando se escribe, la manera de pensar queda capturada de forma permanente para que los demás la vean. La personalidad queda vinculada intrínsecamente a esa foto del proceso de pensamiento. La imagen mental refleja la manera única de pensar de una forma reconocible como su lenguaje corporal. El pensamiento estratégico lo identifica de forma única como la persona a quien acudir para tener una perspectiva aguda, un análisis acertado de los problemas e ideas innovadoras (Booher, 2012).

La imagen personal no se siente a menos que se sepa decir o escribir un mensaje de manera sucinta. Hay que resumir brevemente para ir al grano con el mensaje, el problema, la solución o el tema principal. Las personas con presencia piensan estratégicamente, entienden el vínculo importante entre enfoque y claridad, y aprecian el valor del tiempo.

Aprender a pensar rápido bajo situaciones de presión. La presión viene en un momento de crisis y la habilidad para pensar rápido es justamente lo que se necesita mejorar más para tener mejor credibilidad. Nunca hay que reaccionar ante el tono de las preguntas. Hay que ignorar las “palabras calientes” y tratarlas como preguntas objetivas. Hay que hacer una pausa, mostrarse pensativo y permanecer en silencio mientras se organizan los pensamientos para luego responder a la pregunta o conectarla con el punto de vista que se quiere presentar. La pausa es poderosa, hay que usarla para aumentar la atención y la credibilidad de tus comentarios “intencionales”.

Anticiparse y prepararse para las preguntas, para lo cual hay que mantenerse preparado para ser claro, breve y consistente. Se recomienda usar el Formato SEER como guía: S-sintetizar en una frase la respuesta, opinión o actualización. E-elaborarla con las razones, los datos, los criterios, explicaciones o lo que sea que vaya a respaldar la síntesis. E-ejemplificar, dar una ilustración o una anécdota para crear conexión emocional y hacer que la respuesta sea memorable; entre más concreta y específica, mejor. R-reafirmar la respuesta en una sola frase. La estructura desarrolla la credibilidad porque estos cuatro segmentos concuerdan con los tres criterios de persuasión de Aristóteles: *logos* (lógica), *ethos* (confiabilidad), y *pathos* (empatía). Esta estructura satisface la necesidad de lógica que tiene el interlocutor al escuchar hablar. El ejemplo proporciona conexión emocional con los oyentes y la síntesis directa en una sola frase, así como la reafirmación, resaltan la integridad o confiabilidad al transmitir la intención de ser claro (Booher, 2012).

- d. **Cómo se actúa.** Quienes tienen presencia se esfuerzan por involucrarse emocionalmente y físicamente ofreciendo credibilidad y simpatía. Se puede ser creíble y lograr que los demás lo elijan por su inteligencia y se beneficien de su trabajo, pero que también decidan no estar cerca si no es necesario. La combinación de simpatía y credibilidad son características en un líder con imagen y la percepción de ambas conduce a dar buena imagen personal.

Las personas con imagen se ponen al frente para servir, por consiguiente, los demás sienten su imagen debido a la atención que dan, no la que reciben. Para tener ese mismo efecto de “más interesante y emocionante” ante los demás, hay que tomar la iniciativa para acercarse a ellos, presentarse, estrechar sus manos desearles lo mejor y despedirse cuando se vayan de la reunión. Las personas le prestan atención a quienes tienen poder para recompensarlas o castigarlas. Pero la gente disfruta estar con quienes son agradables, humildes y viven dispuestos a darles el tiempo del día.

Aquellas personas que son perceptores acertados de empatía son consistentemente buenas para ‘leer’ los pensamientos y sentimientos de los demás. Además de ser iguales, es muy probable que sean los consejeros más discretos, los oficiales más diplomáticos, los negociadores más efectivos, los políticos más elegibles, los vendedores más productivos, los maestros más exitosos y los terapeutas más perspicaces. Para tener empatía con los demás, se debe conocer y entender su situación. Profundizar en busca de detalles, demuestra interés.

Para mantener una imagen, hay que asociarse emocionalmente con lo placentero y distanciarse de lo no agradable o impopular. Hacerse presente e involucrar a otros cuando y donde sucedan cosas buenas. Personas con imagen llevan una vida cordial y sobresalen entre la multitud de personas groseras; demuestra buenos modales. Todo lo que se tiene que hacer para mejorar la imagen es estar presente. Es sorprendente cuánto mejorará la influencia sobre alguien cuando se está completamente presente e involucrado (Booher, 2012).

El lenguaje corporal arrogante es igual de desagradable al vocabulario arrogante. Los actos de arrogancia generan resentimiento en lugar de respeto. El comportamiento amable y los actos de cortesía sencillos nutren el interior. Las buenas maneras son una muestra de modestia y clase. Hay que desarrollar

la imagen y reputación personal a tal grado que se deje espacio para la modestia y las buenas maneras.

La gente respeta a quienes expresan con claridad y seguridad lo que piensan, sin criticar cuando otros discrepen o decidan no respaldarlos. La percepción de la imagen de alguien cambia cuando hay un conflicto entre sus valores personales y públicos. La gente quiere que los demás vivan los papeles, valores y normas que han creado por sí mismos. El seguimiento muestra autodisciplina, otra perspectiva en el prisma de la imagen personal; quienes tienen presencia impactan a los demás porque sus palabras tienen peso (De Vries, 2015).

Rendir cuentas por los resultados implica riesgo y recompensa. Se ganan recompensas por el éxito; se aceptan los castigos por los fracasos. Según la misma naturaleza de la proposición riesgo-recompensa, la percepción que los demás tengan de la posición y valor, aumentará. La gente mide las aptitudes de maneras diferentes, y tener “suficientes” aptitudes o “suficiente” inteligencia se convierte en cuestión de grados. En algún punto, los demás te sacan del umbral de lo “suficiente” y comienzan a juzgar tu desempeño según los resultados (Lara, 2017).

II.3 Liderazgo

El liderazgo se define como el ejercicio de las actividades del líder. Es la situación de superioridad en que se halla una institución u organización, un producto o un sector económico, dentro de su ámbito (Real Academia Española, 2018d). Involucra influir de alguna manera sobre los empleados, miembros o “seguidores” para llevar a cabo las metas de la organización o del grupo (National Minority Aids Council, 2015); es el conocimiento, las actitudes y las conductas utilizadas para influir sobre las personas para conseguir la misión deseada (American Heritage Dictionary, 2018).

Liderazgo es la acción de influir en los demás; son las actitudes, conductas y habilidades para dirigir, orientar, motivar, vincular, integrar y optimizar el quehacer de

las personas y grupos para lograr los objetivos deseados (French, 1971) y promover el desarrollo de sus integrantes (McGregor, 2006).

Liderazgo es la capacidad de tener el poder personal y social, así como la habilidad de convertir una intención en un resultado y mantenerlo a través de la gente (Cartwright & Zandler, 1976). Es el proceso de mover a un grupo hacia alguna dirección a través de medios no coercitivos (Kotter J. P., 1988); es ser un agente de cambio, un transformador que conoce y maneja las variables de su mundo en continua evolución, que se abre al cambio y crea mejores condiciones materiales y humanas que trascienden (Siliceo, 1995).

El liderazgo es el conjunto de habilidades y destrezas de manejo, que un individuo tiene para influir en la forma de actuar de las personas o en un grupo determinado, ocasionando que estos se desempeñen con entusiasmo, alrededor del cumplimiento efectivo de los objetivos y metas propuestas (Hutchinson Heath, 2015); es el conjunto de habilidades directivas para influir en la forma de ser de las personas o en un grupo de personas determinado, haciendo que este equipo trabaje con entusiasmo (Maxwell, 2015). Es el arte de influir, comandar y conducir a personas o equipo de trabajo, captando partidarios y seguidores, influenciando de manera positiva en las conductas, actitudes y comportamientos; además de impulsar y promover el trabajo para un objetivo común; es un acercamiento para buscar influencias interpersonales, dirigidas a través del proceso de comunicación (Hutchinson Heath, 2015). El verdadero liderazgo consiste en ser la persona a quien otros siguen con agrado y confianza, ya que el impacto de un líder está directamente relacionado con la influencia que provoque a través de la confianza, la integridad y el carisma para inspirar a sus subordinados (Maxwell, 2015).

El liderazgo es una función de los procesos de grupo; es parte de la personalidad y el arte de buscar consenso; es la capacidad de influir y persuadir; son conductas y comportamientos específicos en una relación de poder; es un instrumento para lograr objetivos y un rol en una estructura (Stodgil, 1990). El liderazgo es la acción de lograr

que las personas se identifiquen con una misión o visión para que trabajen en su realización; es la capacidad de provocar un rendimiento extraordinario en gente normal (Tracy, 2015).

Liderazgo es la influencia interpersonal ejercida, dirigida a través del proceso de comunicación humana a la consecución de uno o diversos objetivos específicos; es la habilidad que tiene una persona para lograr que sus seguidores se comprometan con el logro de objetivos comunes, siendo muy importante que, para lograr ese nivel de comunicación humana de manera efectiva, lo exprese corporalmente para tener credibilidad ante sus seguidores (Chiavenato, 2011),

En el liderazgo, el carácter y la credibilidad siempre van de la mano; hay tres cualidades que todo líder debe poseer para ganarse la confianza de la gente: competencia, comunicación y carácter. El carácter comunica coherencia, no se puede contar con líderes sin fuerza interior, cuando el carácter de un líder es fuerte la gente confía en él y en su capacidad para desplegar su potencial. El carácter comunica potencial, cuando el carácter del líder es fuerte, la gente confía en él y en su capacidad para desplegar sus capacidades. El carácter comunica respeto y el respeto es absolutamente esencial para un liderazgo duradero (Maxwell, 2015).

Cuanto más alto el liderazgo, mayor es la efectividad de una persona; es increíble el impacto que tiene el liderazgo sobre todos los aspectos de la vida. La capacidad de liderazgo, para bien o para mal, determina la efectividad en la vida y el impacto potencial en la organización. Tomar sabias decisiones, reconocer sus errores y hacer lo mejor para sus seguidores y la organización, debe ir más allá de sus intereses personales (Maxwell, 2015).

Existen varios niveles de liderazgo:

- a. Nivel 1: Posición: las personas lo siguen porque tienen que seguirlo. La única influencia que tiene es la que viene con el título. La gente que se mantiene a este nivel entra en el terreno de los derechos, el protocolo, la tradición y las

reglas de organización. El verdadero liderazgo es ser la persona que otros seguirán con agrado y confianza; un verdadero líder sabe la diferencia entre ser un jefe y ser un líder:

- i. El jefe da órdenes a sus trabajadores; el líder los adiestra.
 - ii. El jefe depende de su autoridad; el líder, da su buena voluntad.
 - iii. El jefe inspira miedo; el líder inspira entusiasmo.
 - iv. El jefe dice: <Yo>; el líder, <nosotros>.
 - v. El jefe se ocupa de la culpa de la falla; el líder se ocupa de la falla.
- b. Nivel 2. Consentimiento: las personas lo siguen porque así lo desean. El liderazgo hace que la gente trabaje para él aún sin estar obligados. A la gente no le importa cuánto sabe hasta que descubren cuánto se preocupa por ellos. El liderazgo comienza con el corazón, no con la cabeza; florece con una relación significativa, no con más regulaciones.
- c. Nivel 3: Producción: las personas lo siguen debido a lo que él ha hecho por la organización. En este nivel comienzan a suceder cosas buenas. Aumentan las ganancias; la moral es alta; la renovación de personal es baja; las necesidades se satisfacen; se han alcanzado las metas; los problemas se resuelven con un esfuerzo mínimo. Todo el mundo está orientado hacia los resultados; los resultados son la razón principal de la actividad.
- d. Nivel 4: Desarrollo de las personas: la gente lo sigue por lo que él ha hecho por ellos. Un líder es grande, no por su poder, sino por su capacidad de facultar a otros. Tener éxito sin un sucesor es un error; la primera responsabilidad de un trabajador es realizar él mismo el trabajo; la responsabilidad de un líder es desarrollar a otros para que hagan el trabajo. El verdadero líder se le conoce porque su gente de una forma u otra siempre demuestra una actuación superior.
- e. Nivel 5. Personaje: las personas lo siguen por ser él quien es y lo que representa. Solo una vida de liderazgo probado permitirá ubicarse en éste nivel y cosechar los galardones que son eternamente satisfactorios:
- i. Sus seguidores son leales y se sacrifican.
 - ii. Ha pasado años guiando y moldeando líderes.

- iii. Ha llegado a ser un estadista/consultor y los demás lo buscan.
- iv. Su máximo gozo viene de contemplar el crecimiento y el desarrollo de otros.
- v. Trasciende hacia la organización (Maxwell, 2016).

Los tres componentes del llamado “triángulo del poder del liderazgo” son la comunicación, el reconocimiento y la influencia. Uno comienza comunicándose con efectividad, lo que lleva al reconocimiento que a su vez lleva a la influencia (Maxwell, 2015).

II.4 El líder

Líder es aquel que dirige a otros con su poder personal, intelectual, psicológico o emocional; que utiliza más su influencia en los atributos personales de inteligencia, en los valores, en la forma original de percibir el medio y de vivir las emociones para ganar el poder en la forma de tratar a los demás y sus principales fortalezas son la entereza moral y las habilidades de dirección y organización (Casares Arrangoiz, 2000).

Líder es aquel que concibe y expresa metas que elevan a las personas por encima de sus preocupaciones y conflictos para integrarlas en la búsqueda de metas trascendentes y dignas de mejores esfuerzos (Gardner, 1993). Es un formador de personas, inspirador de hombres y mujeres que generarán sus propias visiones y motivaciones hacia metas y valores de sus propios equipos humanos (French, 1971). Es la persona que ocupa un puesto de liderazgo (Cartwright & Zandler, 1976; Kotter, 1999).

El líder tiene la facultad de influir en otros sujetos. Su conducta o sus palabras logran incentivar a los miembros de un grupo para que trabajen en conjunto por un objetivo común. Un líder es una persona que participa en la organización, modelando su futuro (Senge, 2001); es capaz de inspirar a las personas a su alrededor, así como de realizar actividades difíciles y de probar nuevas (estrategias, esto significa) andar para delante (Berenstein, 2010).

Un líder acompaña a las personas en un trayecto, guiándolas hacia su destino, esto implica mantenerlas unidas como grupo mientras las conduce en la dirección correcta. Es la persona capaz de ejercer influencia en otros, para dirigirlos y guiarlos efectivamente hacia el logro de objetivos y metas organizacionales (Gómez, 2008); su papel más importante es influir en otros para lograr con entusiasmo los objetivos planteados en cualquier organización (Mintzberg, 1980).

Un líder es el ejemplo a seguir, es un modelo para todo el grupo o equipo de trabajo dentro de la organización, o empresa; es una persona auténtica, dispuesta a trabajar de manera colaborativa, capaz de expresar sus ideas, luchadora por sus principios, con adecuadas relaciones humanas; diseña y utiliza estrategias durante su gestión, ostenta una visión de largo plazo, es flexible, proactivo, negocia, toma la iniciativa, convoca, motiva, incentiva y evalúa de manera sistémica a su equipo de trabajo. Anticipa riesgos, posee buena comunicación y capacidad de integración, logrando en los miembros de la empresa u organización una sinergia.

Los líderes tienen una visión y un sentido de misión que eleva e inspira a hombres y mujeres para ayudarlos a conseguir esa misión. Un líder tiene que tener un objetivo que le emocione e inspire y los únicos objetivos capaces de hacer eso son los cualitativos. Se inspiran y emocionan por ofrecer un producto o servicio a la gente que lo necesita, por ser los mejores y conseguir un gran éxito en un campo competitivo. La visión más importante que puede tener un líder es ser el mejor y esa misma visión debe aplicarse al negocio u organización. No aceptará nada menos para él o su compañía que ser el mejor en lo que hace (Tracy, 2015).

En las ciencias administrativas se espera que los directivos y niveles gerenciales posean características que tienen los líderes empresariales en cuanto a iniciativa, capacidad de cambio, orientación hacia resultados y a la productividad (Drucker, 2012), incluso en el sector público se espera responsabilidad y desarrollo de sus respectivas dependencias, a través del reto de lograr metas a través de la gente, de

motivar, de dirigir, de evaluar el desempeño, de formar equipo y hacer crecer a sus colaboradores (Osborne & Gaebler, 1998).

Para ser un buen líder, se necesita tener carisma, inteligencia, poder de convencimiento, sensibilidad, integridad, imparcialidad, ser innovador. Se requiere de la capacidad necesaria para poder dirigir a un equipo de personas, motivándolos y estimulándolos para lograr en estos la convicción, en torno a lo que realizan y así alcanzar las metas esperadas (Hutchinson Heath, 2015).

Entre las principales características que Maxwell (2015) establece de un líder, se consideran las siguientes:

- a. El líder es auto disciplinado, la primera persona a quien un líder dirige es a sí mismo. Considerando que el camino hacia la cima es difícil, pocos llegan a ser considerados los mejores en su trabajo, por lo que es vital que a diario se esfuerce, distinguiendo lo bueno de lo grande. No importa cuán dotado sea un líder, sus dotes nunca alcanzarán su máximo potencial sin la autodisciplina.
- b. El líder demuestra una dirección disciplinada, permite que alcance el nivel más elevado y es la clave para un liderazgo duradero. Para desarrollar una vida disciplinada, una de las primeras tareas debe ser desafiar y eliminar toda tendencia a poner excusas. Se recomienda suprimir las recompensas hasta que se terminen las tareas, esto permite distinguir verdaderamente a las personas activas y no a quienes no lo merecen. Hay que concentrarse en los resultados; ir a los beneficios que se obtienen al hacer lo correcto. La disciplina para establecer las prioridades y la capacidad de trabajar hacia una meta fijada son esenciales para el éxito de un líder, que puede definirse como la progresiva realización de una meta predeterminada.
- c. El líder es organizado, no se trata solamente de trabajar esforzadamente, sino de que se haga con inteligencia. La capacidad de dirigir con éxito tres o cuatro proyectos prioritarios es un deber primordial de todo líder. Una vida en la cual todo da lo mismo será, al final de cuentas, una vida en la que nada ocurra.

- d. El líder prioriza la tarea, sabe y conoce la forma de determinar aquellas tareas de alta importancia que requieren de gran urgencia en atender, las tareas de alta importancia que no son de gran urgencia y que se pueden posponer, las tareas de baja importancia pero que requieren de gran urgencia en realizarse y las tareas de baja importancia que no requieren urgencia y que son las últimas en las que hay que enfocarse.
- e. El líder sabe elegir, tiende a iniciar y los seguidores tienden a reaccionar. Los líderes toman la decisión y se ponen en contacto, emplean el tiempo planeando y anticipan los problemas, invierten el tiempo en las personas y llenan su agenda de prioridades. Los seguidores reaccionan, escuchan y esperan, viven día a día reaccionando frente a los problemas, pierden el tiempo con la gente y llenan su agenda de solicitudes.
- f. El líder sabe evaluar, puede renunciar a todo menos a su responsabilidad final. Distingue entre lo que se tiene que hacer y lo que puede delegar. El esfuerzo que invierte debe estar al nivel de los resultados que espera. Hace mejor su trabajo cuando lo disfruta. El éxito en el trabajo aumentará notablemente si las tres R – Requisito, Rendimiento y Recompensa – son similares, en otras palabras, si se actúa de acuerdo a las prioridades, si los requisitos del trabajo son iguales a las fuerzas que dan el más alto rendimiento y si hacerlo le produce gran placer, entonces se logrará el éxito (Maxwell, 2015).

Por otro lado, Tracy (2015) complementa y establece las siguientes características:

- a. El líder es buen estratega y planificador; el planteamiento estratégico significa tener una visión a largo plazo, comprometerse con lo que se llama “pensamiento del panorama general”. El líder observa todo lo que están haciendo y todas las cosas diferentes que puede tener un impacto en él. Se mira a sí mismo como parte de un mundo más grande.
- b. El líder es excelente comunicador. La capacidad para comunicarse es una cualidad central del liderazgo. Ser líder consiste en tratar con los demás: su éxito es el propio. Si no puede comunicarse, no puede ser líder.
- c. El líder está orientado a los resultados en vez de las actividades.

- d. El líder tiene una autoestima alta y una imagen de sí mismo positiva. Se valora y se siente valioso. La autoestima es simplemente cuánto se gusta a sí mismo. Es un sentimiento de competencia, de ser bueno en lo que se hace y ser capaz de conseguir los resultados que se necesitan para tener éxito como líder.
- e. El líder da ejemplo. Cuando se es líder todo el mundo está mirando lo que hace y lo que dice; su comportamiento guiará el de otros miembros de su equipo o de las personas de su organización. Son excelentes modelos a seguir; se esfuerzan por establecer continuamente un buen ejemplo con su conducta y su comportamiento. Son conscientes de que los demás están observándolos y de su efecto en la moral y la conducta de su gente.
- f. El líder tiene una actitud positiva y optimista. Cree frecuentemente en sí mismo y en su organización, y no deja que las adversidades o las barreras lo derriben. La actitud ayuda mucho para superar la adversidad, y una de las mejores maneras de ayudar a su gente a sobreponerse a cualquier problema u obstáculo que estén enfrentando en sus trabajos es ser modelo de optimismo.
- g. El líder trata a los demás con respeto; es el modo en que un líder trata a los demás. La gente sabrá cómo los trata y verá cómo trata a sus colegas, sus jefes e incluso a los clientes y socios de la organización, y seguirán su ejemplo. El líder sabe que si son groseros con un cliente su gente será grosera con ellos y su negocio adquirirá una reputación que alejará a los clientes. Sabrá que si no trata a sus gerentes con respeto y cortesía, esos gerentes no tratarán a sus subordinados con respeto y cortesía, y el negocio adquirirá una reputación de maltratar a los empleados, cosa que alejará a las mejores personas.
- h. El mejor líder crea buenos hábitos de trabajo; trabaja duro y más tiempo, y su conducta inspira a los demás a hacer lo mismo. El líder que toma ventaja de su posición para llegar tarde e irse temprano descubrirán que la productividad de su equipo u organización se reduce cada vez más.
- i. El líder tiene la responsabilidad de mantenerse motivado a sí mismo.
- j. El líder escucha; es fantástico oyente. La clave para ser un excelente oyente es escuchar no solo las palabras, si no lo que va detrás de ellas.

- k. El líder es activo y productivo; establece el ejemplo para los demás trabajando más tiempo y más duro; saben que la elección del estilo de vida puede marcar una gran diferencia en su éxito. El líder se cuida a sí mismos física, mental y emocionalmente, lo que le da energía y la paz mental necesarias para lidiar con los desafíos y el estrés del liderazgo.
- l. El líder sabe que la integridad, la confianza y la credibilidad son los fundamentos del liderazgo. El líder defiende aquello en lo que cree (Tracy, 2015).

Dentro de las cualidades de un líder, Gamboa Suárez, Vera Pirela, & Jiménez Rodríguez (2017) mencionan las siguientes:

- a. Fe en la misión: cualquier emprendimiento es posible; debe tratar de ser el mejor e inclinarse a lograr su compromiso.
- b. Sentido de autoridad: tiene que cobijarse siempre con la verdad y dignidad, ser respetable; su actuar será provisto del sumo respeto para y ante sus congéneres.
- c. Espíritu de decisión e iniciativa: debe de asumir las decisiones tomadas, las cuales estarán bajo su entera responsabilidad, pudiendo, de esta manera, apropiarse de nuevos retos; invertir en nuevas líneas, innovar procesos, optimizar la política de cobros son ejemplos posibles.
- d. Energía realizadora: a mayor volumen de problemas mayor volumen de soluciones y mayor posibilidad de aprendizaje; debe tener deseos permanentes de triunfo y voluntad insoslayable de crecimiento.
- e. Dominio de sí mismo: la actitud, gesticulación, tono de voz y posturas tienen que denotar confianza hacia sus *stakeholders*; las ocasiones caóticas deben ser el eslabón para crear un ambiente espiritualmente adecuado. Una actitud negativa solo engendrará molestias y complejidad.
- f. Capacidad: la preparación, conocimiento del entorno y negocios son fundamentales para potenciar la confianza interpersonal.
- g. Espíritu de previsión: no debe haber espacios para titubeos; las metas claras y la comunicación asertiva son la base en pro de eliminar la improvisación y el

desastre. La cautela, el juicio responsable y el cuidado tienen que ser la orden del día.

- h. Conocimiento de los subordinados: es necesario conocer las potencialidades y consideraciones particulares de los colaboradores, las cuales le darán una ventaja frente a la asignación de responsabilidades, en busca del mejor rendimiento; esto creará el ambiente perfecto de respeto mutuo, con la premisa de una mayor cohesión personal.
- i. Espíritu de disciplina: la indisciplina es el arma perfecta para incubar la mediocridad y la irresponsabilidad frente a sus obligaciones; sin disciplina y constancia difícilmente se logrará el éxito. La indisciplina es factor perturbador y generador de malestar.
- j. Juicio de la realidad: tener certeza de las dificultades, del conocimiento del entorno y de las potencialidades a todo nivel aseguran un rotundo éxito hacia el logro de los objetivos; debe ser consciente del medio, pero con previsión absoluta hacia su atención, es decir, con los pies sobre la tierra.
- k. Bondad: no se concibe un líder impetuoso y desarraigado de sus congéneres, se debe, ante todo, mantener una actitud abierta hacia los demás, no como quien solo recibe quejas, sino de pivote hacia la meditación y creación de estadios de solución racional a las problemáticas.
- l. Respeto a la dignidad humana: el respeto engendra y promueve respeto, no es con látigos y vicisitudes que se gana éste; recordar que todos somos iguales sin importar la creencia, condición física, raza y propias condiciones en un paso esencial hacia la dignificación humana y hacia la creación de un mundo global justo, equitativo e igualitario; debe ser consciente de la escasez y tener un decidido compromiso hacia la solución con acciones reales que redundarán en crear un liderazgo social firme y comprometido con la sostenibilidad.
- m. Espíritu de justicia: a cada quien lo que le corresponde en su medida es sinónimo de equidad y justicia; juzgar sin razón es claudicar hacia la reconciliación, es permitir la brecha de la infamia y el menoscabo de persona como ser humano; se debe amonestar cuando es pertinente, pero también

premiar en ese mismo orden. Esto alienta la credibilidad y, por supuesto, el respeto.

- n. Firmeza: siempre la verdad y su mantenimiento como escudo le alentará a conservar la férrea decisión tomada, sin malicia ni parcialidad; esta actitud le llevará a mantener la línea, aunque el camino se estreche.
- o. Ejemplo: debe, ante todo, existir coherencia entre los actos y las palabras. Recordar que los subordinados siempre están atentos de las acciones del superior, esto llevará a emerger del confort y a ponerse al tono de la situación. No se puede exigir, si no se da; la vida se torna socialmente valiosa en la medida en que las acciones son concluyentes frente a las palabras. Aquí toma fuerza el refrán de “predicar y aplicar”, como elemento significador del hombre.
- p. Humildad: no es más por la posición social, económica o política; todas estas son efímeras y pasajeras, no es más cuando a costa de otros se han ganado ínfulas, sencillamente basta con sentir que el compromiso por esta vida terrenal debe ser de servicio y ayuda mutua; con la cantidad de necesidades insatisfechas, es la oportunidad para que con humildad y desprendimiento los líderes hagan algo por mitigar, con acciones y hechos, esta inmensa desigualdad (Gamboa Suárez, Vera Pirela, & Jiménez Rodríguez, 2017).

El líder extraordinario aborda los problemas con habilidad, tiene la capacidad de encontrar soluciones de manera hábil (Maxwell, Greco, & Witt, Liderazgo Eficaz, 2002). Aplaudiva la audacia y lo impensable, no rehúye tomar decisiones controvertidas e impopulares y tiene una inquebrantable confianza en sus convicciones. Tiene una idea clara de cuál es un objetivo y sabe cómo comunicarlo elocuentemente. El líder extraordinario no amontona interminables listas de órdenes, sino que prefiere mantener a sus seguidores concentrados en solo dos o tres objetivos. Tiene la paciencia necesaria para ensamblar algo superlativo al tiempo que domina su propia impaciencia. Un líder extraordinario está dispuesto a confiar en la opinión de otras personas, no le asusta delegar su autoridad, evita la fiscalización y no siente la necesidad de dominar todas las conversaciones o insistir en decir la última palabra en una discusión.

Un líder extraordinario sabe que la mayoría de los éxitos se consigue tomando decisiones importantes y no intentando elegir entre muchas opciones sin importancia. Sabe que en la organización hay otras personas capaces de hacer cosas que él no puede hacer o no las haría igual de bien. Se siente más satisfecho de los logros de su organización que de los propios, no exige una remuneración descabellada, utiliza el dinero de la organización como si fuera suyo y no necesita destacar. Observa y escucha más que hablar, no deja ver sus preocupaciones a la hora de la verdad, es plenamente consciente de lo que no sabe y muestra una encantadora humildad. Si hace bien su trabajo, la gente lo ve como alguien duro, pero justo, en vez de caprichoso y voluble (Ferguson & Moritz, 2015).

El líder extraordinario posee dos rasgos más que lo diferencian de otros:

- El primero es la perseverancia. A las personas perseverantes siempre las satisface más su trabajo que a las que están en esa profesión porque es lo que se esperaba de ellas o porque no sintieron una vocación que enardeciera sus sentimientos. Les resulta más fácil seguir entusiasmadas con su vocación que a las personas que trepan a una organización y sobreviven al darwinismo de su lugar de trabajo. Es mucho más habitual que las personas perseverantes consigan la coherencia (o esfuerzo, determinación, empuje y ambición), que conforma la base del liderazgo. Los contratiempos, reveses y frustraciones de la gestión se soportan con mucha más facilidad cuando se disfruta plenamente del trabajo, una sensación que la mayoría de los gerentes comunes rara vez experimentan, si es que lo hacen alguna vez.
- El segundo rasgo es su capacidad para tratar con la gente. Esos líderes siempre consiguen unos excepcionales niveles de productividad y compromiso por parte de sus empleados y colegas. En parte dando ejemplo, pero también porque conocen el carácter de sus empleados y tienen empatía con ellos cuando se encuentran en una situación difícil; son capaces de unir la proximidad con la ambición (Ferguson & Moritz, 2015).

II.5 Marco conceptual

Percepción es una capacidad, adquirida por aprendizaje, que está ligado a la experiencia que va adquiriendo el individuo con su entorno (Hernández Gómez, 2012). Es una experiencia o vivencia que a su vez se convierte en una estampa mental, que produce efectos en la conducta de los individuos y que influyen en las preferencias y en las decisiones del ser humano (Gordoa, 2017). Permite decidir cuál de las diferentes interpretaciones de cierto estímulo es la más adecuada en cada caso concreto (Santiago, Tornay, Gómez, & Elosúa, 2010).

Los estímulos emitidos por algo o alguien generarán percepción que se traducirá en imagen. La imagen se convertirá en la identidad de quien ha sido percibido. La identidad se forma entonces por la esencia y la apariencia. La imagen es percepción que se convierte en la identidad y con el tiempo en reputación, que es la opinión que la gente tiene de una persona (Gordoa, 2002).

Imagen, es la figura, representación, semejanza y apariencia de una cosa (Real Academia Española, 2018a); está fuertemente ligado con lo visual, con la percepción de la persona; una buena imagen es asociada con eficiencia y se relaciona con calidad, seriedad y poder (Frescara, 2006). La imagen es percepción que se convierte en la identidad y con el tiempo en reputación; es el prestigio o estima que se tiene a alguien o algo (Real Academia Española, 2018c).

Imagen personal es la acumulación de los pequeños buenos detalles que incluye: estilo, apariencia, manejo y trato con la gente y el personal (Gordoa, 2017); producirá un juicio de valor en el público que la concibe, ya que su opinión se convertirá en una imagen mental colectiva de su propia realidad (Gordoa, 2002). La imagen personal que se proyecta depende de la percepción que los demás tengan de los aspectos físicos de la misma imagen; de la calidad y la manera de expresarse ante los demás;

de la forma como se procesan los pensamientos e información; y, de la actitud, rasgos del carácter, hábitos y comportamientos que respaldan a un individuo (Booher, 2012).

Liderazgo es la acción de influir en los demás a través de actitudes, conductas y habilidades para dirigir, orientar, motivar, integrar y optimizar el quehacer de personas o grupos (French, 1971), que busca también influir captando partidarios e influenciando de manera positiva en sus conductas, actitudes y comportamientos (Hutchinson Heath, 2015), además de persuadirlos para que se identifiquen con una misión o visión (Tracy, 2015), dirigida a través del proceso de comunicación humana en la consecución de objetivos (Chiavenato, 2011). Cuanto mayor es el nivel de liderazgo mayor es la efectividad de una persona sobre todos los aspectos de su vida (Maxwell, 2015).

Líder es aquel que dirige a otros con su poder personal, intelectual o emocional, que utiliza más su influencia en los atributos personales de inteligencia, en los valores, en la forma original de percibir el medio y de vivir las emociones para ganar el poder en la forma de tratar a los demás; sus principales fortalezas son la entereza moral y las habilidades de dirección y organización (Casares Arrangoiz, 2000). Su conducta y sus palabras logran incentivar a los miembros de su grupo para que trabajen en conjunto por un objetivo común (Senge, 2001); es capaz de inspirar a las personas a su alrededor (Berenstein, 2010). El líder tiene una autoestima alta y una imagen de sí mismo positiva, da ejemplo, tiene una actitud positiva y optimista; cree en sí mismo y en su organización y trata a los demás con respeto (Tracy, 2015).

II.6 Estado del Arte

A continuación se inserta un extracto del artículo “**Imagen Personal y Sentimientos**” (Valverde, Solano, Alfaro, Rigioni, & Vega, 2017), en donde se señala que los seres humanos nos construimos a nosotros mismos a partir de los vínculos que desarrollamos con las demás personas. Es en esta interacción permanente entre el interior y el exterior en la que formamos nuestra identidad, la cual consiste en “aquella

experiencia interna de ser nosotros mismos en forma coherente y continua, a pesar de los cambios internos y externos que tengamos en nuestra vida” (Kausupof, 1995).

Es decir, a partir de las interacciones con las personas significativas y con su medio, se genera un proceso, en donde cada individuo va identificando aspectos de los otros y construyendo una amalgama única e irrepetible que lo diferencia. Ésta identidad da coherencia a la persona, pues permanece pese a los diversos cambios de la vida, pero al ser construida y no natural, se habla entonces de un proceso de formación que tiene dos puntos claves: los primeros años de vida (donde se sientan las bases para la formación de la identidad) y la adolescencia (en la cual se genera una reconstrucción de la propia identidad). Esta construcción y reconstrucción se encuentran intrínsecamente relacionadas con la imagen personal (o autoimagen), que es la percepción que cada quien tiene de sí mismo.

La imagen personal implica la vivencia de aspectos hacia uno mismo en tres niveles:

- a. Emocional (el sentir hacia sí mismo),
- b. Cognitivo (lo que se piensa sobre sí mismo), es decir lo que se ha denominado autoconcepto, y
- c. Conductual (las actitudes y lo que se hace respecto de sí mismo, por ejemplo: la forma de vestirse, los hábitos de higiene, etc.).

La imagen personal es “una fotografía mental que cada individuo tiene sobre la apariencia del cuerpo unida a las actitudes y sentimientos con respecto a esa imagen corporal”, es otro de los aspectos que entra en juego al hablar de la autoimagen. En este sentido, se debe tener claro que si bien es cierto, la imagen personal parte de lo biológico y de lo físico, lo trasciende, pues entre otras cosas, se refleja y contiene en ella la forma en que cada individuo se percibe a sí mismo” (Rodríguez, 2000).

Así, la autoimagen es fundamental en nuestras vidas, pues determina en gran medida la forma en que nos relacionamos con nosotros mismos, con los otros y la forma en

que enfrentamos la vida. Es por ello que resulta fundamental trabajar esto de manera formal.

La autoestima es el aprecio que cada persona tiene por sí mismo. Tiene que ver con la medida en que se cree capaz, destacado, digno; con el tipo de cuidado que dé a su cuerpo, con la forma o no en que proteja su integridad y busque su crecimiento personal. Es algo que se vive y se comunica a los otros y otras por medio de palabras y acciones

Este aprecio por la persona propia, depende de la autoimagen. Para ello, es necesario entender que cada persona construye (de acuerdo a su historia personal) un ideal que alcanzar. La autoimagen puede estar cerca o lejos de este ideal. O bien, tomar rumbos muy diferentes: constituirse en un ideal constructivo para el desarrollo personal o destructivo para el mismo (no todo ideal construido por los individuos posee connotaciones positivas; puede darse el caso de personas que persiguen ideales que implican riesgos para la propia integridad).

Así, de acuerdo a la construcción de la autoimagen, y por tanto, dependiendo en gran medida de las vinculaciones que se hayan dado con las figuras más significativas en la niñez y posteriormente en la adolescencia, cada individuo va a estimarse a sí mismo en mayor o menor medida, generando con ello una serie de acciones, pensamientos y sentimientos que inciden directamente en la mayor o menor vulnerabilidad de este individuo.

Es importante tener claro que, la autoestima no tiene que ver necesariamente con quién realmente se es, sino con quien se cree ser. Por esto es que la autoestima se relaciona mucho con los éxitos o fracasos que se puedan tener. Si la persona se siente bien consigo misma, se puede sentir capaz de lograr muchas cosas. Si por el contrario, se siente mal, se le puede dificultar tomar iniciativas y dirigirse a lograr metas por temor a no ser capaz de lograrlas.

Sin embargo, al ser una construcción, la persona puede aprender a estimarse y lograr superar los momentos difíciles con el suficiente aprecio hacia sí misma como para satisfacer sus necesidades, desarrollarse y construir una vida más plena. Un reencuentro que le permita aceptarse y respetarse con sus cualidades y defectos y que le permita tratar de mejorar y cambiar las cosas que puede cambiar.

Para estos reencuentros es importante tomar en cuenta lo siguiente:

- a. La autoestima no se forma de un día para otro y puede ser un fenómeno complejo. Dado esta situación, se debe instar a los individuos a buscar ayuda, preferiblemente profesional, cuando se trata de situaciones que por poca estima hacia sí mismos, se ponen en riesgo la integridad y el desarrollo personal.
- b. Es importante que los individuos tomen consciencia de que ellos juegan un papel importante en la construcción de la autoestima de sus compañeros. Por ello, cabe señalarles la necesidad de respetar a los otros y de demostrar afecto hacia los demás.
- c. Al hablar de la necesidad de alcanzar ideales, cabe señalar que los ideales de belleza y éxito, asociados al cuerpo, cambian día con día, de sociedad a sociedad. Algunas veces, estos ideales son muy difíciles de alcanzar y la gente llega a hacer cosas que ponen en peligro su salud con tal de lograrlos. Es importante que los individuos sean capaces de reconocer estas situaciones, reflexionar al respecto y actuar de manera que no perjudiquen su integridad y bienestar. Entre estos aspectos, se incluyen no hacer dietas sin prescripción médica; no hacer ejercicios excesivos, ni consumir sustancias para adelgazar o aumentar los músculos sin prescripción de un profesional.
- d. Es importante que los individuos hagan cosas para cuidar de sí mismos, es decir, asuman un papel activo en el cuidado personal. Al respecto, se pueden mencionar aspectos como: tener espacios para estar sólo, espacios para compartir con amigos, espacios para reflexionar sobre las situaciones difíciles, buscar personas con quienes compartir lo que se siente y vive; tener una alimentación balanceada y una higiene adecuada, hacer ejercicio físico



apropiadamente, no exponerse de manera prolongada al sol, tener espacios para la recreación, etc. (Valverde, Solano, Alfaro, Rigioni, & Vega, 2017).

A continuación se inserta un extracto del artículo “**Liderazgo: Características de un Líder**” (Talamantes, 2018), en donde se señala que los tres pilares en torno a los que se construye el liderazgo son: conseguir objetivos, hacer equipo y desarrollar a los colaboradores.

Si tenemos en cuenta que liderazgo es un conjunto de habilidades y actitudes que posee una persona para dirigir a los demás, lo más importante radica en saber cuáles son esas habilidades/actitudes. Un líder es capaz de contagiar ilusión a sus colaboradores, de estimularles, de hacerles crecer profesionalmente y por supuesto de propiciar un clima favorable y positivo.

Lo primero que caracteriza a un buen líder es su capacidad comunicativa y su espíritu de diálogo; pero además de esto, un líder debe autoconocerse y ser consciente de sus fortalezas y debilidades. Un líder debe transmitir respeto y confianza; es auténtico, honesto y siempre hace lo que dice; sabe adecuar su estilo de dirección a cada momento y a cada persona; consigue que las personas hagan las cosas porque quieren y no porque deben; escucha las sugerencias y no se conforma con mínimos; es un ser reflexivo que no se maneja por impulsos y su objetivo es la excelencia.

Un líder tiene autoconfianza, separa emociones y mantiene independencia de criterio; sabe ser generoso, sobre todo en el fracaso. Cuesta poco repartir "flores" cuando las cosas van bien, pero la generosidad debe aplicarse sobre todo cuando hay problemas, evitando culpar a terceros y asumiendo responsabilidades.

Un líder se preocupa y se ocupa de su “gente” tanto en sus necesidades personales como en su crecimiento profesional; continuamente da retroalimentación. Un líder habla en plural: utiliza el “nosotros” y no se “cuelga medallas”; es humilde y se remanga si es necesario; predica con el ejemplo de igualdad y solidaridad. Un líder



maduro da la razón (si la tiene) a un miembro del equipo aunque vaya en contra del planteamiento que él como jefe haya realizado anteriormente.

Desarrollar estas cualidades no es tarea fácil debido a que el liderazgo afecta a la inteligencia emocional y la parte emocional del cerebro aprende con más lentitud; dominar una nueva habilidad requiere más que la lectura de un libro o la realización de un curso de formación. Exige un esfuerzo continuo de repetición y práctica; pese a que en principio pudiera parecernos que todo líder "nace", en realidad, la mayoría se "hace". Nadie nace sabiendo cómo dirigir un equipo o desarrollar personas, sino que se aprende a hacerlo. Los grandes líderes se hacen según van adquiriendo las competencias que los hacen eficaces y copiando comportamientos de sus líderes de referencia. La inteligencia emocional no es innata, sino que se aprende.

La adquisición de estas cualidades requiere del líder una gran motivación, un esfuerzo a largo plazo, un entrenamiento continuo y un fuerte compromiso emocional; el poder no lo da el cargo, la autoridad te la dan las personas que componen tu equipo y hay que ganársela. La credibilidad es la base de la autoridad.

Para empezar, ser líder implica un sacrificio personal grande y una gran motivación trascendente, ya que uno de sus objetivos es desarrollar a su equipo: un líder crea más líderes. Un capataz "arrea" a su equipo, inspira temor, habla en primera persona, no explica el porqué de las cosas (ordena que hay que hacerlas) y por supuesto, solo le preocupan los objetivos.

En la actualidad, aunque parezca mentira, seguimos actuando bajo la premisa de que "dirigir es mandar" y a menudo nos encontramos con situaciones de gestión que son dañinas para la buena marcha del negocio y del equipo y que contaminan el ambiente, dificultando el trabajo, la consecución de los objetivos y disminuyendo el rendimiento. Esto por lo general produce muchos conflictos y desalinea los esfuerzos, creando a su vez desánimo, alta rotación, rumores, subgrupos, etc.

Una vez explicado lo anterior, cabe decir que no todo es blanco o negro, hay muchos directivos, que si bien no son Líderes, son personas que sí se preocupan de su gente y que comparten muchas cualidades de las que tiene un líder; otros, por desgracia, se siguen pareciendo más al capataz que hemos descrito. El problema entre unos y otros radica, principalmente, en la motivación de su equipo, mientras con un buen jefe trabajar es algo estimulante, cuando te toca un “capataz”, ir a trabajar se convierte en una pesadilla y los rendimientos del equipo al estar en uno u otro “bando” cambian sustancialmente. En el siguiente cuadro se pueden observar las principales diferencias entre el líder y el capataz; aprende a ser líder...nunca capataz.

Líder	Capataz
Guía a su equipo	“Arrea” a su equipo
Inspira confianza y despierta entusiasmo	Inspira temor o inquietud
Habla en plural	Habla en primera persona
Predica con el ejemplo	No predica con el ejemplo
Dice cómo y porqué hacer las cosas	Dice qué hacer, no cómo ni porqué
Resuelve problemas	Niega, ataca o destruye los problemas
Delega	No se fía o abdica
Enseña cómo hacer	“Sabe” cómo se hace
Piensa en procedimientos, los resultados y las personas	Sólo le preocupan los objetivos

Como bien sabemos un líder no trabaja solo, sino que maneja un grupo de personas, y no podemos liderar personas que no conocemos, por ello hay que dedicar tiempo a saber qué motiva a cada miembro de nuestro equipo.

Las palabras liderazgo y *management* están completamente ligadas a la palabra equipo que está formado por personas, todas ellas diferentes tanto en experiencia, como en personalidad, madurez o en motivación ante la vida y el trabajo.

Un líder debe tener la capacidad de adaptar su estilo de gestión a cada persona, ya que esto le permitirá orquestar esfuerzos, conocimientos, habilidades y competencias

de sus colaboradores, inspirándoles, motivándoles, ilusionándoles y alineándoles para alcanzar los objetivos comunes que se han definido y creando sinergias en el equipo.

En este sentido, para conseguir el compromiso del equipo es necesario:

- a. Conocer a sus integrantes, y para ello es necesario invertir mucho en observarlos, hablar con ellos, preguntarles, escucharlos. Debemos saber qué objetivos tiene cada uno de nuestros colaboradores, qué le motiva, qué necesidades tiene, qué perspectivas de desarrollo o crecimiento, qué peculiaridades.
- b. Adaptar nuestro estilo como líderes a cada colaborador, a su grado de madurez, a su personalidad, etc. y darle estímulos que toquen sus motivaciones primarias predominantes. Trabajar el clima del equipo y crear sinergias para fomentar el sentimiento de pertenencia.
- c. Guiar, inspirar e ilusionar. Un líder que inspira hace que sus miembros del equipo se sumen a sus objetivos de manera natural.

Todo seguimiento implica un control y, por naturaleza, a las personas no nos gusta sentirnos controladas. Por tanto, es importante que nuestros colaboradores perciban ese seguimiento como algo positivo para ellos y para el equipo. Y aquí entra nuestra función como líderes.

Tenemos que analizar a cada persona del equipo para adecuar el grado de seguimiento a su nivel de madurez. Los colaboradores que, aun teniendo buena actitud, no tienen los conocimientos y experiencia necesarios para realizar su actividad (por ejemplo, porque se acaban de incorporar a ese puesto de trabajo) requieren un nivel de seguimiento fuerte, como también lo requieren aquellos colaboradores que, aunque dispongan de conocimientos y experiencia, tengan mala actitud. En el otro extremo, se encuentran personas con un rendimiento impecable, resultados muy por encima de la media y con una actitud excelente.

Nuestro estilo a la hora de liderar y hacer seguimiento a este tipo de colaboradores deberá ser radicalmente distinto. Si con el primer grupo citado, nuestro liderazgo debe ser directivo y los seguimientos deben ser frecuentes y rigurosos, con el último grupo citado, nuestro liderazgo debe ser facultativo y los seguimientos pueden ser más espaciados y más "colaborativos; si se puede, previamente, es muy útil hacer un diagnóstico sobre la "salud" del equipo. Síntomas de "enfermedad" del equipo son llegar sin fuerza a trabajar, pensar mucho las cosas antes de hacerlas o verlo todo muy difícil; mientras que en un equipo saludable hay, por ejemplo, buena disposición hacia objetivos comunes y fluidez de la información. Aquí el tratamiento no es individual sino colectivo, como reconocer en público las conductas positivas.

En una organización, de lo que se trata es que los recursos sean eficientes; en este caso se trata de personas. Una empresa socialmente responsable se ocupa de las personas, el principal activo fuente de eficiencia y ventaja competitiva (Talamantes, 2018).

III. Criterios Metodológicos

III.1 Naturaleza

La naturaleza de la investigación fue cualitativa, en donde se busca extraer, a partir de observaciones hechas a un objeto de estudio, las conclusiones válidas para el fenómeno planteado. Se busca a través del razonamiento inductivo identificar y circunscribir la realidad objeto de estudio para darle identidad social, por lo que el razonamiento de carácter comparativo se constituye en la estrategia para la abstracción y generación teórica (Verd & Lozares, 2016).

La investigación tuvo una fuerte base documental, complementada con vivencias y experiencias de diversas personas que fueron invitados a colaborar voluntariamente con sus historias y narrativas. No se utilizan indicadores a los que se les pueda asignar valores numéricos ya que las variables son valoraciones subjetivas que a juicio de la investigadora se basan en percepciones de los participantes en la muestra seleccionada.

III.2 Diseño y Tipo

El diseño de la investigación fue no experimental transeccional descriptivo, ya que el investigador no tiene control de las variables y el levantamiento de la información se realizó en un solo período de tiempo.

III.3 Método

El método para realizar la investigación fue Teoría Fundamentada con diseño narrativo para lo cual la investigadora recolectó de manera empírica los datos en campo sobre las experiencias y vivencias de las personas seleccionadas como sujetos tipo para describirlas y analizarlas. Los datos se obtuvieron de entrevistas y testimonios de las personas participantes, que de manera voluntaria decidieron aportar información y puntos vista que se contrastaron con la información bibliográfica seleccionada, de donde se realizaron las deducciones que se muestran en los resultados.

La Teoría Fundamentada es un ejemplo en la Investigación Cualitativa del Método Inductivo, porque la teoría está al final de todo proceso. Implica comparar con la teoría dada o pre-escrita para el tema o problema y verificar si se le atribuyen más elementos o realmente está surgiendo algo nuevo, algo innovador o algo que incluso refute la teoría anterior. Es un ejemplo de la Inducción dentro de la Investigación Científica (Strauss & Corbin, 2002)

El procedimiento que se siguió fue primeramente, seleccionar de entre el personal docente y administrativo de la Universidad, a quienes pudieran ofrecer información y experiencias relacionadas sobre el tema en el que se enfocó la investigación posteriormente, de manera individual, se concretaron y realizaron las entrevistas en donde se desahogaron cada uno de los puntos medulares de la investigación, para posteriormente confrontarse con la información obtenida en la bibliografía consultada.

Se utilizó el razonamiento inductivo, que sienta la base de conocimiento de los fenómenos sociales para posteriormente concebir y relacionarlos con la teoría. En la Investigación Cualitativa de Método Inductivo no se habla de Marco Teórico, sino de Referentes o Sustentos Teóricos, que es el que circunscribe al objeto de estudio; no se utiliza la teoría para comprobar hipótesis, tampoco se utiliza la teoría para explicar la realidad (Verd & Lozares, 2016).

III.4 Lugar y fecha

El trabajo de investigación se realizó en la Ciudad de Chihuahua, Chih., en un período comprendido entre septiembre de 2016 a agosto de 2018.

III.5 Población y Unidad de Análisis

La población de interés considerada en el estudio fue personal que labora en la Universidad Autónoma de Chihuahua, que siendo una Institución Pública fue seleccionada como adecuada para realizar la obtención de la información. La unidad de análisis fue docentes y personal administrativo (directivos y operativos) de diversas

Facultades de la Universidad con al menos tres años de antigüedad en la Institución; por acuerdo con los participantes, se decidió no dar a conocer la identidad de quienes fueron entrevistados.

De cada una de las 12 Unidades Académicas cuya sede está en la ciudad de Chihuahua, se seleccionaron a tres docentes, tres empleados administrativos y dos funcionarios, con lo que se integró un inventario de 96 colaboradores; adicionalmente se sumaron 13 personas (jefes de área) de Rectoría, con lo que se integraron 109 entrevistas realizadas, sin embargo y en razón de que en una Investigación Cualitativa en donde la técnica de recolección de datos es la entrevista, cuando la información obtenida empieza a ser redundante y no ofrece más datos relevantes, *se determinó incorporar en el análisis a una muestra de 50 entrevistas*, considerando aquellas que aportaban mayor riqueza de información a consideración de la investigadora. El tipo de muestreo fue no probabilístico, ya que por el tipo de investigación se seleccionaron sujetos tipo que pudieran aportar información relevante para el desarrollo del estudio.

III.6 Variables e Indicadores

La variables independiente en la investigación fue imagen personal y la variable dependiente fue liderazgo.

Los indicadores de la variable imagen personal fueron: **cómo luce** (apariencia, lenguaje corporal, presencia), **cómo habla** (calidad de voz, elección de las palabras, habilidad conversacional), **cómo piensa** (resolución de problemas ante crisis, pensamiento estratégico, análisis de información) y **cómo actúa** (cualidades, hábitos, comportamiento, credibilidad).

Los indicadores de la variable liderazgo fueron: **conocimientos** (planifica, tiene comunicación efectiva, está orientado a resultados, tiene capacidad de socialización, actúa bajo presión), **actitudes** (autoestima alta, da ejemplo, tiene actitud positiva, tiene confianza y seguridad en sí mismo, tiene congruencia en su actuar, demuestra valores), **conductas** (muestra trato respetuoso, tiene buenos hábitos, es activo y

productivo, es competitivo, maneja conflictos adecuadamente, demuestra sinceridad), **carisma** (integridad, confianza, muestra credibilidad, influencia a los demás, proyecta admiración, motiva, demuestra simpatía).

III.7 Técnica de recolección de datos

Las técnicas de recolección de datos fueron la observación y la entrevista estructurada. El instrumento de recolección fue cédula de entrevista, que se incluye como anexo de la presente investigación.

Una vez que se recolectaron las entrevistas más relevantes para el sentido de la investigación, se procedió a transcribir cada una de ellas en documentos en Microsoft Word, con lo que se cargaron en una Unidad Hermenéutica en el Software Atlas.ti denominada “imagen y liderazgo”; una vez insertados los documentos, se procedió a crear, para cada una de las entrevistas, una serie de códigos que se etiquetaron en correspondencia con los cuatro indicadores de imagen: cómo se luce (cuatro códigos), cómo se habla (siete códigos), cómo se piensa (cinco códigos) y cómo se actúa (cinco códigos).

Con los códigos agrupados se procedió a crear 21 Memos en donde se describieron cada una de las aportaciones más importantes captadas a través de las entrevistas, lo que permitió desarrollar lo que se muestra en los resultados de la tesis.

IV. Resultados y Discusión

La primera etapa en busca de obtener la información pertinente para la tesis, fue seleccionar en cada una de las Unidades Académicas y la propia Rectoría a personajes que tuvieran la posibilidad de aportar una visión interesante sobre cada uno de los temas que se iban a tratar sobre imagen y liderazgo, se identificaron

Una vez que, a través de diversos medios y contactos, se seleccionaron a los personajes que pudieran ofrecer información y una perspectiva personal sobre la relación que percibían entre la imagen personal y el alcance de un nivel de liderazgo, se procedió a solicitar a cada uno de ellos una cita para sostener una entrevista abierta para tocar el tema en cuestión.

Posteriormente, de manera individual, se concretaron y realizaron las entrevistas en donde se comentaron sus apreciaciones sobre los puntos medulares de la investigación; fue muy constructiva la forma en la que cada uno de ellos participó de sus experiencias sobre el tema.

Para situar la forma en la que se realizó la investigación en campo, hay que partir de que la Investigación Cualitativa es una investigación vivencialista-experiencialista (es vital la vivencia y la experiencia sobre el tema) que se guía por el sistema de convicciones (sistematización, socialización y fundamentación teórica) y lleva a un tipo de investigación que funciona por el modo en que logra sus propias conquistas y avances (Padron Guillén, s.f.).

“La Investigación Cualitativa es un campo interdisciplinar que atraviesa las humanidades, las ciencias sociales y físicas; es muchas cosas al mismo tiempo; es multiparadigmática en su enfoque. Los que la practican son sensibles al valor del enfoque multimetódico; están sometidos a la perspectiva naturalista y a la comprensión interpretativa de la experiencia humana” (Lincoln & Denzin, 1994).

El conocimiento, siendo la representación que la persona tiene del mundo externo que está (o que la construye) en su mente y ayuda a entender el medio que lo rodea; puede representar diferentes tipos de conocimiento: el científico, el cotidiano, el místico, el estético y varios otros más. Está compuesto por hechos observables (que se pueden constatar), que es la parte empírica y observacional de un conocimiento; y, por la parte explicativa que señala porqué los hechos funcionan del modo en que se observan (Padrón Guillen, 2013). Con base en lo anterior se realizó el análisis de las notas de campo y se pasó a realizar el análisis de los resultados y propuestas que se presentan.

Análisis de resultados:

Para realizar la interpretación del resultado de las declaraciones de cada uno de los entrevistados, se tomaron como referencia las cuatro perspectivas analizadas en el marco teórico establecidas por Booher (2012), en relación con la imagen triunfadora, ya que es el autor que más se aproxima a lo que se busca analizar en la tesis:

- Cómo se luce, que es la apreciación crítica de la imagen personal.
- Cómo se habla, que refiere que una buena imagen tiene mucho que ver con lo que se habla.
- Cómo se piensa, que refiere que es vital para que una persona de una buena imagen, demuestre que identifica lo importante con la cantidad de información que tiene a su alcance.
- Cómo se actúa, que refiere que la combinación de simpatía y credibilidad son características en un líder con buena imagen.

Se muestran en la sección de Anexos los Memos elaborados a través del Software Atlas.ti de cada una de las perspectivas y sus items correspondientes, que pueden ser consultadas para mejor referencia.

Se incluye a continuación la descripción de cada uno de los conceptos que se integraron a partir de las conversaciones obtenidas con los entrevistados, en donde

se analizaron, se agruparon por ideas comunes y se les dió coherencia con lo que se obtuvo una definición y una postura sobre el ítem analizado.

Se podrá observar que los párrafos relacionados con el liderazgo fueron colocados en letra cursiva y se les incluyó el código (tomado de los Memos), que permitió posteriormente relacionarlos con los indicadores de liderazgo considerados en la investigación.

Cómo se luce

Como se observa en el Memo 1.1 relativo a “cómo se luce”, se puso a consideración de los entrevistados el precepto *“los negociadores con la presencia personal más fuerte y no necesariamente con el argumento más fuerte, logran los mejores tratos”*, con lo que se obtuvieron los hallazgos que se comentan a continuación.

Una presencia fuerte logra los mejores tratos en un proceso de negociación, la seguridad personal genera confianza y hasta cierto punto admiración, porque demuestra seguridad en lo que expone y permite lograr lo que se está buscando. Una adecuada personalidad influye en el trato de los demás y puede convencer, ya que lo que se dice se toma con mayor seguridad, que tiene un gran valor y es considerada por las demás personas; tiene mucho impacto cómo se digan los argumentos para inspirar confianza.

La imagen es una de las partes más importantes del liderazgo, ya que una fuerte personalidad impone. Una buena presencia personal da elementos para desarrollar la seguridad de la persona y esta capacidad permite dar a conocer sus pensamientos e ideas, con lo que obtiene mayor capacidad de negociación y resultados adecuados.

Las personas prefieren a una persona segura; es importante la presencia, la cortesía, el respeto y la educación que se demuestra hacia la contraparte en una negociación; tener seguridad y superioridad moral hará que se tenga éxito en el trato esperado. Una persona que cree en ella misma y se siente segura cuenta con mayor poder que le beneficiará para obtener los mejores tratos y resultados; la presencia personal va ligada a la persuasión, independientemente del argumento, ya que al reflejar confianza en su comportamiento y en lo que dice puede lograr mejores tratos.

Ante cualquier tipo de negociación, se deben tener bases y fundamentos que ayuden a convencer, siendo importante la inteligencia y la preparación para obtener mejores resultados en una negociación. Importa mucho que un argumento sea sólido y congruente. Un argumento sólido siempre dará un mejor resultado.

Como se observa en el Memo 1.2 relativo a “cómo se luce”, se puso a consideración de los entrevistados el precepto “*Considerando que la imagen personal tiene mucho que ver con la percepción, las personas atractivas son más seguras y se les considera competentes*”, con lo que se obtuvieron los hallazgos que se comentan a continuación.

La seguridad y competencia de una persona no se basa sólo en verse atractiva si no en verse bien y presentable, ya que tener una imagen limpia y ordenada es una imagen que llama o captura la atención más fácilmente. La imagen personal habla de la pulcritud de la persona, su respeto consigo mismo y con los demás (L01).

La mayoría de las personas atractivas suelen tener más confianza en sí mismas y apoyan la idea que “como tú te veas y te sientas te percibirán las demás personas”, sin embargo influye también la personalidad que tenga cada persona; considerarse atractiva, su autoestima aumenta y hacen sentir esa seguridad en ellos mismos (L02).

Los seres humanos somos muy visuales por lo que la valoración de que una persona sea atractiva, es sólo percepción, siempre hay que acercarse y conocer a quien se va a tratar para cualquier negociación o simplemente conocer a fondo a una persona.

Las personas atractivas son más seguras, por lo tanto más desinhibidas y arriesgadas, por lo que por lo general alcanzan más metas planteadas (L03).

La imagen impacta directamente con la percepción y la aceptación de una persona, lo que la hace más segura o por lo menos con cierta predisposición al éxito (L04). *Una persona al estar más segura de sí misma y reflejarlo hacia los demás hace pensar que son más competitivos; la seguridad eleva el ánimo para salir adelante ya que la persona se desenvuelve con más soltura* (L05).

El efecto Halo (sesgo cognitivo que hace que tendamos a atribuir una serie de cualidades a una persona a través de un indicador visible) es aplicado inconscientemente por lo tanto, muchas veces esto tiene mucho que ver con cómo percibes a las personas.

La imagen personal es la tarjeta de presentación de una persona, sin embargo el hecho de que sea atractiva no necesariamente lo hace más o menos competente. *La seguridad de una persona es la suma de conocimientos y la imagen que muestra hacia su entorno* (L06).



Como se observa en el Memo 1.3 relativo a “cómo se luce, se puso a consideración de los entrevistados el precepto *“las personas atractivas tienen fuertes habilidades de comunicación y socialización que les permiten interactuar bien ante el resto de las personas”*, con lo que se obtuvieron los hallazgos que se comentan a continuación.

Las personas al sentirse bien consigo mismas reflejan seguridad y por ende su comunicación es más efectiva y su socialización más afable (L07). Son mejor aceptadas por la sociedad y, al depender de la confianza en sí mismas, suelen ser más sociables. Comúnmente, las personas más atractivas son a quienes más se les conoce en el medio en el que se desarrollan ya que su apariencia física es lo primero que llama la atención. Tienen una mejor autoestima y, por lo tanto, pueden demostrar ser personas más seguras.

Las personas atractivas normalmente no padecen desprecio por su físico, lo que en consecuencia las lleva a tener mejor actitud y les da la capacidad mental de ser más sociables. Se sienten más seguros de sí mismos, porque saben que fácil logran la atención de las personas. Al estar seguros de que son atractivos para los demás, les será menos difícil interactuar con las demás personas.

Por la confianza que tienen en sí mismos no son tímidos, al contrario manifiestan ser más extrovertidos (L08). *Tienen capacidad de comunicarse y socializar, a partir de su formación cultural y profesional* (L09).

Algo que se debe tener en cuenta es que *las personas atractivas que tienen inteligencia, seguridad, humildad, tienen las mejores herramientas y habilidades comunicativas, con lo que más fácilmente desarrollan capacidad de socialización y éxito personal e intrapersonal* (L10). Las personas con menos atractivo físico requieren compensar con otras capacidades y por lo regular los hace ser más entusiastas, empáticos y simpáticos.

Como se observa en el Memo 1.4 relativo a “cómo se luce”, se puso a consideración de los entrevistados el precepto “*la forma de vestir logra, con la imagen proyectada, una mayor influencia y credibilidad*”, con lo que se obtuvieron los hallazgos que se comentan a continuación.

Lo que los demás perciben es el resultado de lo que la persona siente al vestirse bien; la imagen que se proyecta con la vestimenta logra influenciar en otras personas, debiéndose cuidar el estilo indicado para el lugar en donde la persona se desempeñe (L11).

Una persona con un vestido apropiado, bajo esquemas sociales, es mejor aceptada y es considerada más profesional; la apariencia personal da una buena primera impresión y es parte de formación y valores de cada individuo. La credibilidad e influencia depende de lo que se puede transmitir, su conocimiento y dominio del tema (L12).

Una imagen es muy importante, una persona bien vestida da mayor confianza; una mayor formalidad al vestir se proyecta al momento de dialogar, de inspirar y de transmitir confianza y credibilidad (L15). La primera impresión suele ser la carta de presentación. Hay códigos de vestir para diferentes ocasiones y todo depende de lo que se desee proyectar.; lo que se expresa y proyecta a través de la imagen, incluye desde la ropa hasta el peinado. La forma de vestir puede decir mucho de ellos; como te ven las demás personas ayuda a que crean o no en ti; reafirma los dichos populares en México de “como te ven te tratan” y “una imagen dice más que mil palabras”.

En un proceso de contratación, las empresas no solo valoran el expediente y experiencia para ocupar un puesto, se considera vital la presentación personal y la forma de vestir, ya que se demuestra un factor de mayor influencia y credibilidad (L13).

La imagen deberá acompañarse de las suficientes habilidades para influir y convencer; esto potencia la credibilidad (L14).

Cómo se habla

Como se observa en el Memo 2.1 relativo a “cómo se habla”, se puso a consideración de los entrevistados el precepto “*para ser un buen líder, es necesario ser un buen conversador*”, con lo que se obtuvieron los hallazgos que se comentan a continuación.

Los líderes generalmente proyectan admiración por la manera en que se desenvuelven socialmente (H01); *tienen facilidad de palabra y saben cómo hablar ante las personas, además de tener conocimiento y ser entusiasta, expresando correctamente lo que quiere transmitir* (H02); tienen que tener un buen dominio del léxico, un buen vocabulario y conocer del tema que hable. La facilidad de palabra abre muchas puertas en los negocios y denota seguridad.

Tener facilidad de palabra para proyectar el mensaje adecuado es lo que un líder necesita para comunicar de forma efectiva el mensaje que desea; debe saber cómo hablarle a la gente que le sigue (H03), recordando que ser un jefe no lo hace en automático ser un líder. Para poder dirigir a otras personas se debe saber expresar de buena forma, tener comunicación fluída y con capacidades para negociar, para lo que se requiere leer mucho y cultivar el conocimiento.

Un líder necesita poseer una buena habilidad comunicativa, verbal y corporal a partir de cultivar sus conocimientos para poder llegar a sus seguidores y convencerlos (H04).

Es importante que un líder hable correctamente si quiere generar admiración, respeto y seguimiento; un líder es informado, culto y maneja adecuadamente la inteligencia emocional para hacer que sus colaboradores crean y confíen en él. Un líder debe ser oídos y boca del grupo que dirige; ser un buen conversador requiere de saber escuchar para, posteriormente influir y transmitir el mensaje que desea hacia su gente (H05).

Como se observa en el Memo 2.2 relativo a “cómo se habla”, se puso a consideración de los entrevistados el precepto *“el buen uso del lenguaje enmarca una buena percepción y la reacción hacia esa persona favorece alcanzar un buen liderazgo”*, con lo que se obtuvieron los hallazgos que se comentan a continuación.

Dar a conocer todo lo que se quiere expresar provoca que se llegue a convencer a las personas de lo que se está comunicando; el buen uso del lenguaje verbal, así como del lenguaje corporal es importante para alcanzar un buen nivel de liderazgo. *Un lenguaje correcto, permite que las personas comprendan lo que su líder quiere transmitirles; el buen uso del lenguaje, del léxico y del vocabulario ayuda a ejercer un buen liderazgo, ya que la forma de hablar dice mucho de la personalidad del líder* (H06).

Sin una buena comunicación no habría un buen liderazgo, ya que es parte de un conjunto de aptitudes que debe de tener un líder, independientemente de que genera la imagen de alguien preparado (H07). *Un líder tiene que saber a quién se está dirigiendo y adaptarse a su audiencia ya que saber expresarse, hace a personas más competentes; el lenguaje va íntimamente ligado con la preparación de una persona y esto a su vez con el liderazgo, al representar la posibilidad de enviar mensajes a los receptores de manera eficaz* (H08).

Es el buen lenguaje el que convence, porque denota educación y preparación para enfrentar cualquier situación individual o en conjunto; demuestra el potencial de la persona. El lenguaje es parte y complementa la buena imagen ya que denota cultura e inteligencia. Si el lenguaje es claro y directo, logrará mejores resultados (H09).

Es un punto muy necesario para el logro de una buena percepción sobre el líder, ya que tiene que tener diversas capacidades para lograr una correcta transmisión del mensaje y de esta manera verse más seguro con lo que habla.

Como se observa en el Memo 2.3 relativo a “cómo se habla”, se puso a consideración de los entrevistados el precepto *“la percepción de una buena imagen tiene mucho que ver lo que se dice en el momento correcto y demuestra que se tiene precisión mental y control de las emociones”*, con lo que se obtuvieron los hallazgos que se comentan a continuación.

Lo que se expresa de una forma sencilla y coherente así como motivacional genera una buena imagen; mucho tiene que ver para generar buena imagen saber tratar cualquier situación de una forma más controlada (H10). *La primera impresión va acompañada tanto de la imagen física como de lo que se habla, de la precisión mental que se tenga y del control emocional que se demuestre. Es el punto más importante para dar buena imagen* (H11).

Tener el control de las emociones indica ser una persona asertiva; para cada situación se tiene que tener un control mental adecuado, ya que casi siempre se presentan diferentes situaciones en las que no se sabe con qué tipo de personalidad nos vamos a topar en el camino; hay que actuar como es debido sea cual sea la situación (H12).

Una buena imagen ayuda, más no es determinante en la precisión mental y en el control de las emociones, sólo denota a un individuo más completo a nivel personal que *demuestra un equilibrio en todos los aspectos de su vida* (H13). *Tener precisión mental demuestra que se piensa lo que va a decir antes de hablarlo; representa que es una persona con temple y fuerza, facetas que son importantes para la toma de decisiones; existe coherencia entre lo que se piensa y se actúa* (H14).

Tener las palabras correctas para cada momento generará una buena imagen; decir las cosas en tiempo y forma es un arte; saber decir las cosas correctas en su momento es una intuición personal que brinda una buena imagen a quien lo realiza (H15).



Como se observa en el Memo 2.4 relativo a “cómo se habla”, se puso a consideración de los entrevistados el precepto “*una adecuada imagen personal demuestra madurez interior*”, con lo que se obtuvieron los hallazgos que se comentan a continuación.

Una adecuada imagen demuestra estabilidad; en la medida en que se es capaz de mantener una buena imagen, se es capaz de ser un buen líder (H16). Se debe de tener una imagen personal acorde a la edad que se tiene.

Conforme se crece como persona, se adquiere madurez; es el equilibrio entre lo que se tiene dentro y se refleja en el exterior. Se preocupan y se toman el tiempo diariamente por dar esa adecuada imagen tanto personal, como moral (H17).

Es muy importante lo que se expresa al mundo, por lo que saber elegir el código de vestir para cada ocasión resulta imprescindible; se debe expresar a través de la imagen personal, el grado de edad que tiene una persona y vivir dentro de los parámetros adecuados; establecer una norma de presentación correcta de lo que en realidad somos (H18).

La imagen personal debe complacer primero en lo personal, antes que a los demás y es una proyección de su interior; demuestra formalidad y compromiso; es parte de un proceso de maduración intelectual y personal ya que, con base en las experiencias de vida la persona se da cuenta de lo importante que es la apariencia personal (H19).



Como se observa en el Memo 2.5 relativo a “cómo se habla”, se puso a consideración de los entrevistados el precepto “*las personas que controlan sus emociones son más apreciadas y mejoran sus relaciones y su reputación*”, con lo que se obtuvieron los hallazgos que se comentan a continuación.

Se puede confiar más fácilmente en las personas que controlan sus emociones ya que se esperará que no tomarán decisiones impulsivas; es una gran cualidad, saber controlar las emociones y no dejar que estas determinen la relación en el entorno, tanto laboral y personal (H20).

Al estar consciente de sus propias emociones es más sencillo relacionarse. Una persona que controla sus emociones mantiene una mejor relación laboral, son más fáciles de tratar y evitan el conflicto; es más apreciada una persona que nunca se sale de control (H21).

Siempre es bueno saber controlarse y saber cuándo es prudente quedarse callado y cuando no, porque evitan situaciones o “conflictos” innecesarios; saber manejar adecuadamente los sentimientos propios y ajenos es la base de la inteligencia emocional. Tener control mental respecto de lo que puede suceder a su alrededor y reaccionar más conscientemente, le lleva a la persona a obtener mejores resultados, independientemente de cualquier situación (H22).

Una persona sincera que tiene el valor de mostrar y encausar sus emociones es muy apreciada, ya que saben cuándo es el momento correcto para dar a conocer sus sentimientos; una persona expresiva puede hacer más amistades que una persona seria, sin embargo hay que tener cuidado ya que una persona temperamental es complicada de tratar (H23).



A la mayoría de la gente les gustan las personas firmes debido a la puntualidad de sus comentarios. Sus seguidores podrán darse cuenta que podrá estar en situaciones tensas y sabrá guardar la calma ya que tienen más autocontrol (H24).

No saber controlar las emociones en muchas ocasiones lleva a actuar de una manera indebida ya que en algún momento se dicen cosas que no se sienten y de lo que después se puede arrepentir.



Como se observa en el Memo 2.6 relativo a “cómo se habla”, se puso a consideración de los entrevistados el precepto *“las personas con buena imagen usan el poder de sus palabras para hacer que los demás vean alternativas y acciones positivas”*, con lo que se obtuvieron los hallazgos que se comentan a continuación.

Los individuos se pueden dejar influenciar por quien proyecta ser una persona exitosa y que cuida todos los detalles (en este caso, su aspecto personal); este tipo de personas con preparación y presencia, son motivacionales para muchos (H25).

Si una persona conoce y domina lo que habla; lo puede llegar a convertir en un “influencer”, ya que persuaden y se las ingenian para obtener lo que quieren ya que llaman fácilmente la atención de los demás.

Las personas que usan el poder de sus palabras reflejan seguridad en su vida y por lo cual las demás personas se convencen que las alternativas y acciones que les mencionen tendrán un peso en ellas; usan su capacidad de convencimiento (H26).

Ahora bien, también hay que considerar que contar con una buena imagen no significa que lo que la persona exprese sea la mejor opción.



Como se observa en el Memo 2.7 relativo a “cómo se habla”, se puso a consideración de los entrevistados el precepto *“para ser visto como un líder intelectual, hay que buscar situaciones en las que haya desacuerdos y replantear las cosas para unir a los demás, en lugar de permitir que el replanteamiento genere conflicto y decepción”*, con lo que se obtuvieron los hallazgos que se comentan a continuación.

Una persona conciliadora genera confianza y se logran mejores éxitos, cuando esa persona es la cabeza de una organización, persuade para que los conflictos que surjan sean analizados desde otra perspectiva logrando unir en vez de destruir (H27).

Para lograr obtener mejores resultados es mejor analizar el error y obtener opiniones argumentadas sobre lo necesario para corregir y determinar hacia donde se quiere llegar, para volver a plantear todo en equipo para hacerlo bien. Un buen líder tiene la cualidad de convencer, evitar conflictos y trabajar por un bien común.

El intercambio en las ideas es complejo, pero saber manejar un conflicto es necesario para todo líder; replantear una situación permite unificar y mediar, de tal forma que de lo negativo se saque lo positivo. Siempre es más importante buscar la solución al problema que culpar al que cometió el error y castigarlo (H28).

Un líder intelectual debe saber manejar cualquier tipo de situación, haciendo siempre lo que es mejor y más conveniente; un buen líder también puede influir en situaciones positivas para mejorarlas (H29).

Un líder preparado, buscará el mejor manejo de la situación, considerando la opinión de los involucrados y llegando a acuerdos, sin generar conflicto y decepción. El líder siempre trata de sumar, no de dividir; hay que saber comunicar la mejor opción ya que un líder siempre busca soluciones en conjunto (H30).



Un buen líder jamás plantará la idea del desacuerdo, sino más bien buscará las mejores alternativas que no afecten a terceros; buscará el diálogo, la paz, la equidad, la justicia y demás valores que van de acuerdo con la intelectualidad, si se es lo suficientemente capaz, se sabrá manejar el encono, facilitando la resolución de conflictos (H31).

Un buen líder no impone su voluntad, escucha, ayuda y concilia con los demás; busca acuerdos y plantea situaciones para lograr satisfacer la mayoría de las necesidades de su grupo con argumentos coherentes que unan a su comunidad (H32).

Cómo se piensa

Como se observa en el Memo 3.1 relativo a “cómo se piensa”, se puso a consideración de los entrevistados el precepto “*es necesario aprender a identificar lo importante con la cantidad de información que se tiene*”, con lo que se obtuvieron los hallazgos que se comentan a continuación.

Es importante aprender a manejar la información, en cantidad y calidad, pero con la profundidad necesaria para resolver las tareas del día a día y las problemáticas que se presenten; es una habilidad que todas las personas deberían tener para no entrar en conflictos (P01).

Es fundamental para lograr el éxito que se desea, aprender a identificar la información importante, para evitar contratiempos y conflictos innecesarios; del mismo modo que aprender a razonar la información para la solución adecuada de problemas (P02).

Es necesario rescatar lo que de verdad importa de las cosas que le quitan el sentido; no importa la cantidad de información pues siempre existirá información clave que sea relevante (P03).

Hay que ser práctico y no perder el tiempo, analizando con claridad y priorizando de lo más importante a lo menos. *Si no se identifica la información más importante, no habrá acciones contundentes que posibiliten la identificación de aquellas cosas realmente relevantes, en el contexto de lo que desea solucionar* (P04).

Si se logra identificar lo importante en cualquier situación, no es necesaria demasiada información, sino la suficiente que le permita analizarla y con base en ella tomar decisiones.



Como se observa en el Memo 3.2 relativo a “cómo se piensa”, se puso a consideración de los entrevistados el precepto *“las personas con buena imagen no se quedan estancadas con sólo una perspectiva, sino que se anticipa y basa las estrategias en lo que se sabe acerca del presente y futuro”*, con lo que se obtuvieron los hallazgos que se comentan a continuación.

Una persona preparada, conocedora y con experiencia es la que se anticipa a los problemas y definen sus estrategias de manera adecuada y en el tiempo correcto (P05).

Es más importante la información que se brinda, ya que demostrar inteligencia tiene mayor impacto, sin embargo una buena imagen siempre ayudará a avanzar (P06).

Una persona que busca superarse siempre va por lo que quiere y lo consigue, la imagen es una perspectiva de lo que eres y de lo que quieres. Las personas con buena imagen buscan siempre estar por encima de la línea, no se conforman con una sola perspectiva (P07).

Estas personas siempre quieren seguir mejorando y aprendiendo por lo cual les gusta asegurar su futuro, además son analíticos y previsores; aunque muchas veces no acierten al crear expectativas a futuro, en muchos casos mantener su perspectiva les brinda buenos resultados y éxito en lo que emprenden (P08).

Como se observa en el Memo 3.3 relativo a “cómo se piensa”, se puso a consideración de los entrevistados el precepto *“es importante que se tenga y demuestre un pensamiento estratégico para hacer un análisis acertado de los problemas con ideas innovadoras, con buen enfoque y una adecuada claridad”*, con lo que se obtuvieron los hallazgos que se comentan a continuación.

Pensamiento estratégico habla de planes de acción para la resolución de problemas, lo que implica valorar hacia el futuro, para realizar un análisis de problemas que implique plantear una acción para resolverlas. *Es importante tener un pensamiento estratégico que le permita lograr cambios y enfoques que ayuden a resolver los problemas que se presentan; analizando y tomando decisiones para poner en práctica acciones que se requieren para resolver problemas para el corto, mediano y largo plazo* (P09). *Es necesario entender adecuadamente la expectativas hacia el futuro, a través de la información con que se cuenta, para poder diseñar adecuadamente los planes de acción necesarios para resolver las problemáticas en una organización* (P10).

Pensar en el corto plazo es bueno pero tener una orientación hacia el largo plazo va dando una idea más abierta y con mayor ventaja, lo que ayuda a mejorar y a lograr el convencimiento, en un momento dado. En la medida que se tenga un mayor y mejor análisis, mejores serán las decisiones y/o consecuencias (P11).

Es mejor anteponerse a las cosas para saber cómo actuar; se tiene que tener un pensamiento definido a largo plazo para tener claras las decisiones que se tomarán y para que el objetivo se cumpla, es decir, para lograr ideas acertadas y oportunas (P17). *Si no se anticipa con estrategias, con un buen enfoque y claridad, la realidad va a superar y se perderá la perspectiva de hacia dónde llegar; se necesita tener identificadas adecuadamente las oportunidades y las amenazas para saber con más claridad cómo dar soluciones a los problemas* (P12).

Como se observa en el Memo 3.4 relativo a “cómo se piensa”, se puso a consideración de los entrevistados el precepto “*es importante aprender a pensar rápido bajo situaciones de presión y ante momentos de crisis para tener mejor credibilidad*”, con lo que se obtuvieron los hallazgos que se comentan a continuación.

Es importante aprender a pensar rápido bajo situaciones de presión ya que, en muchas ocasiones, de ello dependerá la tranquilidad de los colaboradores y externos involucrados en el problema. Es necesario no solo para la credibilidad, sino también para el estado emocional de la persona que se encuentre en esa situación (P13).

El tiempo para resolver un problema es fundamental y la solución que se ofrezca debe ser acertada y no genere conflicto; es necesario poseer experiencia sobre el problema de que se trate. Tener una respuesta o solución rápida siempre dará credibilidad y es muy importante para dar una mejor imagen. Se tiene que tener entereza para tener la capacidad de tomar decisiones bajo presión y que éstas se concreten del modo esperado y con esto se genere la credibilidad al tomar buenas decisiones (P14).

Cuando se piensa rápido las personas que se encuentran alrededor se dan cuenta de la capacidad y preparación, que tiene el tomador de decisiones. Es fundamental aprender a trabajar bajo presión para pensar siempre con claridad. El ritmo de vida en la actualidad exige una demanda alta de control y trabajo bajo presión por eso es importante saber pensar rápido ante estas situaciones, sabiendo analizar los puntos principales de la problemática, para no equivocarse al momento de tomar la decisión (P15).

Los resultados determinan la credibilidad en una persona, por lo que es importante pensar rápido y bajo presión y es fundamental en un proceso administrativo; entre más seguras sean las palabras y las acciones en momentos de crisis, con mayor énfasis se marca la percepción que los demás tengan del líder, es decir, del carácter que van a percibir y de la habilidad que se tiene para resolver problemas ante cualquier circunstancia que se presente (P16).



Como se observa en el Memo 3.5 relativo a “cómo se piensa”, se puso a consideración de los entrevistados el precepto “*el ejemplo que brinda un líder resalta la integridad y confiabilidad y es ejemplo por su forma de pensar*”, con lo que se obtuvieron los hallazgos que se comentan a continuación.

Un líder es una persona en la que se apoya para poder crecer y creer que sí se puede lograr lo que se pretende. Tiene que ser bien visto dentro y fuera de la organización, refleja sus valores y da el ejemplo que motiva; el ejemplo arrasa.

Los líderes deben ser un buen ejemplo ya que son el pilar de cualquier equipo de trabajo; es el guía y el modelo a seguir; con el ejemplo se resalta la integridad y confiabilidad del líder (P20).

El líder de cualquier proyecto siempre tiene que tener la imagen adecuada a su perfil y ser bien visto por todos ya que su ejemplo arrastra.

El líder debe mostrar congruencia entre lo que dice y lo que hace, eso habla de su integridad y de su confiabilidad; es decir, la congruencia entre el hacer y el pensar resalta ese nivel de integridad (P18).

Un líder debe ser todo aquel ejemplo a seguir dentro de una organización; un ser íntegro y confiable es el ideal para el éxito de una organización; es un todo en la imagen y la personalidad que proyecta (P19).



Como se actúa

Como se observa en el Memo 4.1 relativo a “cómo se actúa”, se puso a consideración de los entrevistados el precepto “*un líder es creíble y logra que los demás lo sigan por su inteligencia*”, con lo que se obtuvieron los hallazgos que se comentan a continuación.

Un líder es creíble no solo por su inteligencia ya que convence también por su personalidad, su empatía, su trato, sus acciones y su trabajo; por la forma de convencer y resolver problemas. La credibilidad que posea el líder hará que los empleados lo sigan (A01).

La inteligencia y los conocimientos que demuestra son solo una parte de las habilidades que debe tener un líder; es por las acciones que hace o el recorrido que ha tenido en la vida, sus logros y resultados lo que lo ubica en una posición diferenciada de los demás (A02).

Un líder debe saber proyectar su inteligencia a través de las acciones acertadas que ha tenido, con lo que logra que se le siga y pueda convencer (A19). *Debe además proyectar seguridad al hablar y demostrar convicción con lo que hace* (A03).

El liderazgo es una combinación entre inteligencia y carácter, por lo que su personalidad independientemente de su capacidad intelectual sería un aspecto por el cual logra seguidores (A04).

Un buen líder nunca engaña a su gente; tiene la capacidad de resolver problemas y decidir lo mejor dependiendo de la situación en que se encuentre; es un modelo a seguir que siempre se destaca por su inteligencia, su poder de mover a las personas (A05).



Como se observa en el Memo 4.2 relativo a “cómo se actúa”, se puso a consideración de los entrevistados el precepto *“la combinación de simpatía y credibilidad son características en un líder con buena imagen”*, con lo que se obtuvieron los hallazgos que se comentan a continuación.

El líder debe creer en él mismo para que los demás lo hagan; es necesario tener simpatía ante los empleados, para generar empatía con ellos y credibilidad ante el dicho y el hecho (A06).

Un buen líder tiene muchas cualidades que fue adquiriendo y otras le fueron dadas por la naturaleza. *Por lo general un líder debe simpatizar para lograr credibilidad y generar confianza. La simpatía habla de características como la empatía, la humildad, la sencillez, la amabilidad* (A21).

Un líder siempre tendrá que simpatizar con los demás y a través de su imagen lo puede lograr; el líder va generando con las personas de su equipo de trabajo un estatus de confianza y simpatía, con el que ellos se sientan con la tranquilidad de ser más abiertos ante todo tipo de situaciones (A07).

Como se observa en el Memo 4.3 relativo a “cómo se actúa”, se puso a consideración de los entrevistados el precepto *“las personas con buena imagen llevan una vida cordial y sobresalen entre la multitud”*, con lo que se obtuvieron los hallazgos que se comentan a continuación.

Una buena imagen es lo que se quiere decir sin muchas palabras; refleja lo que realmente somos. La dedicación y empeño que una persona pone en su proyección, la ubica un paso delante de los demás. Sobresale más con una mentalidad amplia y consciente.

Una persona con buena imagen sobresale entre la multitud, demuestra cordialidad, fortaleza y seguridad (A20).

Una buena imagen no solo se refiere a la forma que se ve a una persona físicamente, sino también la vida que lleva, la familia que forma, su comportamiento (A08); *una persona con buena reputación y buena imagen sobresale de las demás* (A09).



Como se observa en el Memo 4.4 relativo a “cómo se actúa”, se puso a consideración de los entrevistados el precepto “*Las personas respetan a quienes expresan con claridad y seguridad lo que piensan, sin que haya conflicto entre sus valores personales y públicos*”, con lo que se obtuvieron los hallazgos que se comentan a continuación.

Las personas que se expresan con claridad y seguridad, se respetan por ser personas ejemplares (A10). *La sociedad espera que las personas sean íntegras y con coherencia tanto en su trabajo como en su vida personal* (A11).

Hablar con claridad disminuye el conflicto siempre y cuando se tenga equilibrio entre lo que se dice y se hace; en caso que lleguen a dar una opinión que no sea de su agrado, deben tener la inteligencia mental para tomar lo mejor que venga de ese comentario y el resto desecharlo. Al ser personas que hacen lo que creen correcto, se espera que defiendan su punto de vista de manera adecuada y con suficientes argumentos (A12).

Al existir congruencia entre lo que se piensa, se sienta y se actúe, se genera por consecuencia respeto. Se puede admirar a una persona segura y clara al hablar, eso hace sentir respeto hacia esa persona (A13).

No depende siempre de la persona que se está expresando sino del tipo de personas a quien se está dirigiendo. *Los valores van ligados directamente con el respeto que se puede ganar de la gente* (A14).



Como se observa en el Memo 4.5 relativo a “cómo se actúa”, se puso a consideración de los entrevistados el precepto “*Las personas esperan que los líderes vivan los papeles, valores y normas que han creado*”, con lo que se obtuvieron los hallazgos que se comentan a continuación.

La gente espera que un líder viva los valores y normas que ha establecido (A15); que sea casi como un superhéroe sin errores, pero es difícil ya que no dejan de ser humanos.

El líder está obligado a conocer la realidad que vive todo integrante de su organización, tiene que dar el ejemplo y ser una guía de esa forma de vivir, es decir, seguir sus ideales y ser fiel a su modo de pensar, porque si los implementan en su vida diaria es porque realmente creen en esos ideales (A16).

Un líder debe ser congruente en las acciones y las palabras; la congruencia es el valor más respetado de los líderes, el equilibrio entre lo que pienso y lo que actúo; si siguen algo es porque ellos lo pueden vivir, o sea que para imponer algo debe ser el primero en hacerlo (A17).

Al haber creado las normas la gente debe pensar que así lo vive el líder, que debe predicar con el ejemplo y tener congruencia en el pensar y el hacer (A18).

Una vez que se redactaron las expresiones de cada una de las personas entrevistadas, se procedió a revisar minuciosamente cada párrafo, buscando la relación que se tuviera con cada uno de los indicadores sobre liderazgo: conocimientos, actitudes, conductas y carisma de un líder.

Como se mencionó anteriormente, en aquellos párrafos que se consideraron que formaban parte de los indicadores relacionados con liderazgo, se les insertó un código que sirve de referencia sobre el origen del texto; a continuación se describen los resultados obtenidos:

Sobre los conocimiento que debe tener un líder

El liderazgo es una combinación entre inteligencia y carácter, por lo que su personalidad y su capacidad intelectual son un aspecto por el cual logra seguidores (A04).

Un líder debe saber proyectar su inteligencia a través de las acciones acertadas que ha tenido, con lo que logra que se le siga y pueda convencer (A19). La inteligencia y los conocimientos que demuestra son solo una parte de las habilidades que debe tener un líder; es por las acciones que hace o el recorrido que ha tenido en la vida, sus logros y resultados (A02).

Una persona que busca superarse siempre va por lo que quiere y lo consigue, la imagen es una perspectiva de lo que eres y de lo que quieres. Las personas con buena imagen buscan siempre estar por encima de las personas normales, no se conforman con una sola perspectiva (P07).

Un líder es una persona preparada, conocedora y con experiencia; es la que se anticipa a los problemas y define sus estrategias de manera adecuada y en el tiempo correcto (P05); quiere seguir mejorando y aprendiendo por lo cual le gusta asegurar su futuro, además de ser analítica y previsor, aunque muchas veces no acierte al crear

expectativas a futuro, en muchos casos mantener su perspectiva le brinda buenos resultados y éxito en lo que emprenden (P08).

Para un líder es importante tener un pensamiento estratégico que le permita lograr cambios y enfoques que ayuden a resolver los problemas que se le presentan; analizando y tomando decisiones para poner en práctica acciones que se requieren para resolver problemas para el corto, mediano y largo plazo (P09).

Un líder entiende adecuadamente las expectativas hacia el futuro, a través de la información con que se cuenta, para poder diseñar adecuadamente los planes de acción necesarios para resolver las problemáticas en una organización (P10).

Si no se anticipa con estrategias, con un buen enfoque y claridad, la realidad lo va a superar y se perderá la perspectiva de hacia dónde llegar; necesita tener identificadas adecuadamente las oportunidades y las amenazas para saber con más claridad cómo dar soluciones a los problemas (P12).

Para un líder es mejor anteponerse a las cosas para saber cómo actuar; se tiene que tener un pensamiento definido a largo plazo para tener claras las decisiones que se tomarán y para que el objetivo se cumpla, es decir, para lograr ideas acertadas y oportunas (P20). Pensar en el corto plazo es bueno pero tener una orientación hacia el largo plazo va dando una idea más abierta y con mayor ventaja, lo que ayuda a mejorar y a lograr el convencimiento de sus seguidores. En la medida que se tenga un mayor y mejor análisis, mejores serán las decisiones y/o consecuencias (P11).

El tiempo para resolver un problema es fundamental y la solución que se ofrezca debe ser acertada y no genere conflicto; es necesario poseer experiencia sobre el problema de que se trate. Tener una respuesta o solución rápida siempre dará credibilidad y es muy importante para dar una mejor imagen. Se tiene que tener entereza para tener la capacidad de tomar decisiones bajo presión y que éstas se concreten del modo esperado y con esto se genere la credibilidad al tomar buenas decisiones (P14).

Cuando se piensa rápido las personas que se encuentran alrededor se dan cuenta de la capacidad y preparación, que tiene el tomador de decisiones. Es fundamental aprender a trabajar bajo presión para pensar siempre con claridad. El ritmo de vida en la actualidad exige una demanda alta de control y trabajo bajo presión por eso es importante saber pensar rápido ante cualquier situación, sabiendo analizar los puntos principales de la problemática, para no equivocarse al momento de tomar la decisión (P15).

Es importante aprender a pensar rápido bajo situaciones de presión ya que, en muchas ocasiones, de ello dependerá la tranquilidad de los colaboradores y externos involucrados en el problema. Es necesario no solo para la credibilidad del líder, sino también para el estado emocional de la persona que se encuentre en esa situación (P13).

Los resultados determinan la credibilidad en un líder, por lo que es importante pensar rápido y bajo presión, siendo fundamental ante cualquier problemática en un medio administrativo. Entre más seguras sean las palabras y las acciones en momentos de crisis, con mayor énfasis se marca la percepción que los demás tengan del líder, es decir, del carácter que van a percibir y de la habilidad que se tiene para resolver problemas ante cualquier circunstancia que se presente (P16).

Es importante aprender a manejar la información, en cantidad y calidad, pero con la profundidad necesaria para resolver las tareas del día a día y las problemáticas que se presenten; es una habilidad que todas las personas deberían tener para no entrar en conflictos (P01).

Es fundamental para lograr el éxito, aprender a identificar la información importante, para evitar contratiempos y conflictos innecesarios; del mismo modo que aprender a razonar la información para la solución adecuada de problemas (P02). Es necesario rescatar lo que de verdad importa de las cosas que le quitan el sentido; no importa la

cantidad de información pues siempre existirá información clave que sea relevante (P03).

Si no se identifica la información más importante, no habrá acciones contundentes que posibiliten la identificación de aquellas cosas realmente relevantes, en el contexto de lo que desea solucionar (P04). Es importante la información que se brinda, ya que demostrar inteligencia tiene mayor impacto para brindar una buena imagen que siempre ayudará a avanzar (P06). Debe además proyectar seguridad al hablar y demostrar convicción con lo que hace (A03).

La seguridad de una persona es la suma de conocimientos y la imagen que muestra hacia su entorno (L06); esos conocimientos incluyen la capacidad de comunicarse y socializar a partir de su formación cultural y profesional (L09). Las personas atractivas que tienen inteligencia, seguridad y humildad, tienen las mejores herramientas y habilidades para comunicarse, con lo que más fácilmente desarrollan capacidad de socialización y éxito personal e intrapersonal (L10).

Una buena imagen personal, acompañada de suficientes habilidades para influir y convencer, potencia grandemente su credibilidad (L14); tienen facilidad de palabra y saben cómo hablar ante las personas, además de tener conocimiento y ser entusiasta, expresando correctamente lo que quiere transmitir, permite abrir muchas puertas en procesos de negociación ante la seguridad que demuestra (H02).

Tener facilidad de palabra para proyectar el mensaje adecuado es lo que un líder necesita para comunicar de forma efectiva el mensaje que desea; debe saber cómo hablarle a la gente que le sigue (H03). Un líder necesita poseer una buena habilidad comunicativa, verbal y corporal, a partir de cultivar su conocimiento para poder llegar a sus seguidores y convencerlos (H04).

Un lenguaje correcto, permite que las personas comprendan lo que su líder quiere transmitirle; el buen uso del lenguaje, del léxico y del vocabulario ayuda a ejercer un buen liderazgo, ya que la forma de hablar dice mucho de la personalidad del líder (H06). Sin una buena comunicación no habría un buen liderazgo, ya que es parte de un conjunto de aptitudes que debe de tener un líder, independientemente de que genera la imagen de alguien preparado (H07).

Un líder tiene que saber a quién se está dirigiendo y adaptarse a su audiencia ya que saber expresarse, hace a personas más competentes; el lenguaje va íntimamente ligado con la preparación de una persona y esto a su vez con el liderazgo, al representar la posibilidad de enviar mensajes a los receptores de manera eficaz (H08).

Es el buen lenguaje el que convence, porque denota educación y preparación para enfrentar cualquier situación individual o en conjunto; demuestra el potencial de la persona. El lenguaje es parte y complementa la buena imagen ya que denota cultura e inteligencia. Si el lenguaje es claro y directo, logrará mejores resultados (H09).

Tener las palabras correctas para cada momento generará una buena imagen; decir las cosas en tiempo y forma es un arte; saber decir las cosas correctas en su momento es una intuición personal que brinda una buena imagen a quien lo realiza (H15).

Un buen líder jamás plantará la idea del desacuerdo, sino más bien buscará las mejores alternativas que no afecten a terceros; buscará el diálogo, la paz, la equidad, la justicia y demás valores que van de acuerdo con la intelectualidad, si se es lo suficientemente capaz, se sabrá manejar el encono, facilitando la resolución de conflictos (H31).

Hablar con claridad disminuye el conflicto siempre y cuando se tenga equilibrio entre lo que se dice y se hace; en caso que lleguen a dar una opinión que no sea de su agrado, deben tener la inteligencia mental para tomar lo mejor que venga de ese comentario y el resto desecharlo. Al ser personas que hacen lo que creen correcto, se

espera que defiendan su punto de vista de manera adecuada y con suficientes argumentos (A12).

La primera impresión va acompañada tanto de la imagen física como de lo que se habla, de la precisión mental que se tenga y del control emocional que se demuestre; es el punto más importante para dar buena imagen (H11).

Sobre las actitudes que debe tener un líder

La imagen impacta directamente con la percepción y la aceptación de una persona, lo que la hace más segura o por lo menos con cierta predisposición al éxito (L04).

Las personas al sentirse bien consigo mismas reflejan seguridad y por ende su comunicación es más efectiva y su socialización más afable (L07). Por la confianza que tienen en sí mismos no son tímidos, al contrario manifiestan ser más extrovertidos (L08).

Las personas que usan el poder de sus palabras reflejan seguridad en su vida y por lo cual las demás personas se convencen que las alternativas y acciones que les mencionen tendrán un peso en ellas; usan su capacidad de convencimiento (H26).

El líder debe creer en él mismo para que los demás lo hagan; es necesario tener simpatía ante los empleados, para generar empatía con ellos y credibilidad ante el dicho y el hecho (A06). Una buena imagen no solo se refiere a la forma que se ve a una persona físicamente, sino también la vida que lleva, la familia que forma, su comportamiento (A08).

La seguridad y competencia de una persona no se basa sólo en verse atractiva si no en verse bien y presentable, ya que tener una imagen limpia y ordenada es una imagen que llama la atención más fácilmente. La imagen personal habla de la pulcritud de la persona, su respeto consigo mismo y con los demás (L01).



La mayoría de las personas atractivas suelen tener más confianza en sí mismas y apoyan la idea que “como tú te veas y te sientas te percibirán las demás personas”, sin embargo influye también la personalidad que tenga; considerarse atractiva, su autoestima aumenta (L02) y hace sentir seguridad en ellos mismos; son más desinhibidas y arriesgadas, por lo que por lo general alcanzan más fácilmente sus metas planteadas (L03).

Una persona sincera que tiene el valor de mostrar y encausar sus emociones es muy apreciada, ya que sabe cuándo es el momento correcto para dar a conocer sus sentimientos; una persona expresiva puede hacer más amistades que una persona seria, sin embargo hay que tener cuidado ya que una persona temperamental es complicada de tratar (H23).

A la mayoría de la gente les gustan las personas firmes debido a la puntualidad de sus comentarios; sus seguidores podrán darse cuenta que ante situaciones tensas, sabrá guardar la calma y tener más autocontrol (H24).

Un buen líder no impone su voluntad, escucha, ayuda y concilia con los demás; busca acuerdos y plantea situaciones para lograr satisfacer la mayoría de las necesidades de su grupo, con argumentos coherentes que unan a su comunidad (H32).

El líder debe mostrar congruencia entre lo que dice y lo que hace, eso habla de su integridad y de su confiabilidad; es decir, la congruencia entre el hacer y el pensar resalta ese nivel de integridad (P18). Al existir congruencia entre lo que se piensa, se sienta y se actúe, se genera por consecuencia respeto. Se puede admirar a una persona segura y clara al hablar, eso hace sentir respeto hacia esa persona (A13).

Un líder debe ser congruente en las acciones y las palabras; la congruencia es el valor más respetado de los líderes, el equilibrio entre lo que pienso y lo que actúo; si siguen algo es porque ellos lo pueden vivir, o sea que para imponer algo debe ser el primero en hacerlo (A17).

Siempre la sociedad espera que los líderes sean personas íntegras y con coherencia tanto en su trabajo como en su vida personal (A11). Los valores van ligados directamente con el respeto que se puede ganar de la gente (A14).

La gente espera que un líder viva los valores y normas que ha establecido (A15); está obligado a conocer la realidad que vive todo integrante de su organización, tiene que dar el ejemplo y ser una guía de esa forma de vivir, es decir, seguir sus ideales y ser fiel a su modo de pensar, porque si los implementan en su vida diaria es porque realmente creen en esos ideales (A16). Al haber creado las normas la gente debe pensar que así lo vive el líder, que debe predicar con el ejemplo y tener congruencia en el pensar y el hacer (A18).

Un líder debe ser todo aquel ejemplo a seguir dentro de una organización; un ser íntegro y confiable es el ideal para el éxito de una organización, es un todo en la imagen y la personalidad que proyecta (P19). Las personas que se expresan con claridad y seguridad, se respetan por ser personas ejemplares (A10).

Los líderes deben ser un buen ejemplo ya que son el pilar de cualquier equipo de trabajo; es el guía y el modelo a seguir; con el ejemplo se resalta la integridad y confiabilidad del líder (P17); una persona con buena reputación y buena imagen sobresale de las demás (A09).

Sobre las conductas que debe tener un líder

Una persona al estar más segura de sí misma y reflejarlo hacia los demás hace pensar que son más competitivos; la seguridad eleva el ánimo para salir adelante ya que la persona se desenvuelve con más soltura (L05). Una buena imagen demuestra un equilibrio en todos los aspectos de la vida (H13).

Es muy importante lo que se expresa al mundo, por lo que saber elegir el código de vestir para cada ocasión resulta imprescindible; se debe expresar a través de la

imagen personal y vivir dentro de los parámetros adecuados; es decir, establecer una norma de presentación correcta de lo que en realidad somos (H18).

La imagen personal debe complacer primero en lo personal, antes que a los demás y es una proyección de su interior; demuestra formalidad y compromiso; es parte de un proceso de maduración intelectual y personal ya que, con base en las experiencias de vida la persona se da cuenta de lo importante que es la apariencia personal (H19).

Tener precisión mental demuestra que se piensa lo que va a decir antes de hablarlo; representa que es una persona con temple y fuerza, facetas que son importantes en un líder para la toma de decisiones; existe coherencia entre lo que se piensa y se actúa (H14).

Una adecuada imagen demuestra estabilidad; en la medida en que se es capaz de mantener una buena imagen, se es capaz de ser un buen líder (H16). Tener el control de las emociones indica ser una persona asertiva; para cada situación se tiene que tener un control mental adecuado, ya que casi siempre se presentan diferentes situaciones en las que no se sabe con qué tipo de personalidad nos vamos a topar en el camino; hay que actuar como es debido sea cual sea la situación (H12).

Se puede confiar más fácilmente en las personas que controlan sus emociones ya que se esperará que no tomarán decisiones impulsivas; es una gran cualidad en el liderazgo, saber controlar las emociones y no dejar que estas determinen la relación en el entorno, tanto laboral y personal (H20).

Al estar consciente de sus propias emociones es más sencillo relacionarse; una persona que controla sus emociones mantiene una mejor relación laboral, son más fáciles de tratar y evitan el conflicto; es más apreciada una persona que nunca se sale de control (H21).

Siempre es bueno saber controlarse y saber cuándo es prudente quedarse callado y cuando no porque evitan situaciones o “conflictos” innecesarios; saber manejar adecuadamente los sentimientos propios y ajenos es la base de la inteligencia emocional. Tener control mental respecto de lo que puede suceder a su alrededor y reaccionar más conscientemente, le lleva a un líder a obtener mejores resultados, independientemente de cualquier situación (H22).

El intercambio en las ideas es complejo, pero saber manejar un conflicto es necesario para todo líder; replantear una situación permite unificar y mediar, de tal forma que de lo negativo se saque lo positivo. Siempre es más importante buscar la solución al problema que culpar al que cometió el error y castigarlo (H28).

Un líder intelectual debe saber manejar cualquier tipo de situación, haciendo siempre lo que es mejor y más conveniente; un buen líder también puede influir en situaciones positivas para mejorarlas (H29).

Un líder preparado, buscará el mejor manejo de la situación, considerando la opinión de los involucrados y llegando a acuerdos, sin generar conflicto y decepción. El líder siempre trata de sumar, no de dividir; hay que saber comunicar la mejor opción ya que un líder siempre busca soluciones en conjunto (H30).

Conforme se crece como persona, se adquiere madurez; es el equilibrio entre lo que se tiene dentro y se refleja en el exterior. Se preocupan y se toman el tiempo diariamente por dar esa adecuada imagen tanto personal, como moral (H17).

Un líder es creíble no solo por su inteligencia ya que convence también por su personalidad, su empatía, su trato, sus acciones y su trabajo; por la forma de convencer y resolver problemas. La credibilidad que posea el líder hará que los empleados lo sigan (A01).



Un buen líder nunca engaña a su gente; tiene la capacidad de resolver problemas y decidir lo mejor dependiendo de la situación en que se encuentre; es un modelo a seguir que siempre se destaca por su inteligencia, su poder de mover a las personas (A05).

Sobre el carisma que debe tener un líder

Una imagen es muy importante, una persona bien vestida da mayor confianza; una mayor formalidad al vestir se proyecta al momento de dialogar, de inspirar y de transmitir confianza y credibilidad (L15). Una persona con buena imagen sobresale entre la multitud, demuestra cordialidad, fortaleza y seguridad (A20).

Por lo general un líder debe simpatizar para lograr credibilidad y generar confianza; la simpatía habla de características como la empatía, la humildad, la sencillez, la amabilidad (A21).

Un líder siempre tendrá que simpatizar con los demás y a través de su imagen lo puede lograr; el líder va generando, con las personas de su equipo de trabajo, un estatus de confianza y simpatía, con el que ellos se sientan con la tranquilidad de ser más abiertos ante todo tipo de situaciones (A07).

Lo que los demás perciben es el resultado de lo que la persona siente al vestirse bien; la imagen que se proyecta con la vestimenta logra influenciar en otras personas, debiéndose cuidar el estilo indicado para el lugar en donde la persona se desempeñe (L11).

Una persona con un vestido apropiado, bajo los esquemas sociales, es mejor aceptada y es considerada más profesional; la apariencia personal da una buena primera impresión y es parte de formación y valores de cada individuo. La credibilidad e influencia depende de lo que se puede transmitir, su conocimiento y dominio del tema (L12).

En un proceso de contratación, las empresas no solo valoran el expediente y experiencia para ocupar un puesto, se considera vital la presentación personal y la forma de vestir, ya que se demuestra un factor de mayor influencia y credibilidad (L13).

Los líderes generalmente proyectan admiración por la manera en que se desenvuelven socialmente (H01).

Los individuos se pueden dejar influenciar por quien proyecta ser una persona exitosa y que cuida todos los detalles (en este caso, su aspecto personal); este tipo de personas con preparación y presencia, son motivacionales para muchos (H25).

Una persona conciliadora genera confianza y se logran mejores éxitos, cuando esa persona es la cabeza de una organización, persuade para que los conflictos que surjan sean analizados desde otra perspectiva logrando unir en vez de destruir (H27).

Es importante que un líder hable correctamente si quiere generar admiración, respeto y seguimiento; un líder es informado, culto y maneja adecuadamente la inteligencia emocional para hacer que sus colaboradores creen y confíen en él. Un líder debe ser oídos y boca del grupo que dirige; ser un buen conversador requiere de saber escuchar para, posteriormente influir y transmitir el mensaje que desea hacia su gente (H05).

Lo que se expresa de una forma sencilla y coherente así como motivacional genera una buena imagen; mucho tiene que ver para generar buena imagen saber tratar cualquier situación de una forma más controlada (H10).

V. Conclusiones y Recomendaciones

V.1 Conclusiones

En la tabla 5 se muestra el acomodo que se dio a cada uno de los párrafos extraídos de las conversaciones sostenidas con los entrevistados sobre imagen personal y la ubicación que se le dio en cada uno de los indicadores de liderazgo.

Tabla 5. Distribución de párrafos extraídos de las entrevistas sobre indicadores de imagen personal y su inclusión en los indicadores de liderazgo.

Indicadores de Imagen Personal	Indicadores de Liderazgo
Cómo se luce L01, L02, L03, L04, L05, L06, L07, L08, L09, L10, L11, L12, L13, L14, L15	Conocimiento de un líder L06, L09, L10, L14 H02, H03, H04, H06, H07, H08, H09, H11, H15, H31 P01, P02, P03, P04, P05, P06, P07, P08, P09, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P20 A02, A03, A04, A12, A19
Cómo se habla H01, H02, H03, H04, H05, H06, H07, H08, H09, H10, H11, H12, H13, H14, H15, H16, H17, H18, H19, H20, H21, H22, H23, H24, H25, H26, H27, H28, H29, H30, H31, H32	Actitudes de un líder L01, L02, L03, L04, L07, L08 H23, H24, H26, H32 P17, P18, P19 A06, A08, A09, A10, A11, A13, A14, A15, A16, A17, A18
Cómo se piensa P01, P02, P03, P04, P05, P06, P07, P08, P09, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20	Conductas de un líder L05 H12, H13, H14, H16, H17, H18, H19, H20, H21, H22, H28, H29, H30 A01, A05
Cómo se actúa A01, A02, A03, A04, A05, A06, A07, A08, A09, A10, A11, A12, A13, A14, A15, A16, A17, A18, A19, A20, A21	Carisma de un líder L11, L12, L13, L15 H01, H05, H10, H25, H27 A07, A20, A21

Fuente: Propia de la autora.

La información descrita en la tabla anterior se muestra también en el modelo que gráficamente se muestra en la figura 1, en donde se indica el número de párrafos tomados de la redacción de las entrevistas que fueron considerados para tomar lo más relevante de imagen personal y la forma en la que se distribuyeron para incluirse en cada uno de los apartados considerados relativos a liderazgo.

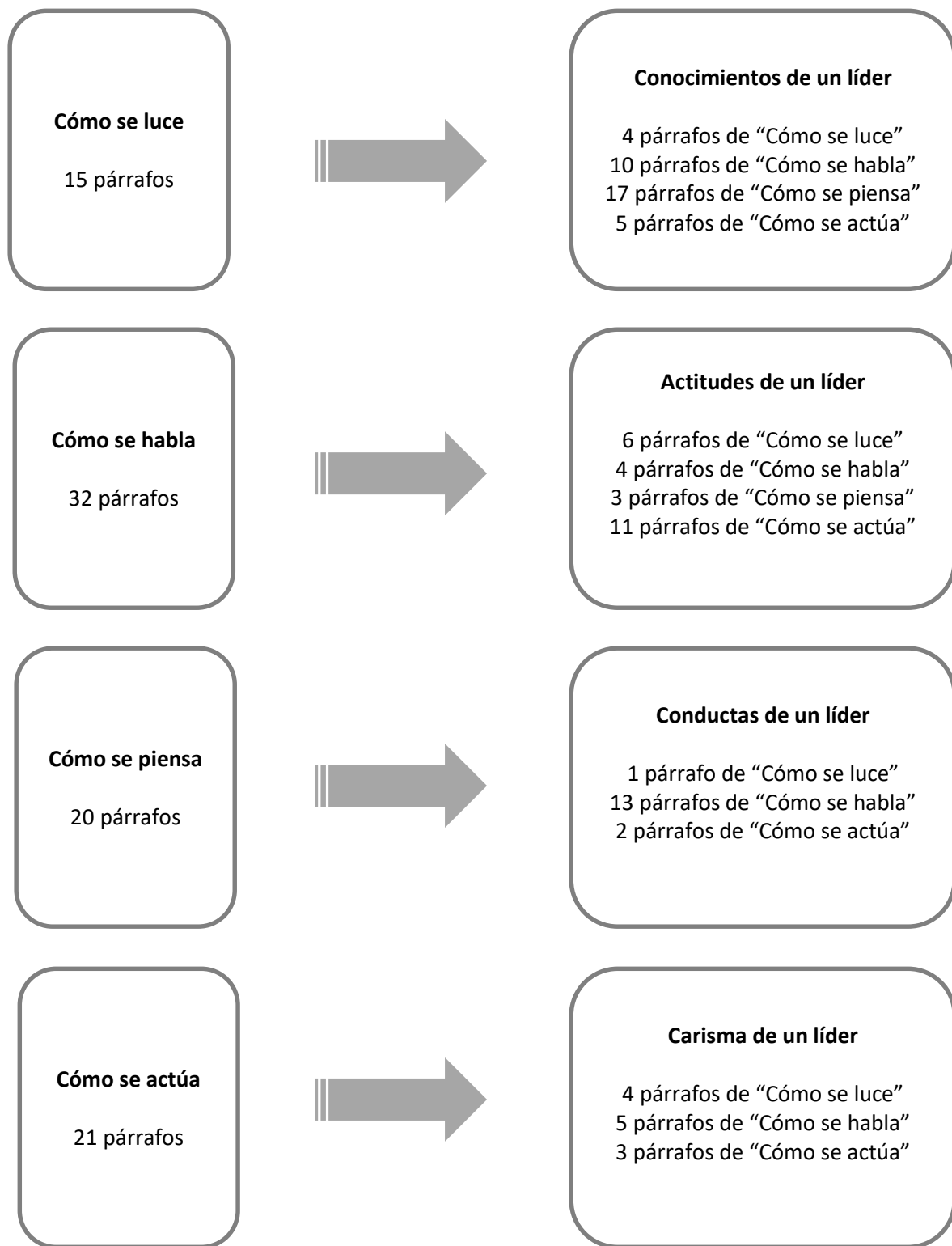


Figura 1. Modelo gráfico sobre la distribución de párrafos extraídos de las entrevistas sobre indicadores de imagen personal y su inclusión en los indicadores de liderazgo.
Fuente: Propia de la autora.

Como se puede observar, desde la percepción de los entrevistados, los conocimientos de un líder dependen fuertemente de cómo habla y cómo piensa; en menor grado de cómo luce y cómo actúa la persona. Las actitudes de un líder están fuertemente ligadas a cómo se desempeña (actúa), en mediano grado a cómo luce y en menor grado en cómo habla y cómo piensa la persona. Las conductas de un líder están fuertemente ligadas a cómo habla; en menor grado en cómo actúa y cómo luce la persona. Finalmente, el carisma de un líder está medianamente ligado a cómo habla, cómo luce y cómo actúa la persona.

Una vez relacionados los indicadores que se consideraron para analizar la imagen personal: *cómo se luce, cómo se habla, cómo se piensa y cómo se actúa*, que Booher (2012) señala como los factores primordiales de la imagen personal, con los indicadores de liderazgo: *conocimientos de un líder, actitudes de un líder, conductas de un líder y carisma de un líder*, se pudo apreciar que, con base en las percepciones de las personas entrevistadas, hay una profunda relación entre ambas variables.

Como corolario se muestra en la figura 2 un mapa conceptual que resume lo tratado en la tesis, en donde se ratifica que, con base en la percepción de quienes participan en organizaciones públicas, existe una fuerte relación entre la imagen personal de quienes se encuentran en puestos de dirección y de toma de decisiones y su nivel de liderazgo.

Es innegable que la imagen personal tiene un impacto profundo en la percepción que se tenga de un líder, por lo que es importante que este estudio se de a conocer, primeramente a las autoridades universitarias, que fue en donde se realizó la investigación que dió como resultado esta tesis doctoral, para que posteriormente se considere la posibilidad de incorporar en la formación de docentes y alumnos algunos contenidos en los planes de formación, sobre la importancia de la imagen en cada una de las áreas en las que se forman nuestros estudiantes universitarios.

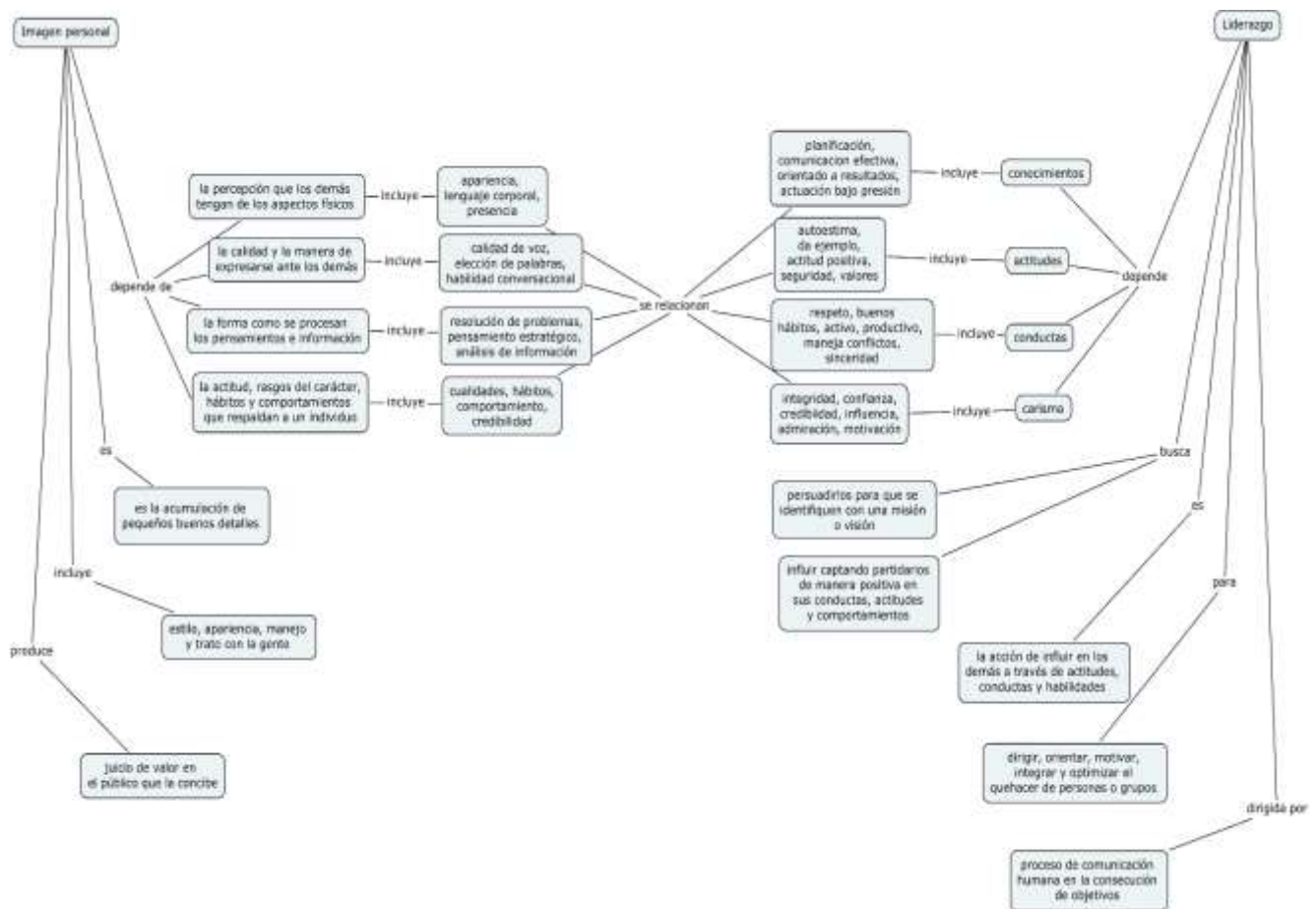


Figura 2. Mapa conceptual de relación entre imagen personal y liderazgo.
Fuente: Propia de la autora.

Por lo anteriormente descrito **se aprueba la hipótesis** que señala que, con base en la percepción de quienes participan en organizaciones públicas, existe una fuerte relación entre la imagen personal de quienes se encuentran en puestos de dirección y de toma de decisiones y su nivel de liderazgo.

El Doctorado en Administración que se oferta en la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Chihuahua tiene como objetivo preparar recursos humanos para que realicen investigaciones originales, estén capacitados para la docencia a nivel superior y apliquen una metodología científica en la solución de problemas concretos en las organizaciones, con lo que a través de la presente investigación se da por cumplido.

El perfil del Doctor en Administración define que el egresado será capaz de producir conocimientos en forma original e innovadora en el campo de la administración; aplicar conocimiento de forma eficaz y eficiente para resolver problemas de las organizaciones; preparar y dirigir investigadores en la disciplina de la Administración; cumplir con la función de liderazgo intelectual en la nación; y, ser creativo, capaz de avanzar en el conocimiento científico, humanístico y tecnológico fomentando así sistemas administrativos productivos que contribuyan al país.

El resultado de la investigación da cuenta del cumplimiento que se ha tenido con el propio perfil del egresado, con lo que se contribuye con la tesis a abrir un tema que se ha tratado muy poco, es decir casi nada, sobre la importancia que tiene la imagen personal en el entorno laboral, mismo que está inserto en el estudio del Capital Humano en las Organizaciones, el cual forma parte de las Ciencias Sociales y Administrativas.

V.2 Recomendaciones

- a. Dar a conocer el resultado de la investigación a las autoridades de la Universidad Autónoma de Chihuahua.
- b. Proponer el diseño de un código de imagen personal para funcionarios, para docentes y para alumnos.
- c. Proponer la incorporación de contenidos relacionados con imagen personal en la formación de los alumnos, en cada una de las Unidades Académicas.
- d. Fortalecer la imagen que como Universidad damos a la comunidad para logra reposicionar a la Institución ante la sociedad Chihuahuense.

Referencias Bibliográficas

- Algimantas, E. (2018). *Apariencia, Imagen y Estilo y la Comunicación No Verbal. Guía para la Gente de Hoy. El complemento que le falta a tu éxito*. Madrid, España: Editorial Soluciones Empresariales.
- American Heritage Dictionary. (2018). *Definición de liderazgo (leadership)*. Obtenido de The American Heritage Dictionary: <https://ahdictionary.com/word/search.html?q=leadership>
- Berenstein, M. (27 de diciembre de 2010). *¿Qué es ser Líder? según Peter Senge*. Obtenido de Emprendedores News: <http://emprendedoresnews.com/tips/gurues/que-es-ser-el-lider.html>
- Blanco, F., & Travieso, D. (1999). Percepción y Atención. En E. Munar, & E. Rosello, *Procesamiento básico de la visión* (pág. 630). Madrid, España: Alianza Editorial.
- Booher, D. (2012). *Proyecta una Imagen Triunfadora. Cómo lucir, hablar, pensar y actuar con liderazgo*. Sunrise, Florida, USA.: Editorial Taller del Éxito.
- Cartwright, D., & Zandler, A. (1976). *Dinámica de grupos. Investigación y teoría*. Ciudad de México: Editorial Trillas.
- Casares Arrangoiz, D. (2000). *Liderazgo. Capacidad para dirigir*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Chiavenato, I. (2011). *Gestión del Talento Humano*. Ciudad de México: McGraw-Hill.
- De Vries, R. (2015). *Imagen, Poder y Negociación. Un abordaje desde la psicología*. Madrid, España: Createspace Independent Pub.
- Diccionario Enciclopédico Hispano-Americano. (11 de noviembre de 2007). *Diccionario Enciclopédico Hispano-Americano*. Obtenido de Torre de Babel: <https://www.e-torredebabel.com/Enciclopedia-Hispano-Americana/V2/axioma-filosofia-D-E-H-A.htm>
- Drucker, P. (2012). *El Ejecutivo Eficaz*. Madrid, España: Editorial Cegal.
- Ferguson, A., & Moritz, M. (2015). *Liderazgo*. Roca Editorial.
- French, J. (1971). Una teoría formal del poder social. En D. Cartwright, & A. Zandler, *Dinámica de grupos* (págs. 606-618). Ciudad de México: Editorial Trillas.
- Frescara, J. (2006). *El poder de la imagen. Reflexiones sobre comunicación visual*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Infinito.
- Gamboa Suárez, R., Vera Pirela, C., & Jiménez Rodríguez, L. (2017). *Liderazgo. Una mirada desde la proxemia*. Bogotá, Colombia: ECOE Ediciones.
- Gardner, J. W. (1993). *On leadership*. New York, USA.: The Free Press.
- Gómez, R. (2008). El liderazgo empresarial para la innovación tecnológica en las micro, pequeñas y medianas empresas. *Pensamiento y Gestión*(24), 157-194.

- Gordoa. (2017). *Imagen Vendedora. Cómo hacer la venta de tu vida*. Ciudad de México: Editorial Grijalbo.
- Gordoa, V. (2002). *El Poder de la Imagen Pública*. Ciudad de México: Editorial EDAMEX.
- Guerrero, O. (2014). *Principio de Administración Pública*. Obtenido de Biblioteca Digital ILCE:
<http://bibliotecadigital.ilce.edu.mx/sites/csa/principio/leccion1.html#definicion>
- Hernández Gómez, A. I. (2012). *Procesos psicológicos básicos (p. 17-22)*. Obtenido de Red Tercer Milenio:
ftp://ftp.puce.edu.ec/Facultades/CienciasEducacion/ModalidadSemipresencial/Psicología%20General-José%20Luis%20Fernandez/UNIDAD%202/Procesos_psicologicos_basicos-Parte1.pdf
- Hutchinson Heath, S. (2015). *El liderazgo, un desempeño efectivo*. Obtenido de Ministerio de Educación Pública Costa Rica:
<https://mep.janium.net/janium/Documentos/liderazgo.pdf>
- Instituto GESTALT. (2016). *El enfoque GESTALT*. Obtenido de Instituto GESTALT. Desarrollo de Organizaciones: <https://www.gestalt.do.com/es/enfoque.html>
- Kausupof, D. (1995). *Adolescencia y Educación*. San José de Costa Rica: UNED.
- Kotter, J. (1999). *La verdadera labor de un líder*. Bogotá, Colombia: Editorial Norma.
- Kotter, J. P. (1988). *The Leadership Factor*. New York, USA. : The Free Press .
- Lara, L. (2017). *Imagen, Actitud y Poder*. Madrid, España: Editorial Aguilar.
- Lincoln, Y., & Denzin, N. (1994). *Handbook of qualitative research*. California: Sage.
- Maxwell, J. C. (2015). *El ABC del Liderazgo*. Buenos Aires, Argentina: Editorial V&R.
- Maxwell, J. C. (2016). *Liderazgo. Lo que todo Lider necesita saber. Colección completa*. Tennessee, Nashville, USA.: Grupo Nelson.
- Maxwell, J. C., Greco, D., & Witt, M. (2002). *Liderazgo Eficaz*. San Bernardino, California, USA.: Editorial Vida.
- McGregor, D. (2006). *The Human Side of Enterprise. Annotated Edition*. New York, USA.: McGraw Hill.
- Mintzberg, H. (1980). *Sin liderazgo, en The Nature of Managerial Work*. New Jersey, USA.: Prentice Hall.
- National Minority Aids Council. (2015). *Desarrollo de Liderazgo*. Obtenido de Target Center. Tools for the Ryan White Community:
<https://targethiv.org/sites/default/files/file-upload/resources/desarrollo-de-liderazgo.pdf>
- Osborne, D., & Gaebler, T. (1998). *Reinventing Government*. New York: Penguin Books.



- Padrón Guillen, J. (2013). *Epistemología Evolucionista: Una Visión Integral*. Bogotá, Colombia: EntreTemas.
- Padron Guillén, J. (Dirección). (s.f.). *¿Qué es Investigación Cualitativa?. Unidad 2. Programa de Posgrado Internacional de Investigación Cualitativa* [Película].
- Real Academia Española. (2018a). *Definición de imagen*. Obtenido de REal Academia de la Lengua: <http://lema.rae.es/drae2001/srv/search?id=JbMNeelwxDXX2XYyEBR0>
- Real Academia Española. (2018b). *Definición de estímulo*. Obtenido de Real Academia Española: <http://dle.rae.es/srv/fetch?id=GsumeNa>
- Real Academia Española. (2018c). *Definición de reputación*. Obtenido de Real Academia Española: dle.rae.es/?id=W6MtSWD
- Real Academia Española. (2018d). *Definición de liderazgo*. Obtenido de Real Academia Española: <http://dle.rae.es/?id=NH60fdB>
- Rodríguez, E. (2000). Imagen corporal en el desarrollo psicosocial. En E. Dulanto, *El adolescente*. Ciudad de México: Editorial McGraw Hill.
- Santiago, J., Tornay, F., Gómez, E., & Elosúa, M. (01 de febrero de 2010). *Principios psicológicos básicos* (p. 48). Obtenido de Revista Digital CSIF: http://www.csicsif.es/andalucia/modules/mod_sevilla/revista%20i+e/2010/febrero/TEXTOS_IMASE_60_FEBRERO_2010_01.pdf
- Senge, P. (2001). *Las personas no son recursos*. Obtenido de Executive Digest: www.gurus.online.tv
- Siliceo, A. (1995). *Liderazgo para la productividad en México*. Ciudad de México: Editorial Trillas.
- Stodgil, R. (1990). *Handbook of Leadership*. New York, USA.: Free Press.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Medellín, Colombia: Editorial Universidad de Antioquía.
- Talamantes, A. (2018). *Liderazgo: características de un líder*. Obtenido de Instituto Europeo de Posgrado: http://campusiep.com/recursos/extra/recursos_aula/programa-habilidades/Motivacion_liderazgo/contenido/liderazgo_caracteristicas.pdf
- Taylor, S., & Bogdan, R. (1984). *Introduction to Qualitative Research Methods. The Search for Meanings*. New York: John Wiley and Sons.
- Tracy, B. (2015). *Liderazgo*. Nashville, Tennessee, USA.: Grupo Nelson.
- Universidad Autónoma de Chihuahua. (14 de junio de 2007). *Ley Orgánica de la Universidad Autónoma de Chihuahua*. Obtenido de Universidad Autónoma de Chihuahua. Institucionales y Jurídicas: http://www.uach.mx/institucional_y_juridica/abogado_general/2008/03/19/ley_organica_uach.pdf

- Universidad Autónoma de Chihuahua. (2018). *Estadística básica 2017*. Obtenido de Universidad Autónoma de Chihuahua. Administración 2016-2022: file:///C:/Users/DELL/Documents/Investigacion/tesisPata/agenda-estadistica2017.pdf
- Valverde, O., Solano, A., Alfaro, J., Rigioni, M., & Vega, M. (2017). *Imagen personal y sentimientos*. Obtenido de Caja Costarricense de Seguro Social: <http://www.binasss.sa.cr/adolescencia/todas/Imagen%20personal%20y%20sentimientos.pdf>
- Vargas, G. (2005). *Todo sobre la imagen del éxito. Viste para impactar y convencer. Destaca en el arte de escuchar y conversar. Demuestra clase y estilo*. Ciudad de México: Editorial Aguilar.
- Verd, J., & Lozares, C. (2016). *Introducción a la Investigación Cualitativa*. Madrid, España: Editorial Síntesis.

Anexo 1. Cédula de entrevista

Consideraciones sobre liderazgo e imagen personal

Categoría: Cómo se luce

¿Considera usted cierto que quien tiene una presencia personal más fuerte y no necesariamente con el argumento más sólido, logra los mejores tratos y resultados en un proceso de negociación?

¿Partiendo que la imagen personal tiene mucho que ver con la percepción, considera Usted que las personas atractivas son más seguras y se les considera más competentes?

¿Considera Usted que las personas atractivas tienen fuertes habilidades de comunicación y socialización, que les permiten interactuar bien ante el resto de las personas?

¿Considera Usted que la forma de vestir logra, con la imagen proyectada, una mayor influencia y credibilidad?

Categoría: Cómo se habla (expresa)

¿Considera Usted que para ser un buen líder, es necesario ser un buen conversador?

¿Considera Usted que el buen uso del lenguaje enmarca una buena percepción y la reacción hacia esa persona favorece alcanzar un buen nivel de liderazgo?

¿Considera Usted que la percepción de una buena imagen tiene mucho que ver con lo que se dice en el momento correcto y demuestra que se tiene precisión mental y control de sus emociones?

¿Considera Usted que una adecuada imagen personal demuestra madurez interior?

¿Considera Usted que las personas que controlan sus emociones son más apreciadas y mejoran sus relaciones y su reputación?

¿Considera Usted que las personas con buena imagen usan el poder de sus palabras para hacer que los demás vean alternativas y acciones positivas?

¿Considera Usted que para ser visto como líder intelectual, hay que buscar situaciones en las que haya desacuerdos para replantear las cosas que permitan unir a los demás, en lugar de permitir que el replanteamiento genere conflicto y decepción?

Categoría: Cómo se piensa

¿Considera Usted que es necesario aprender a identificar lo importante con la cantidad de información que se tiene?

¿Considera Usted que las personas con buena imagen no se quedan estancadas con una sola perspectiva, sino que se anticipan y basan las estrategias en lo que se sabe acerca del presente y futuro?

¿Considera Usted importante que se tenga y demuestre un pensamiento estratégico (a largo plazo) para hacer un análisis acertado de los problemas con ideas innovadoras, con buen enfoque y una adecuada claridad?

¿Considera Usted que es importante aprender a pensar rápido bajo situaciones de presión y ante momentos de crisis para tener mejor credibilidad?

¿Considera Usted que el ejemplo que brinda un líder hace que resalte su integridad y confiabilidad y es ejemplo por su forma de pensar?

Categoría: Cómo se actúa

¿Considera Usted que un líder es creíble y logra que los demás lo sigan por su inteligencia?

¿Considera Usted que la combinación de simpatía y credibilidad son características de un líder con buena imagen?

¿Considera Usted que las personas con buena imagen llevan una vida cordial y sobresalen entre la multitud?

¿Considera Usted que las personas respetan a quienes expresan con claridad y seguridad lo que piensan, sin que haya conflicto entre sus valores personales y públicos?

¿Considera Usted que las personas esperan que los líderes vivan los papeles, valores y normas que han creado?

Anexo 2. Memos obtenidos de Atlas.Ti

UH: imagen y liderazgo
File: [C:\Users\DELL\Documents\Investigacion\tesisPata\entrevistas\imagen y liderazgo.hpr7]
Date/Time: 2018-08-24 12:03:16

MEMO: 1.1 Una presencia más fuerte logra los mejores tratos en un proceso de negociación, a pesar de no tener los argumentos más sólidos

Código: [lps-01]

La seguridad personal genera confianza y hasta cierto punto admiración

Código: [lps-03]

Por que demuestra una seguridad en lo que expone que puede que dé esa misma seguridad y logre lo que está buscando

Código: [lps-04]

Considero que es una parte importante, pero no debe ser fundamental ya que ese tipo de persona que pueda llegar a ser representante ante cualquier tipo de negociación debe tener bases y fundamentos que le ayuden a convencer, por eso creo que también la inteligencia y preparación dará mejores resultado al momento de los hechos y no solo labia y presencia (poder de convencimiento)

Código: [lps-08]

Cierto, ya que tiene una decisión más firme y clara

Código: [lps-09]

Creo que si ya que de esta forma se hace notar más su presencia

Código: [lps-10]

Si, la seguridad logra mejores resultados

Código: [lps-11]

Si, ciertamente la imagen es una de las partes más importantes, sobre todo en la parte del liderazgo

Código: [lps-12]

Si y no por lo que las personas pueden llegar a creer y lo que muchas veces no se siente pero se esta viendo



Código: [lps-15]

Sí, considero que la personalidad impone entre más fuerte sea

Código: [lps-18]

Si, a pesar de que el argumento definitivamente importa mucho que sea sólido y congruente la seguridad de una persona al hablar convence y logra muchas cosas mejores

Código: [lps-20]

Considero que sí, ya que es una presentación personal y te da elementos para desarrollar la seguridad de la persona

Código: [lps-21]

Que tenga presencia no necesariamente fuerte ya que es incomoda

Código: [lps-22]

Claro que si antes que nada una presencia con la capacidad de dar a conocer sus pensamientos e ideas, es automáticamente capas y con más aun con la capacidad de negociación y resultados adecuados

Código: [lps-23]

Si, la personalidad de las personas influye en el trato de los demás

Código: [lps-24]

Sí, ser más personal, siempre trae mejores tratos

Código: [lps-25]

Si ya que debido a su tipo de personalidad puede convencer ya que lo dice con cierta seguridad

Código: [lps-26]

Si, considero que la seguridad de cada persona vale mucho y es considerada por los demás personas, tiene mucho impacto el cómo lo digas

Código: [lps-28]

Sí, porque a veces tienen más credibilidad

Código: [lps-29]

En muchos casos sí, porque la fuerza inspira la confianza



Código: [lps-30]

Sí, porque dan confianza a la otra persona

Código: [lps-31]

Si, pues las personas prefieren a una persona más segura

Código: [lps-32]

Considero que es importante la presencia, es importante ser cortés, respetuoso y educado demostramos a la otra parte que tenemos seguridad y superioridad moral ante la negociación esto hará que tenga que ceder acercarse a nosotros saber llevar a cabo una negociación para poder tener éxito

Código: [lps-33]

Sólo en algunas ocasiones, dependiendo de con quien estés negociando y lo que se esté negociando, con rivales fuertes, esto no opera, con rivales débiles puede ser que sí

Código: [lps-34]

Porque toda persona busca tener la mejor personalidad ante todo más bien es en lo que se fijan las personas para tomar referencias de él

Código: [lps-35]

Si, porque cree en ella misma y la persona que está dudosa se va sentir segura

Código: [lps-36]

Si, ya que genera confianza, respeto, honestidad

Código: [lps-37]

Sí, ya que la imagen lo dice todo

Código: [lps-38]

Sí, ya que la imagen o percepción a primera vista puede decir más palabras que en una charla

Código: [lps-39]

Sí logra los mejores tratos porque se verá que no se está tratando con un niño

Código: [lps-40]

Si, porque hay personas que juegan desde el primer instante en que te ven, entonces si ven a una persona segura de sí, le van a creer más a él



Código: [lps-41]

Si, ya que si la persona de mayor presencia cuenta con mayor poder esta le beneficiara para los mejores tratos y resultados

Código: [lps-42]

Lo considero cierto, ya que uno de los aspectos del liderazgo son la presencia personal que va ligada a la persuasión independientemente del argumento

Código: [lps-43]

Para convencer se necesitan hechos

Código: [lps-44]

Sí, porque al reflejar confianza en su comportamiento y en lo que dice pude lograr mejores tratados

Código: [lps-45]

En este mundo casi todo se trata de la imagen. Nos basamos mucho en la vista, más que en otros sentidos

Código: [lps-46]

Sí, porque además proyecta confianza

Código: [lps-47]

Si vemos a una persona de traje, aseado, oliendo a una buena loción, y otra vestida informalmente, tendemos a inclinarnos más hacia quien tiene mejor presencia

Código: [lps-48]

Sí, porque el anterior es lo primero que se ve y una imagen pobre hará que la idea pierda importancia

Código: [lps-49]

Si, las personas con más facilidad y seguridad dan confianza mas rápido

Código: [lps-50]

Depende del grupo en el que se realice esa negociación, se deberá tener en cuenta la personalidad del grupo, yo opino deberá ser el argumento el que logre los mejores resultados



Código: [lpn-06]

No, si bien es cierto que a mi punto de vista van de la mano, un argumento solido siempre dará un mejor resultado

Código: [lpn-07]

No, la presencia es importante, pero es como un envase de un perfume vacio, si no se tienen argumentos solidos

Código: [lpn-13]

No, a la hora de negociar puede causar una buena primera impresión, mas no tener mejores resultados

Código: [lpn-14]

No, muchas veces la capacidad intelectual no se basa tanto en la presencia personal que impone una persona

Código: [lpn-16]

Personalmente No

Código: [lpn-17]

No, porque es más importante conocer el conocimiento y mentalidad de cada persona a través de sus argumentos

Código: [lpn-19]

No, considero que si hay que tener buenos argumentos a la hora de la negociación

Código: [lpn-27]

No, considero que otros atributos pueden ser más efectivos



UH: imagen y liderazgo
File: [C:\Users\DELL\Documents\Investigacion\tesisPata\entrevistas\imagen y liderazgo.hpr7]
Date/Time: 2018-08-24 12:12:50

MEMO: 1.2 Considerando que la imagen personal tiene mucho que ver con la percepción, las personas atractivas son más seguras y se les considera competentes

Código: [lss-10]

Si son más seguras de sí mismos, pero no asegura que sean competentes todos

Código: [lss-11]

Por lo regular y en mi experiencia si tienen más seguridad, pero no necesariamente mas competentes

Código: [lss-13]

Sí, en cuanto a seguridad en sí mismos, pueden llamar la atención o capturarla más fácilmente

Código: [lss-14]

No, porque la seguridad y competencia de una persona no se basa en verse atractiva si no en verse bien y presentable

Código: [lss-15]

Sí, en la sociedad en que vivimos sí. Aunque creo que en otras sociedades es distinto

Código: [lss-21]

El tener una imagen limpia y ordenada es una buena imagen para las ventas. Acerca de las personas atractivas eso depende de la personalidad de cada persona, yo considero que nada tiene que ver para hacer cierres de ventas o sean competentes

Código: [lss-22]

Si, la mayor parte esto es correcto, ya que la mayoría de las personas atractivas suelen tener más confianza en sí mismas, yo soy de la idea que como tú te veas y te sientas te percibirán las demás personas

Código: [lss-24]

Sí, no necesitan tener que cambiar su imagen



Código: [lss-26]

Si, las personas seguras denotan y hacen sentir esa seguridad en ellos mismos

Código: [lss-29]

Si, por el hecho de que saben que son atractivas, su autoestima aumenta

Código: [lss-32]

La imagen personal es la tarjeta de presentación de una persona, sin embargo, el que sea atractiva o no, no lo hace más o menos competente

Código: [lss-33]

Si, porque somos muy visuales, sin embargo, es sólo percepción, siempre hay que acercarse y conocer a quien voy a tratar para cualquier negociación o simplemente conocer a fondo a una persona

Código: [lss-38]

Algunas, ya que hay personas muy atractivas pero de mente muy cerradas y sin inteligencia emocional

Código: [lss-39]

Sí se sienten más seguros pero no son competentes en la mayoría de los casos

Código: [lss-40]

Si, debido a que tienen un autoestima muy elevado y se sienten seguros de si mismos

Código: [lss-42]

Si considero que la imagen impacta directamente con la percepción y la aceptación de una persona, lo que la hace más segura, o por lo menos con cierta predisposición al éxito

Código: [lss-43]

Si, por el hecho de la confianza que te hace sentir

Código: [lss-44]

Sí, porque al estar más seguros de lo que reflejan las personas pueden pensar que son más competitivos

Código: [lss-45]

Las personas atractivas efectivamente son más seguras, por lo tanto más desinhibidas y arriesgadas, por lo que por lo general alcanzan más metas planteadas



Código: [lss-46]

Sí, en lo personal la seguridad ayuda a los ánimos para salir adelante

Código: [lss-48]

Sí, debido a que la persona se desenvuelve con más soltura

Código: [lss-49]

Actualmente el efecto Halo es aplicado inconscientemente por lo tanto, muchas veces esto tiene mucho que ver con cómo percibes a las personas

Código: [lss-50]

Si son mas seguras ya que el trato del entorno depende de esa imagen

Código: [lsn-01]

Conozco a muchas personas que no son atractivas y se sienten muy seguras de sí mismas, al igual que personas atractivas suelen ser muy inseguras (mayormente en las mujeres)

Código: [lsn-02]

No necesariamente se tiene que ser atractivo para estar seguro de nosotros mismos ni de que son más competentes. Todo se mide en nuestra propia mentalidad

Código: [lsn-03]

La seguridad de una persona no se basa solamente en su físico, ni en sus conocimientos

Código: [lsn-04]

Probablemente muchas personas si lo consideran, y es un punto a favor, pero en mi opinión, no me impresionan y creo que se debe de dar el tiempo indicado para conocer más a fondo su personalidad y dedicación de su trabajo, actualmente hay mucha competencia en el mercado laboral por eso es mejor la preparación y amor a lo que se esté haciendo

Código: [lsn-06]

No, la imagen personal no es tendiente de una atracción o belleza física, una imagen personal profesional, higiénica, presentable, puede llegar a ser considerada más competente o más profesional

Código: [lsn-06]

La imagen personal te habla de la pulcritud de la persona y su respeto consigo mismo y con los demás, cuidando tu limpieza, vestido, ase de calzado, etc. Pero las personas "atractivas" depende del concepto de belleza que se tenga, esto es cultural y no tiene que ver nada que ver con tu seguridad personal y mucho menos con su desempeño profesional



Código: [Isn-08]

No, la seguridad no depende de un buen físico sino de seguridad en tu persona y de lo que eres capaz de lograr

Código: [Isn-09]

Muchas veces las personas atractivas son inseguras también

Código: [Isn-12]

No, yo considero que todos somos aptos pudiera ser que si atractivo es una inteligencia o mente pues si son competentes

Código: [Isn-17]

No, la mayoría lo hace para ocultar su inseguridad, aunque aclaro que no todas

Código: [Isn-18]

No, a mi parecer la seguridad no depende del atractivo sino de la confianza que uno deposita en sí mismo a la hora de proponer o defender algo

Código: [Isn-19]

No, porque no necesariamente una persona tiene que ser atractivo para ser una persona competente. Cualquier persona sin importar si es atractiva o no tiene esa capacidad

Código: [Isn-20]

No necesariamente, sin embargo es una característica que se puede tener a su favor, ya que la percepción que puede surgir por terceras personas es a favor

Código: [Isn-23]

No necesariamente, hay personas no tan atractivas y hacen mucho más que las atractivas, por lo cual no considero más seguras o competentes a las personas atractivas

Código: [Isn-25]

No ya que cualquier persona puede sentirse así y no necesariamente ser atractivo

Código: [Isn-27]

No siempre, puesto que no se necesita un buen físico para proyectar seguridad

Código: [Isn-28]

No, la seguridad no tiene tanto que ver como luzcas, más bien tiene que ver con el amor propio, entre más amar propio más seguridad



Código: [lsn-30]

No, el físico y el carácter son cosas distintas que no están relacionadas

Código: [lsn-34]

No porque muchas veces puede haber personas atractivas, pero no saben cómo ser competentes y lo que se busca es alguien que tenga la capacidad de hacer las cosas con más facilidad

Código: [lsn-35]

No, porque hasta si su postura es mala la primera impresión se pierde

Código: [lsn-36]

Existen personas que no son atractivas pero saben demasiado, y sus argumentos son buenos, y existen personas demasiado "atractivos" pero no saben qué hacer, decir

Código: [lsn-37]

No del todo

Código: [lsn-41]

No necesariamente ya que una persona que es atractiva no es sinónimo de ser competente, tal vez solo le gusta estar y verse bien. Sin embargo claro que cuenta la apariencia ya que al sentirse seguro reflejara más competencia

Código: [lsn-47]

En algunas ocasiones al hablar con ellas se puede romper el encanto

UH: imagen y liderazgo
File: [C:\Users\DELL\Documents\Investigacion\tesisPata\entrevistas\imagen y liderazgo.hpr7]
Date/Time: 2018-08-24 12:13:59

MEMO: 1.3 Las personas atractivas tienen fuertes habilidades de comunicación y socialización, que les permiten interactuar bien ante el resto de las personas

Código: [lcs-08]

Claro que sí, como cualquier otra persona

Código: [lcs-12]

Sí, pero eso no quiere decir que todo eso se preste a malas interpretaciones. Y que por ser así consigan un puesto en un trabajo por hacer "favores o caer bien"

Código: [lcs-14]

Sí, por su buen aspecto son mejor aceptadas por la sociedad

Código: [lcs-15]

La mayor parte de ellos sí, suelen ser muy sociales

Código: [lcs-18]

En la mayoría de los casos, sin embargo insisto que eso depende de la confianza que la persona misma se tenga

Código: [lcs-19]

Puede que sea así porque a lo mejor tienen una mejor autoestima y comparada con otra persona que no sea atractiva y por lo tanto puede ser una persona más segura

Código: [lcs-22]

Yo lo plantearía en otro aspecto, lo podemos ver de modo que las personas atractivas normalmente no padecen desprecios por su físico esto los lleva a tener mejor actitud y les da la capacidad mental de ser más sociables

Código: [lcs-23]

Se les facilita más pero no es una regla



Código: [lcs-24]

Sí, ya que las personas desde muy pequeños se acercan más a ellos por eso forman una mejor socialización

Código: [lcs-25]

Si ya que comúnmente son a quienes más se les conoce por lo mismo

Código: [lcs-27]

Depende de la personalidad de la persona y si es muy extrovertida o introvertida

Código: [lcs-28]

Depende en tu personalidad, no en tu apariencia

Código: [lcs-29]

Algunas sí, en su mayoría, pero en ocasiones el sentirse atractivas tiende a que se sientan superiores, cuando en realidad nadie es más que nadie

Código: [lcs-31]

Sí, siempre nos fijamos más en la apariencia

Código: [lcs-34]

Sí, porque se sienten más seguros de sí mismos, porque saben que fácil logran la atención de las personas

Código: [lcs-35]

En la mayoría de las veces. Tiene seguridad de sí mismas y por lo tanto tiene la facilidad

Código: [lcs-38]

Algunos, puesto que hay personas muy atractivas pero tímidas

Código: [lcs-39]

Sí porque se sienten seguros de sí mismos

Código: [lcs-40]

Si, pues siempre están rodeados de personas

Código: [lcs-41]

Si lo considero y como se mencionó antes la persona al sentirse bien consigo misma refleja seguridad y por ende su comunicación es más efectiva y su socialización más afable



Código: [lcs-44]

Sí, porque al estar seguros de que son atractivos para los demás, les será menos difícil interactuar con las demás personas

Código: [lcs-45]

Si, porque son personas más seguras de si mismas

Código: [lcs-46]

Sí, por lo mismo de la confianza en sí mismos no son tímidos/introvertidos

Código: [lcs-47]

Hay quien a pesar de ser atractivas su capacidad no les da para más, y ese atractivo no se explota

Código: [lcs-49]

Basándose en el físico puedes sacar muchas hipótesis puede haber personas con fuertes habilidades como con muy pocas

Código: [lcn-01]

Considero que son dos cosas diferentes, hay personas atractivas que carecen de muchas habilidades

Código: [lcn-02]

Cualquier persona puede tener facilidad para comunicarse y socializar todos tenemos la misma capacidad

Código: [lcn-03]

No lo creo, ya que la sociabilidad y comunicación no va de la mano con el físico de una persona, en ocasiones puede ser todo lo contrario en ocasiones ya que puede intimidar una persona atractiva

Código: [lcn-04]

No, ya que la preparación y conocimiento de personas aún no atractivas les genera seguridad y eso más importante pero también hay personas atractivas que tienen inteligencia, seguridad, humildad etcétera



Código: [lcn-06]

No, la personalidad no es algo físico

Código: [lcn-06]

No, esto depende basicamente de tu formacion cultural y profesional

Código: [lcn-09]

Muchas veces se vuelven poco sociables por rechazar gente

Código: [lcn-11]

No necesariamente, pero si en muchos casos

Código: [lcn-13]

No, para mí son habilidades que hay que desarrollar aparte

Código: [lcn-16]

No necesariamente, la apariencia atractiva (forma de vestir), por lo general busca ocultar inseguridades personales

Código: [lcn-17]

No, no creo que por el simple hecho de ser más atractivas tengan más habilidad que las que son menos atractivas

Código: [lcn-20]

Considero que no, ya que el hablar de habilidades comunicativas se debe tener desarrolladas las habilidades tanto personal e intrapersonal

Código: [lcn-21]

No, si no lees no cuentas con tema de conversación que al momento tengas que hablar con una persona, no siempre es necesario el tema comercial. Hay que estar preparado para lo que pueda comentar el cliente o bien ser un buen oyente

Código: [lcn-26]

No necesariamente, en su mayoría ayuda mucho que puedas comunicarte y socializar pero solo en el sentido de conocer más personas

Código: [lcn-30]

No depende de su forma de ser, no de su físico



Código: [lcn-31]

No, depende de la personalidad de cada persona

Código: [lcn-32]

No considero que las personas atractivas tengan mas habilidades, puede ser una persona poco atractiva y tener muchas habilidades de comunicación y socialización

Código: [lcn-33]

No, porque la belleza no determina tus habilidades, hay personas que son cero atractivas y con excelentes habilidades de comunicación y socialización, y personas atractivas, que su encanto cae en cuanto escuchas su primera frase

Código: [lcn-36]

No siempre los "atractivos" son sociables

Código: [lcn-37]

Casi no, porque hay personas que tienen buena presentación, pero no saben interactuar con los demás

Código: [lcn-42]

No, en este respecto considero que es al revés, ya que la persona con menos atractivo requiere compensar de algún modo esta carencia y por lo regular los hace ser más entusiastas, empáticos y simpáticos, lo que las personas atractivas pudieran no desarrollar por aspectos como el egocentrismo y la vanidad

Código: [lcn-43]

No todas las personas atractivas tienen esa habilidad, así como no todos las personas feas no tienen esa habilidad

Código: [lcn-48]

No necesariamente, el ser atractivo significa que puedes expresarte con soltura

Código: [lcn-50]

No, en ocasiones esas habilidades no son mejores que el resto de la población, solo que el que el entorno les dé un trato diferente, les permite interactuar mejor que el resto.

UH: imagen y liderazgo
File: [C:\Users\DELL\Documents\Investigacion\tesisPata\entrevistas\imagen y liderazgo.hpr7]
Date/Time: 2018-08-24 12:16:00

MEMO: 1.4 La forma de vestir logra, con la imagen proyectada, una mayor influencia y credibilidad

Código: [lis-01]

Considero que lo que nosotros vemos es el resultado de lo que la persona siente al vestirse bien

Código: [lis-02]

En ocasiones si hay que saber cuando debemos vestarnos de manera formal y cual situaciones lo ameritan, más creo que no debemos dejarnos llevar por las apariencias de la imagen que se proyecta

Código: [lis-03]

Claro que la imagen que se proyecta con la vestimenta logra influenciar en otras personas

Código: [lis-04]

No debería ser importante, mientras proyectemos una imagen limpia, pero dependiendo donde se desplace cada persona y/o empleado, pues si debe ser el estilo indicado para el lugar de trabajo

Código: [lis-06]

Si, una persona con un vestido apropiado para la ocasión, bajo esquemas sociales es mejor aceptada y considerado más profesional

Código: [lis-07]

La apariencia personal solo te sirve para dar una buena primera impresión y la apariencia es parte de formacion y valores. Tu credibilidad e influencia depende de lo que puedes transmitir, tu conocimiento y dominio del tema

Código: [lis-08]

Si, ya que tu imagen es muy importante, una persona bien vestida te da mayor confianza, y no me refiero a ropa de marca sino acorde al trabajo que representas



Código: [lis-09]

Depende mucho de la situación y de lo que va explicar

Código: [lis-11]

Si el estar presentable influye mucho en la credibilidad que poseemos

Código: [lis-13]

Sí, una mayor formalidad al vestir se proyecta al momento de dialogar

Código: [lis-14]

Sí, por el simple hecho de vernos bien dar una buena imagen siempre es complemento de los demás

Código: [lis-15]

Sí, es un modo de inspirar y transmitir confianza y credibilidad

Código: [lis-16]

Sí. Como una primera impresión, ya trabajado, no necesariamente

Código: [lis-17]

Por como es el sistema actualmente, sí

Código: [lis-18]

Sí, creo que en la mayoría de los casos una persona bien vestida suele verse más profesional, lo cual hace que adquiera más credibilidad de las personas

Código: [lis-19]

Sí, porque si por decir algo una persona descuidada y desarreglada nos viene a vender algo difícil que confiemos en ella

Código: [lis-20]

Definitivamente sí, pues porque es la primera impresión y suele ser la carta de presentación

Código: [lis-21]

Ciertamente hay códigos de vestir para diferentes ocasiones, todo depende de lo que desees proyectar.



Código: [lis-22]

Si por supuesto todo lo que queremos proyectar con nuestra persona lo expresamos con todo lo que incluye nuestra imagen desde la ropa hasta el peinado. No vamos a ver a un abogado en un proceso, en tenis y bermudas no lo podríamos tomar muy enserio

Código: [lis-23]

Si definitivamente

Código: [lis-24]

Si, aunque no debería ser así, hay muchos estereotipos que siguen

Código: [lis-25]

A si es la forma de vestir de las personas puede decir mucho de ellos

Código: [lis-26]

Creo que si, como te ven las demás personas ayuda a que crean o no en ti

Código: [lis-27]

Sí, ya que como te ven te tratan

Código: [lis-28]

Si, si luces presentable puedes transmitir una buena primera impresión

Código: [lis-29]

Si, una imagen dice más que mil palabras

Código: [lis-30]

Sí, por ejemplo en un trabajo van a contratar a la persona, a parte por su expediente por su presentación personal

Código: [lis-31]

Si, ya que siempre nos dejamos llevar más por la apariencia

Código: [lis-32]

Considero que la forma de vestir dice mucho de las personas y si es un factor de mayor influencia y credibilidad



Código: [lis-33]

Si, dependiendo del lugar y situación de que se trate, sin embargo, ésta imagen deberá acompañarse de las suficientes habilidades para influir y convencer

Código: [lis-34]

Sí, porque como se viste da el que decir de la persona

Código: [lis-35]

Si, la primera impresión cuenta

Código: [lis-36]

Depende a qué imagen se quiera llegar

Código: [lis-38]

Sí, es más fácil conseguir algo bien vestido que si los vemos en pijama

Código: [lis-39]

Sí porque a cómo te vistes y vean te juzgan

Código: [lis-40]

Si, pienso que se le ve mas credibilidad y presentación a una persona con vestimenta formal, además de que demuestra ser persona importante

Código: [lis-41]

Calor que lo considero ya que este el vestir bien también es un factor que refleje seguridad y más que nada credibilidad, sin embargo el vestir bien tiene muchas vertientes ya que son múltiples las personalidades y hoy en día están cambiando las reglas aunque lo tradicional es mejor

Código: [lis-42]

Si, vivimos en una sociedad donde *como te ven te tratan* por lo que el buen vestir forma parte del lenguaje corporal y esto potencia la credibilidad

Código: [lis-43]

Si la imagen dice mucho de una persona

A Corrales Código: [lis-44]

Sí, porque dependiendo en la forma en que te vistes las personas van a tener distintos puntos de vista



Código: [lis-45]

Sí, una buena presencia, significa credibilidad en esa persona

Código: [lis-46]

Sí, antes del "ser" está el "parecer" imagen vende

Código: [lis-47]

Por supuesto, en esta sociedad, tratamos mejor a quien vemos con mejor presencia

Código: [lis-48]

Sí, impone más credibilidad

Código: [lis-49]

Considero que si influye

Código: [lis-450]

Si tenemos el prejuicio de que alguien bien vestido es mejor que alguien que no, y de ahí deriva el que sea mayor su influencia

Código: [lin-12]

No, considero que una persona con actitud y vocación de servicio, que incluye, etc. Puede lograrlo



UH: imagen y liderazgo
File: [C:\Users\DELL\Documents\Investigacion\tesisPata\entrevistas\imagen y liderazgo.hpr7]
Date/Time: 2018-08-24 12:17:30

MEMO: 2.1 Para ser un buen líder es necesario ser un buen conversador

Código: [hcs-01]

Creo que las personas que son líderes generalmente proyectan admiración y suele ser por la manera en que se desarrollan socialmente

Código: [hcs-02]

Hay que saber cómo hablar ante las personas, hay que recordar que en ocasiones las personas malinterpretamos por el tono de voz que usamos aunque no lo hagamos con esa intención de querer agredir. Hay que tener facilidad de palabra

Código: [hcs-03]

Creo que es importante para poder transmitir opiniones propias y lograr el influir en otros

Código: [hcs-04]

Un líder nato, no necesita más que tener conocimiento, entusiasta, así como expresar correctamente lo que quiere transmitir

Código: [hcs-06]

Para la parte motivacional, si

Código: [hcs-07]

Mas que un buen conversador, tienes que tener un buen dominio del Lexico, vocabulario y conocer del tema que hables

Código: [hcs-08]

Desde luego la facilidad de palabra te abre muchas puertas en los negocios

Código: [hcs-09]

Si. Al hablar bien denotas seguridad y eso atrae en el liderazgo

Código: [hcs-10]

Si, tener facilidad de palabra para proyectar el mensaje adecuado



Código: [hcs-11]

Si, ya que un líder necesita comunicar de forma efectiva

Código: [hcs-11]

Si ya que una persona muy emocional por lo regular hace comentarios que pueden afectar su imagen y la percepción que tienen los demás sobre de él

Código: [hcs-12]

Si, al menos que te aclare dudas y te de fundamentos

Código: [hcs-13]

Es básica para poder explicar planes

Código: [hcs-14]

Sí, tener un buen tema de conversación siempre lleva a ser un buen líder

Código: [hcs-17]

Sí, porque la facilidad de palabra es sumamente importante

Código: [hcs-18]

Si, debes ser bueno hablando con las personas y también saber cómo hablarle a esa gente que te sigue porque ser un jefe no es lo mismo que ser un líder

Código: [hcs-19]

Sí, porque para poder dirigir a otras personas se debe saber expresar de buena forma

Código: [hcs-20]

Considero que sí, y tiene que ser una persona con comunicación fluida y con capacidades para negociar

Código: [hcs-21]

Si y para eso se requiere leer mucho

Código: [hcs-22]

Claro que si poder tener la capacidad de poder entablar distintos tipos de comunicación, de poder expresar el objetivo de muchos modos para que todos los que estén involucrados no lo entiendan



Código: [hcs-23]

Si saber hablar y dirigirse es una característica de un líder

Código: [hcs-24]

Si siempre es necesaria la palabra

Código: [hcs-25]

Si ya que no hay líder que no sepa dirigir y manejar a personas

Código: [hcs-27]

Totalmente porque se necesita poseer una buena habilidad comunicativa

Código: [hcs-28]

Sí, así puedes transmitir mejor tus ideas

Código: [hcs-29]

Claro que sí, para tener contacto con todos

Código: [hcs-30]

Sí, no puedes ser líder si no puedes comunicarte bien

Código: [hcs-31]

Sí, hay que tener comunicación con tus "seguidores"

Código: [hcs-32]

Es importante que un líder hable correctamente si quiere generar admiración, respeto y seguimiento por parte de sus colaboradores

Código: [hcs-33]

En la mayoría de los casos si, porque el líder es informado, culto, maneja la inteligencia emocional, etc., sin embargo, hay líderes como López Obrador que no hila ni una frase y la gente le cree!! Rompe las reglas de lo conocido

Código: [hcs-34]

Sí, porque tener la capacidad de habla hace más fácil la manera de interactuar de los demás

Código: [hcs-35]

Si, cuando crees en lo que dices la gente confía en ti



Código: [hcs-36]

Sí, porque se debe saber comunicar las ideas que se tienen

Código: [hcs-38]

Definitivamente ya que un líder debe ser oídos y boca del grupo que dirige

Código: [hcs-39]

Si para poder dar puntos de vista buenos en el equipo

Código: [hcs-40]

Sí, es muy importante la forma en la que nos expresamos pues eso refleja la educación que tengamos

Código: [hcs-41]

Claro que si ya que al ser un buen conversador requiere de saber escuchar por lo cual es un requisito para sr un buen líder

Código: [hcs-42]

Si, las habilidades para transmitir un mensaje de manera eficiente requieren de ser un buen conversador

Código: [hcs-44]

Sí, porque tendrá más facilidad de dar a entender a sus seguidores lo que él quiere que entiendan

Código: [hcs-45]

Por supuesto que si. Un líder debe estar enterado de los temas actuales para poder exponerlos y comentarlos

Código: [hcs-46]

Sí, sobre todo para influir/transmitir

Código: [hcs-48]

Se pueden expresar ideas de maneras diferentes

Código: [hcs-49]

Si, es primordial



Código: [hcs-50]

Si es una de las cualidades que considero importantes en un buen líder, aunque no la única, ni la preponderante

Código: [hcn-15]

No, considero que hay modos distintos para liderar

Código: [hcn-26]

No, un líder no puede hacer todo conversando



UH: imagen y liderazgo
File: [C:\Users\DELL\Documents\Investigacion\tesisPata\entrevistas\imagen y liderazgo.hpr7]
Date/Time: 2018-08-24 12:21:19

MEMO: 2.2 El buen uso del lenguaje enmarca una buena percepción y la reacción hacia esa persona favorece alcanzar un buen nivel de liderazgo

Código: [hls-01]

Ya que gracias al lenguaje podemos dar a conocer todo lo que queremos expresar, y por tanto, provoca que podamos convencer a las personas de lo que se está comunicando

Código: [hls-02]

Cmo decía arriba hay que tener facilidad de palabra para hablar correctamente

Código: [hls-03]

sí considero que el buen uso del lenguaje verbal, así como corporal es importante para alcanzar un nivel más alto en liderazgo

Código: [hls-04]

Un lenguaje correcto, permite que las personas comprendan lo que su líder quiere transmitirle, ya que insultos, o lideres con un tono de voz fuerte puede generar que se desmotiven sus subordinados

Código: [hls-07]

Si, el bueno uso del lenguaje, lexico y vocabulario ayuda a ejercer el liderazgo

Código: [hls-08]

Así es, ya que tu forma de hablar habla de tu personalidad

Código: [hls-09]

Sí, muchos políticos atraen a las personas por su lenguaje y forma de expresar

Código: [hls-11]

Es parte de un conjunto de aptitudes que debe de tener un líder

Código: [hls-12]

El léxico ayuda si denota a una persona culta, pero no es suficiente para favorecer a alguien



Código: [hls-13]

Sí, ya que genera la imagen de alguien preparado

Código: [hls-14]

Sí el saber comunicarnos, el saber expresarnos de la manera correcta mantendrá un nivel de liderazgo

Código: [hls-15]

Sí favorece, da una buena imagen

Código: [hls-17]

Sí, porque eso quiere decir que tiene un gran interés por la lectura, lo cual con lleva a atraer a la gente y dar en cuenta que no es una persona ignorante

Código: [hls-18]

Si, definitivamente

Código: [hls-19]

Sí, porque de lo contrario sin una buena comunicación no habría tan buen liderazgo

Código: [hls-20]

Si, ya que puede ser una característica importante, pero no determinante, pues para ser líder se tiene que cumplir con algunas características

Código: [hls-21]

Ayuda claro que sí, sin embargo; tienes que mediar con quien se está dirigiendo y adaptarse a la modalidad

Código: [hls-22]

Es un punto muy necesario para el logro de los diferentes tipos de percepción se tienen que tener diversas capacidades para lograr una correcta trasmision de el mensaje

Código: [hls-23]

Sí, siempre

Código: [hls-24]

Sí, siempre que sea más correcta se siente uno mejor y más



Código: [hls-25]

Si ya que puede dar un mejor aspecto de uno mismo

Código: [hls-26]

Si, si sabes cómo hablar y tratar a demás personas puedes convencerlos de muchas cosas

Código: [hls-28]

Sí, porque así pueden entender mejor tus ideas

Código: [hls-29]

Sí, demuestra cierto potencial de la persona

Código: [hls-30]

Sí, da una buena impresión

Código: [hls-31]

Si, por la mismo de arriba

Código: [hls-32]

Es importante el buen uso del lenguaje, sin embargo, para ser un buen líder debe ganarse la confianza de las personas y poder demostrar con hechos lo que se está diciendo

Código: [hls-33]

Definitivamente si, es el buen lenguaje el que convence, porque denota educación y preparación para enfrentar cualquier situación individual o en conjunto

Código: [hls-34]

Sí, saber expresarse es lo que muchas personas los hace más competentes

Código: [hls-35]

Sí, aunque depende de la persona con la que hables es el tipo de palabras asar

Código: [hls-36]

Sí, porque si existe comunicación se puede lograr mejor el objetivo

Código: [hls-37]

Sí porque estás dando a ver que tienes buena presentación y modales al momento de tratar con la gente



Código: [hls-38]

Si eso expresa confianza

Código: [hls-39]

Sí porque la persona ara notar lo que sabe y tiene conocimiento del tema

Código: [hls-40]

Si, por que no es lo mismo que una persona te hable de una forma vulgar y te de órdenes, a que te hable una persona de una manera formal

Código: [hls-41]

Si lo considero ya que el hacer un buen uso del lenguaje representa respeto para yodas las personas poro cual al brindarlo también se espera lo contrario con lo cual también es un requisito en un buen líder

Código: [hls-42]

Si, el lenguaje va íntimamente ligado con la preparación de una persona y esto a su vez con el liderazgo al representar la posibilidad de enviar mensajes a los receptores de manera eficaz

Código: [hls-44]

Sí, porque para los seguidores será mejor tener un líder que tenga un buen uso del lenguaje

Código: [hls-45]

Claro que si. Lastima al oído cuando una persona dice palabras como "haiga", "fuistes". Al escuchar este tipo de errores uno relaciona que esta persona no es educada y no lo toma muy enserio

Código: [hls-46]

Sí, el lenguaje es parte/complementa la imagen. Denota cultura/inteligencia

Código: [hls-48]

Sí, porque expresa ideas claras

Código: [hls-49]

Sí, de esta manera te haces ver más seguro de lo que hablas

Código: [hls-50]

Si, si el lenguaje es claro y directo, lograra mejores resultados

UH: imagen y liderazgo
File: [C:\Users\DELL\Documents\Investigacion\tesisPata\entrevistas\imagen y liderazgo.hpr7]
Date/Time: 2018-08-24 12:22:39

MEMO: 2.3 La percepción de una buena imagen tiene mucho que ver con lo que se dice en el momento correcto y demuestra que se tiene precisión mental y control de las emociones

Código: [hds-01]

Porque hoy en día es muy complicado conocer personas con una madurez emocional, solamente mental

Código: [hds-04]

Lo que se expresa de una forma sencilla y coherente así como motivacional genera una buena imagen, si tiene que ver para generar buena imagen así como situaciones personales

Código: [hds-07]

Si, un buen orador es algo que se agradece

Código: [hds-09]

Si. Sabe tratar la situación de una forma más controlada

Código: [hds-11]

Podría decir que la primer impresión va acompañada tanto de la imagen física como de lo hablamos

Código: [hds-12]

Pues lo que nos trata de hacer creer tiene que porque tiene que generar o ganar la confianza para que le sigan

Código: [hds-13]

Solo veo la imagen como una primer impresión y a la precisión mental y control emocional como habilidades que se desarrollan por separado

Código: [hds-15]

Considero esto el punto más importante para dar buena imagen.



Código: [hds-16]

Definitivamente

Código: [hds-17]

En algunos casos sí

Código: [hds-18]

Si, la percepción de alguien y de cómo es suele basarse en cómo se desenvuelve

Código: [hds-20]

Definitivamente si, ya que al tener el control de las emociones indica ser una persona asertiva

Código: [hds-22]

Para cada situación se tiene que tener un control mental adecuado, ya que casi siempre se presentan diferentes actitudes en las que no sabemos qué tipo de personalidad nos vamos a topar a través. Si tenemos de nuestro lado que las perciben una buena imagen será más sencillo

Código: [hds-23]

Sí, siempre

Código: [hds-24]

Si se habla bien y con fuerza se creará la verdad

Código: [hds-25]

Si, da a conocer aspectos de ese tipo de persona

Código: [hds-27]

Si aunque no siempre existe congruencia

Código: [hds-29]

Si, actuar como es debido sea cual sea la situación

Código: [hds-32]

Siempre la imagen dice mucho de una persona, sin embargo, no considero que eso me demuestre que tiene precisión mental y control de sus emociones



Código: [hds-33]

Una buena imagen te ayuda, más no es determinante en tu precisión mental y en el control de tus emociones, solo denota a un individuo más completo a nivel personal, en el que tal vez, demuestra un equilibrio en todos los aspectos de su vida

Código: [hds-36]

Si porque si no se sabe a qué objetivo quiere llegar lo demás falla

Código: [hds-37]

Algunas personas tienen un habla perfecto pero no visten bien, ya sea por falta de recursos

Código: [hds-39]

Si porque trae con el una buena imagen quiere decir que se siente bien

Código: [hds-40]

Si, pues demuestra que piensa lo que va a decir antes de hablarlo

Código: [hds-41]

Si porque él representa que es una persona con temple y fuerza facetas que son importantes para la toma de decisiones

Código: [hds-42]

Claro que sí, esto sería tanto como decir que existe una coherencia entre lo que se piensa y actúa, de otro modo se interpreta como inteligencia emocional

Código: [hds-44]

Sí, porque al tener las palabras correctas para cada momento generará una buena imagen

Código: [hds-45]

Si. Claramente uno puede percibir con tan solo ver y escuchar por pocos minutos el temple y control de las emociones que tiene alguna persona

Código: [hds-46]

Sí, no se debe hablar > hablar. Solo en momento y lugar necesario

Código: [hds-48]

Sí, porque el decir las cosas en tiempo y forma es un arte



Código: [hds-50]

Si ya que la percepción que se logra dependerá del conjunto de imagen, lenguaje tanto verbal como corporal

Código: [hdn-02]

No necesariamente, mas en ocasiones si habla la imagen de uno por si sola

Código: [hdn-03]

No creo que una buena imagen demuestre que tenga precisión mental o tenga control de sus emociones, como bien dice las apariencias engañan

Código: [hdn-08]

No, conozco personas que visten y muestran una buena imagen pero en cuanto a sus emociones son todo lo contrario

Código: [hdn-14]

No, y el saber decir las cosas correctas en su momento es una intuición personal no de imagen

Código: [hdn-26]

No, tu personalidad si tiene que ver en cómo te vistes pero no del todo

Código: [hdn-30]

No, no tiene que ver con la buena imagen

Código: [hdn-31]

No, nada tiene que ver la imagen con las emociones

Código: [hdn-34]

No, porque a lo mejor muchas personas se visten bien, solo para estar bien consigo mismo o están acostumbrados y no tiene a veces nada que ver con la imagen y sus emociones

Código: [hdn-38]

No hay personas con no tan buena imagen y demuestran mejor inteligencia emocional



UH: imagen y liderazgo
File: [C:\Users\DELL\Documents\Investigacion\tesisPata\entrevistas\imagen y liderazgo.hpr7]
Date/Time: 2018-08-24 12:27:53

MEMO: 2.4

Una adecuada imagen personal demuestra madurez interior

Código: [hms-04]

Si lo considero, ya que es una carta de presentación que queremos transmitir a los que nos rodean

Código: [hms-06]

Sí, muestra estabilidad

Código: [hms-07]

En parte sí, hay gente muy talentosa que es muy descuidada en su imagen y no tiene nada que ver con su madurez

Código: [hms-08]

Sí, porque así como eres capaz de mantener una buena imagen, serás capaz de ser un buen líder

Código: [hms-09]

Sí, eso se nota desde la postura y expresiones

Código: [hms-13]

Sí, ya que hay lineamientos que nos indican el que es una buena imagen

Código: [hms-14]

Sí, conforme crecemos se adquiere madurez y se van obteniendo cambios

Código: [hms-17]

Se puede prestar en ciertas ocasiones pero ese no te cataloga como persona, sino lo que expresas verbalmente al mundo

Código: [hms-18]

Sí, pero existen casos en los que no



Código: [hms-20]

Considero que sí, ya que es parte de la seguridad de la persona

Código: [hms-21]

Es saber elegir el código de vestir para cada ocasión

Código: [hms-22]

Hasta cierto punto si, llegamos a un punto en el que debemos de expresar por nuestra imagen personal el grado de edad que estamos viviendo dentro de los parámetros adecuados

Código: [hms-24]

Si, se madura poco a poco

Código: [hms-25]

Sí, porque dice mucho acerca de una persona la vestimenta

Código: [hms-29]

Si tiene que ver un poco los gastos con la personalidad

Código: [hms-30]

Si a veces, porque un señor no se va a vestir como niño

Código: [hms-33]

Si, porque ya eres consciente de ti mismo y trabajas en ese aspecto de verte bien, mente, pienso que tu imagen personal debe complacerte a ti antes que a los demás y es una proyección de tu interior

Código: [hms-34]

Si, por que busca sentirse a gusto consigo mismo

Código: [hms-35]

Si, sabes a dónde vas y como debes vestir

Código: [hms-36]

Depende de la persona

Código: [hms-39]

No porque hay personas que no dan buena imagen pero son muy inteligentes y maduros



Código: [hms-40]

Sí, también demuestra formalidad y compromiso

Código: [hms-41]

Si porque es parte de un proceso de maduración intelectual y personal ya que en base de las experiencias de vida nos podemos dar cuenta de lo importante que es la apariencia

Código: [hms-42]

Sí, es el equilibrio entre lo que se tiene dentro y se ve reflejado en el exterior

Código: [hms-44]

Sí, porque sentirá la necesidad de proyectar una buena imagen

Código: [hms-45]

Si, ya que se preocupan y se toman el tiempo diariamente por dar esa adecuada imagen tanto personal, como moral

Código: [hms-46]

Sí, demuestra independencia, autosuficiencia, orden

Código: [hms-49]

Realmente si lo demuestra

Código: [hms-50]

Si la madurez, la educación

Código: [hmn-01]

No tienen nada que ver una con la otra (si estamos hablando de una adecuada imagen personal a un tema físico)

Código: [hmn-02]

No es que demuestre madurez interior si no que establece como una presentación correcta de lo que en realidad somos

Código: [hmn-03]

se debe de tener una imagen personal acorde a la edad que se tiene



Código: [hmn-10]

No por como luzcas eres más maduro o no

Código: [hmn-11]

No necesariamente van ligadas una con otra

Código: [hmn-12]

No mucho

Código: [hmn-15]

No precisamente, son cosas distintas

Código: [hmn-16]

No, porque la imagen personal puede ser solamente apariencia un personaje

Código: [hmn-19]

No, porque no necesariamente como te viste refleja tu madurez

Código: [hmn-23]

No, las apariencias pueden engañar

Código: [hmn-26]

No, en muchos casos podemos vestirnos o lucir bien, pero no somos lo que pensaban

Código: [hmn-27]

No, a veces solo se siguen tendencias o patrones de famosos, artistas o personas influyentes

Código: [hmn-31]

Pues no necesariamente

Código: [hmn-38]

No, muchas veces las apariencias engañan

Código: [hmn-43]

No, ya que cualquier persona puede ponerse un pantalón de vestir y un saco

Código: [hmn-48]

No, la madurez no es constante con la imagen

UH: imagen y liderazgo
File: [C:\Users\DELL\Documents\Investigacion\tesisPata\entrevistas\imagen y liderazgo.hpr7]
Date/Time: 2018-08-24 12:29:39

MEMO: 2.5 Las personas que controlan sus emociones son más apreciadas y mejoran sus relaciones y su reputación

Código: [hes-01]
ya que se puede confiar en que no tomarán decisiones impulsivas

Código: [hes-02]
Pudiera ser que si mas creo que se llegaría un punto en que se acabaría todo eso solo por no decir lo que incomoda

Código: [hes-03]
Si, por que al estar consciente de sus propias emociones es más sencillo relacionarse

Código: [hes-04]
El control personal y emocional si es muy importante para reflejar un equilibrio, por eso considero que se debe aprovechar cuando se tenga oportunidad de cursos que ofrezcan ese tipo de temas

Código: [hes-06]
Si, una persona temperamental es complicada de tratar

Código: [hes-07]
aprecio a un persona sincera que tiene el valor de mostrar sus emociones. La reputacion de una persona no tien e que ver con esto

Código: [hes-08]
Sí, una persona que controla sus emociones mantiene una mejor relación laboral

Código: [hes-09]
Si, son más fáciles de tratar y evitan el conflicto

Código: [hes-12]
Sí, creo que hay que ser un poco más prudentes en ciertos temas y tratar de ser más reservados con nuestra vida personal y esto evita a generar chismes o mal entendidos entre terceros



Código: [hes-13]

Sí, ya que saben comportarse con distintos tipos de personas y ante diferentes situaciones

Código: [hes-16]

Saber encausar la emoción sí

Código: [hes-17]

Sí, en esto estoy de acuerdo, ya que habla mucho de su madurez

Código: [hes-18]

Sí, sobre todo si hablamos de un ambiente laboral, pero en general sí. Siempre es bueno saber controlarte y cuando es prudente quedarse callado y cuando no

Código: [hes-19]

Puede que sí porque sería una persona que nunca se sale de control

Código: [hes-20]

Definitivamente sí, pues son personas que han desarrollado una inteligencia emocional

Código: [hes-21]

Puede ayudar acerca de la reputación, sin embargo mas apreciadas y mejores relaciones, no

Código: [hes-22]

Son más valoradas en el aspecto del control mental que tienen alguien que controla su mente tiene la capacidad de controlar todas las cosas a su alrededor

Código: [hes-24]

Sí, ya que no molestan a los demás

Código: [hes-25]

Sí ya que saben cuándo es el momento correcto para dar a conocer sus sentimientos

Código: [hes-27]

Totalmente

Código: [hes-29]

Tienen más autocontrol



Código: [hes-32]

Si, considero que saber manejar los sentimientos propios y ajenos es la base de la inteligencia emocional

Código: [hes-33]

Definitivamente si, porque tienes un control mental respecto de lo que te puede suceder a tu alrededor y reacciones más conscientemente, y ello, te lleva a obtener mejores resultados, independientemente de cualquier situación

Código: [hes-34]

Si, porque cada quien busca tener su buena reputación ante todo más si es una persona reconocido que debe ser casi perfecto ante los demás

Código: [hes-35]

La mayoría de las veces

Código: [hes-38]

Sí, a la mayoría de la gente nos gustan las personas firmes

Código: [hes-39]

Si porque al no saber controlar las emociones podemos actuar de una manera indebida

Código: [hes-40]

Sí, porque no se dejan guiar por el momento o por lo que estén sintiendo

Código: [hes-41]

Claro que sí, ya que raramente se equivocaran con comentarios que pueden dañar sus relaciones a diferencia de las personas que no logran controlar las emociones

Código: [hes-42]

Si, el control de las emociones habla de madurez e inteligencia emocional

Código: [hes-43]

Sí, gracias a eso puedes hacer amigos

A Corrales Código: [hes-44]

Sí, porque sus seguidores podrán darse cuenta que podrá estar en situaciones tensas y sabrá guardar la calma.



Código: [hes-45]

Por supuesto, las personas moderadas son mas apreciadas, por el hecho de que respetan a los demás, tienen buen carácter y son fáciles de tratar

Código: [hes-46]

Sí, porque evitan situaciones o "conflictos" innecesarios

Código: [hes-48]

Sí, debido a la puntualidad de sus comentarios

Código: [hes-49]

Así es, mantener las emociones fuera del trabajo, haces que lo que hagas sea eficiente

Código: [hes-50]

Si, es una gran cualidad, el controlar emociones y no dejar que estas determinen la relación en el entorno, tanto laboral y personal

Código: [hen-14]

No, cada persona aprecia a las demás personas a su manera

Código: [hen-15]

Sí, ya que evitan caer en comentarios o reacciones negativas

Código: [hen-26]

No, en muchos casos personas que dicen lo que sienten consiguen amistades y son buenas

Código: [hen-30]

No, no por eso son más apreciadas

Código: [hen-31]

No, una persona más expresiva puede hacer más amistades que una persona seria

Código: [hen-36]

No porque si en algún momento no dice lo que siente se puede arrepentir

Código: [hen-37]

No del todo, porque serian unas personas muy deprimidas

UH: imagen y liderazgo
File: [C:\Users\DELL\Documents\Investigacion\tesisPata\entrevistas\imagen y liderazgo.hpr7]
Date/Time: 2018-08-24 12:39:33

MEMO: 2.6 Las personas con buena imagen usan el poder de sus palabras para hacer que los demás vean alternativas y acciones positivas

Código: [hps-01]

He aprendido que las personas se pueden dejar influenciar por los demás que proyectan ser personas exitosas y que cuidan todos los detalles (en este caso, su aspecto personal)

Código: [hps-04]

Mientras sean fines comunes o benéficos es aceptable, ya que ese tipo de personas con preparación, presencia, son motivacionales para muchos

Código: [hps-06]

La buena imagen es necesaria, pero no te da lo necesario para tener ideas

Código: [hps-07]

Si, conoce y domina de lo que habla; a esto se le conoce como un influencer

Código: [hps-08]

Así es, una buena imagen hace que los demás muestren más interés en tus acciones

Código: [hps-11]

Si sería parte de lo que es ser un buen líder

Código: [hps-15]

Sí, persuaden

Código: [hps-20]

Sí, suele ser un elemento a favor pero no determinante

Código: [hps-22]

De cierto modo siempre se las ingenian para obtener lo que quieren, aun que tengan que persuadir a diferentes personas para poder lograr su objetivo

Código: [hps-23]

Sí, porque la imagen predecir más que las palabras



Código: [hps-27]

Puede ser un factor

Código: [hps-29]

Sí, denotan autoridad

Código: [hps-32]

Si considero que son elementos importantes

Código: [hps-33]

Cualquiera con buena imagen o no, puede contribuir a mediar una situación, proponer alternativas y acciones positivas, la imagen no determina sus habilidades de persuasión

Código: [hps-22]

De cierto modo siempre se las ingenian para obtener lo que quieren, aun que tengan que persuadir a diferentes personas para poder lograr su objetivo

Código: [hps-23]

Sí, porque la imagen predecir más que las palabras

Código: [hps-27]

Puede ser un factor

Código: [hps-34]

Si, para que tengan idea que lo primero es la imagen personal

Código: [hps-36]

Depende del caso presentado

Código: [hps-39]

Si porque llama la atención de los demás

Código: [hps-40]

Creó que usan el poder de sus palabras para convencer a otros a que hagan lo que ellos quieren

Código: [hps-41]

Claro que si ya que refleja seguridad en su vida y por lo cual las personas también desean eso es por ello que las alternativas y acciones que les mencionen si tendrán peso en las personas



Código: [hps-42]

No necesariamente, hay personas que usan el poder de sus palabras para manipular de un modo negativo y que la imagen puede ser parte de este entramado tejido con ese fin

Código: [hps-44]

Sí, porque usan su capacidad de convencimiento

Código: [hps-45]

No toda la gente con buena imagen usa el poder de sus palabras, pero habrá algunos que si lo hagan

Código: [hps-46]

Sí, influyen en ellos

Código: [hps-47]

por lo menos logran mostrar sus alternativas

Código: [hps-48]

Sí, por la vibra que transmiten

Código: [hps-32]

Si considero que son elementos importantes

Código: [hps-33]

Cualquiera con buena imagen o no, puede contribuir a mediar una situación, proponer alternativas y acciones positivas, la imagen no determina sus habilidades de persuasión

Código: [hps-34]

Si, para que tengan idea que lo primero es la imagen personal

Código: [hps-36]

Depende del caso presentado

Código: [hps-39]

Si porque llama la atención de los demás

Código: [hps-40]

Creó que usan el poder de sus palabras para convencer a otros a que hagan lo que ellos quieran



Código: [hps-41]

Claro que si ya que refleja seguridad en su vida y por lo cual las personas también desean eso es por ello que las alternativas y acciones que les mencionen si tendrán peso en las personas

Código: [hps-15]

Sí, persuaden

Código: [hps-20]

Sí, suele ser un elemento a favor pero no determinante

Código: [hps-22]

De cierto modo siempre se las ingenian para obtener lo que quieren, aun que tengan que persuadir a diferentes personas para poder lograr su objetivo

Código: [hps-23]

Sí, porque la imagen predecir más que las palabras

Código: [hps-27]

Puede ser un factor

Código: [hpn-03]

No precisamente, porque bien el contar con una buena imagen no significa que lo que exprese sea la mejor opción

Código: [hpn-21]

No lo considero cierto

Código: [hpn-25]

Puede ser el caso pero no siempre, ya que no es necesariamente una figura pública

Código: [hpn-38]

En ocasiones y otras veces lo utilizan para acciones negativas

Código: [hpn-43]

No influye

UH: imagen y liderazgo
File: [C:\Users\DELL\Documents\Investigacion\tesisPata\entrevistas\imagen y liderazgo.hpr7]
Date/Time: 2018-08-24 12:40:08

MEMO: 2.7 Para ser visto como líder intelectual, hay que buscar situaciones en las que los haya desacuerdos para replantear las cosas que permitan unir a los demás, en lugar de permitir que el replanteamiento genere conflicto y decepción

Código: [hrs-01]

Creo que una persona que es conciliadora genera confianza y qué mejor que sea la cabeza de una organización

Código: [hrs-02]

Si pienso que es mejor ver el punto del error y ver opiniones argumentar que es lo que se necesita y a donde se quiere llegar y volver a plantear todo en equipo para hacerlo bien

Código: [hrs-03]

Si, ya que persuade de alguna manera para que los conflictos que surjan sean analizados desde otra perspectiva logrando unir en vez de destruir

Código: [hrs-04]

Un buen líder tiene todas esas cualidades, de convencer, evitar conflictos y trabajar por un bien común

Código: [hrs-06]

El cambio en las ideas es complejo, el manejar un conflicto es necesario para un líder, el replantear una situación, el unificar, el mediar

Código: [hrs-07]

Lider intelectual puede dar su punto de vista sin importar si hay de por medio un conflicto. Y no necesariamente tiene que ser controvertido

Código: [hrs-08]

Por supuesto, un buen líder busca siempre la unidad

Código: [hrs-09]

Sí, siempre y cuando sepa escuchar la situación y de lo negativo tratar de sacar lo positivo



Código: [hrs-10]

Sí, hay que saber comunicar la mejor opción

Código: [hrs-11]

Definitivamente sí, siempre es más importante buscar la solución al problema más que culpar al que cometió el error y castigar

Código: [hrs-12]

Si claro así volvemos a una sociedad participativa con vos

Código: [hrs-13]

Sí, creo que el replanteamiento debe convencer en su posibilidad a todos

Código: [hrs-14]

Sí, el dar opiniones y saberlas plantear siempre da soluciones

Código: [hrs-15]

Sí, pero no la considero como la única, ni la mejor manera para imponer liderazgo

Código: [hrs-17]

Simplemente saber cómo resolver esos conflictos

Código: [hrs-18]

Un líder intelectual, en mi opinión, debe saber manejar cualquier tipo de situación, haciendo siempre lo que es mejor y más conveniente

Código: [hrs-19]

Sí, porque sería una forma inteligente de resolver un problema

Código: [hrs-20]

Un buen líder simplemente tiene que conciliar

Código: [hrs-22]

Alguien que tenga la capacidad de ser líder tiene muy claro que un equipo con conflictos no es buen equipo y siempre deberá buscar el bienestar, para conservar a todos los elementos que integren el equipo

Código: [hrs-23]

Un buen líder también puede influir en situaciones positivas para mejorarlas



Código: [hrs-24]

Si, se debe resolver y te verán como más

Código: [hrs-27]

Así es

Código: [hrs-28]

Sí, hay que ser de mente abierta.

Código: [hrs-29]

Yo creo que en cualquier situación se pueden analizar las cosas

Código: [hrs-30]

Sí, para ver diferentes puntos d vista y llegar a un acuerdo

Código: [hrs-32]

Si un buen líder siempre debe de mantener un buen ambiente laboral o social

Código: [hrs-33]

Si, porque un líder preparado, buscará el mejor manejo de la situación, considerando la opinión de los involucrados y llegando a acuerdos, si generas conflicto y decepción, no eres un líder. El líder siempre trata de sumar, no de dividir

Código: [hrs-34]

Si, para ver que hizo lo correcto ante una situación y lograr el acuerdo ante todo

Código: [hrs-35]

Sí, siempre y cuando se planteen opciones creíbles y que tengan que ver con el tema a tratar

Código: [hrs-36]

Sí, un líder siempre busca soluciones juntos

Código: [hrs-37]

Un buen líder jamás plantara la idea del desacuerdo, sino más bien buscara las mejores alternativas que no afecten a terceros

Código: [hrs-39]

Si un buen líder trata de solucionar y arreglar los problemas que pudieran presentarse



Código: [hrs-40]

Creó que no simplemente deba de haber situaciones de desacuerdos para demostrar que se es un líder intelectual

Código: [hrs-41]

Si está bien el querer replantear las cosas de diferentes perspectivas para que cada uno de los involucrados considere su posición desde la vista del otro por lo cual provocara reflexión de ambas partes y se podrá llegar a un acuerdo sin que se genere un conflicto

Código: [hrs-42]

Así es, un líder intelectual buscara el dialogo, la paz, la equidad, la justicia y demás valores que van de acuerdo con la intelectualidad, si se es lo suficientemente capaz, se sabrá manejar el encono, facilitando la resolución de conflictos

Código: [hrs-43]

Estoy completamente de acuerdo, son los mejores posibilidades que tienes para demostrar

Código: [hrs-44]

Sí, porque al encontrar situaciones en donde haya desacuerdos y saber resolverlos podrá ser visto como un líder intelectual

Código: [hrs-46]

Sí, un buen líder no impone su voluntad, escucha, ayuda y concilia con los demás

Código: [hrs-47]

Con el actuar y desempeño de las personas podemos determinar si puede ser un líder intelectual

Código: [hrs-48]

Sí, los argumentos coherentes unen comunidades

Código: [hrs-49]

Sí, siempre hay que buscar soluciones y segundas opciones

Código: [hrn-21]

No, crear conflictos existenciales no son sanos para ningún ambiente de trabajo siempre es mejor la comunicación y mente abierta para enfrentar cualquier conflicto



Código: [hrn-25]

No necesariamente ya que no se necesita de una situación desagradable para mejorar las cosas

Código: [hrn-26]

No, para ser un líder tienes que ayudar a todos por igual

Código: [hrn-38]

Efectivamente, un buen líder busca acuerdos y plantea situaciones para lograr satisfacer la mayoría de las necesidades de su grupo



UH: imagen y liderazgo
File: [C:\Users\DELL\Documents\Investigacion\tesisPata\entrevistas\imagen y liderazgo.hpr7]
Date/Time: 2018-08-24 12:41:23

MEMO: 3.1 Es necesario aprender a identificar lo importante con la cantidad de información que se tiene

Código: [pis-01]

Creo que es importante, pero no por ello dejar de investigar o buscar mayores factores

Código: [pis-02]

Si no se tiene manera de buscar más información y ver a profundidad lo que se busca si hay que hacerlo con lo que se tiene

Código: [pis-03]

Si, es una habilidad que deberíamos tener todos, para no entrar en conflictos

Código: [pis-04]

Es fundamental para lograr el éxito que se desea, así como para evitar tiempos y conflictos innecesarios

Código: [pis-06]

Sí, hay que hacer lo que se puede con lo que se tiene

Código: [pis-07]

Siempre es necesario identificar lo importante, no solo con cantidad de informacion que se tiene, si no indagar lo mas posible

Código: [pis-08]

Así es, ya que en ocasiones es mínimo el material que se tiene para trabajar por lo que se debe tener la capacidad de identificar lo más importante

Código: [pis-09]

Sí, por más listo que se sea es difícil absorber toda la información

Código: [pis-12]

Si, con más conocimiento de algo se puede desarrollar medidas precautorias



Código: [pis-13]

Si, para así resolver las problemáticas posibles

Código: [pis-14]

Si es necesario aprender a identificar la información para la solución de problemas

Código: [pis-15]

Sí, es primordial separar o identificar lo más importante

Código: [pis-17]

Sí, porque de esta manera identificas lo bueno y malo de la situación

Código: [pis-18]

Sí, creo que a veces es necesario rescatar lo que de verdad importa de las cosas que le quitan un poco el sentido

Código: [pis-19]

Sí, porque es importante saber toda la información posible

Código: [pis-20]

Si lo considero importante ya que no importa la cantidad de información pues siempre existirá información clave que sea relevante

Código: [pis-22]

Si ya que en base a esta se tendrá una variación en todas las cuestiones y decisiones

Código: [pis-24]

Si, lo importante es lo mejor

Código: [pis-25]

Si, así se puede resumir la información y es más fácil aprendérselo

Código: [pis-26]

Sí, creo que tenemos que tener un control

Código: [pis-27]

Si para tener más resumida la información y absorber mayor información



Código: [pis-28]

Si hay que ser prácticas y no perder y tanto tiempo

Código: [pis-29]

Claro que sí, para analizar con claridad

Código: [pis-30]

Si, tienes que saber que es importante

Código: [pis-32]

Si, considero importante el análisis de las cosas

Código: [pis-33]

Si, siempre y cuando sea imposible obtener mayor información, ya que la toma de decisiones en ocasiones, no puede aplazarse, ya que generarías un problema mayor

Código: [pis-34]

Sí, para poder saber lo que se tiene y que en algún momento se puede ocupar tener el conocimiento de lo que se tiene

Código: [pis-35]

Si, y priorizar de lo más importante a lo menos

Código: [pis-36]

Si, si no ya no sabemos a dónde vamos

Código: [pis-38]

Siempre, si no se identifica lo mas importante no habrá acciones contundentes

Código: [pis-39]

Si para saber como actuar

Código: [pis-40]

Sí, pues la información es lo principal que nos debemos basar

Código: [pis-41]

Si ya que esta es un cualidad que siempre se tiene que ir perfeccionando ya que cada vez nos están saturan con información chatarra por lo cual deja pasar lo realmente importante



Código: [pis-42]

Sí, la información poca o mucha debe posibilitar la identificación de las cosas importantes, lo cual es una habilidad que se debe aprender

Código: [pis-43]

Sí, es lo que se necesita

Código: [pis-44]

Sí, porque al identificar lo más importante será más fácil procesar la información

Código: [pis-45]

Si logras identificar lo importante en cualquier situación, no es necesaria mucha información

Código: [pis-46]

Sí, siempre hay que analizar lo que se tiene antes de tomar decisiones

Código: [pis-47]

Si se tiene intuición, ya estás del otro lado

Código: [pis-48]

Sí, para sintetizar ideas

Código: [pin-11]

No siempre es importante indagar más sobre el problema para así tener toda la información sobre el problema



UH: imagen y liderazgo
File: [C:\Users\DELL\Documents\Investigacion\tesisPata\entrevistas\imagen y liderazgo.hpr7]
Date/Time: 2018-08-24 12:42:15

MEMO: 3.2 Las personas con buena imagen no se quedan estancadas con una sola perspectiva, sino que se anticipan y basan las estrategias en lo que se sabe acerca del presente y futuro

Código: [pes-02]

Yo pienso que es depende de cada persona

Código: [pes-04]

Considero que una persona preparada, conocedora así como con la experiencia es la que se anticipa a ese tipo de estrategias

Código: [pes-07]

La buena imagen no tiene que ver con las perspectivas y estrategias del presente y/o futuro, la imagen es solo un complemento

Código: [pes-08]

Sí tienen más oportunidades más no quiere decir que sea lo único que se necesita para lograr el éxito

Código: [pes-10]

Sí, el futuro es cambiante así que es bueno tomar en cuenta futuras posibilidades

Código: [pes-11]

No necesariamente, pero sería algo importante de hacer

Código: [pes-12]

Sí, porque supongo que tienen antecedentes para defenderlo y saben de las problemáticas del pasado

Código: [pes-14]

Pienso que se basa en la persona no tanto en cómo se vea, quien quiere lograr sus perspectivas lo logra



Código: [pes-17]

Creo que mas allá de la imagen en mas importante la información que brindas a la sociedad, ya que la mentalidad tiene mayor impacto

Código: [pes-18]

Si, una persona que busca superarse siempre va por lo que quiere y probablemente lo consigue

Código: [pes-20]

Considero que una buena imagen siempre ayudara a avanzar

Código: [pes-22]

Considero que la imagen no tiene mucho que ver con las perspectivas esto es más bien en un aspecto mental y analizar todo

Código: [pes-23]

Sí, porque tu imagen es una perspectiva de lo que tú eres y de lo que quieres

Código: [pes-29]

Básicamente acerca del presente tienden a crear expectativas a futuro

Código: [pes-32]

Si lo considero ya que siempre se tiene que estar por encima de la línea, no se puede conformar con una sola perspectiva

Código: [pes-34]

Sí, porque ante todo la imagen da el que decir de las personas

Código: [pes-35]

La mayoría de las veces

Código: [pes-36]

No existen personas que no tienen buena imagen y salen adelante

Código: [pes-37]

Ellos tienen que tener en mente varias salidas y alternativas que no afecten a terceros

Código: [pes-38]

En algunas ocasiones, otras solo esperan oportunidades o que las cosas lleguen del cielo



Código: [pes-41]

Si ya que estas personas siempre quieren seguir mejorando y aprendiendo por lo cual les gusta esta asegurar su futuro

Código: [pes-42]

En esta pregunta no veo la relación entre la buena imagen y la manera de tomar decisiones o plantear estrategias

Código: [pes-43]

Depende de la persona

Código: [pes-45]

Pues eso no depende siempre de la buena imagen, eso depende del carácter de cada persona

Código: [pes-46]

Sí, porque además son analíticos y previsores

Código: [pes-48]

Sí, debido a que analizan puntos de vista diferentes

Código: [pes-49]

Depende mucho de la persona

Código: [pen-01]

Considero que las personas con buena imagen no son lo mismo que un líder por ejemplo, en este caso, sería importante que se anticipe y base las estrategias

Código: [pen-03]

No necesariamente, no el contar con una buena es sinónimo de experiencia

Código: [pen-06]

No, si bien es cierto que una persona atractiva puede tener mejores oportunidades, eso no significa que identifique sus oportunidades y las aproveche



Código: [pen-09]

No muchas veces no se puede acertar demasiado

Código: [pen-13]

No creo que tenga que ver con la buena imagen

Código: [pen-15]

No, en muchos casos prefieren mantener su perspectiva

Código: [pen-16]

No. Buena imagen es aparte a ello.

Código: [pen-19]

No necesariamente por ser o no atractiva tendrás ese tipo de mentalidad de no quedar estancada

Código: [pen-21]

No tiene nada que ver la buena imagen

Código: [pen-24]

No, cualquiera lo puede hacer sin tener que estar bien vestidos

Código: [pen-25]

La imagen puede dar a creer pero no significa que lo es todo

Código: [pen-26]

No, eso depende de las decisiones

Código: [pen-28]

No, las perspectivas sobre alguna situación no tienen que ver con la imagen

Código: [pen-30]

No, no tiene que ver la buena imagen

Código: [pen-33]

No necesariamente con buena imagen, el buscar alternativas y estrategias para el presente y futuro, dependerá de tus expectativas y no de tu imagen



Código: [pen-40]

No tiene que tener buena imagen para quedarse con una sola perspectiva

Código: [pen-44]

No, porque las personas con buena imagen no necesariamente tendrá la capacidad de anticiparse a nuevas situaciones

Código: [pen-47]

La buena imagen no necesariamente nos da inteligencia

Código: [pen-50]

No es determinante la imagen para establecer la forma de actuar de una persona

UH: imagen y liderazgo
File: [C:\Users\DELL\Documents\Investigacion\tesisPata\entrevistas\imagen y liderazgo.hpr7]
Date/Time: 2018-08-24 12:37:37

MEMO: 3.3 Es importante que se tenga y demuestre un pensamiento estratégico para hacer un análisis acertado de los problemas con ideas innovadoras, con buen enfoque y una adecuada claridad

Código: [pps-01]

Porque esto se puede dar a conocer dentro de la organización y poder solucionar cualquier problema en menor tiempo estimado

Código: [pps-03]

Claro que es importante para lograr cambios y enfoques que ayuden a los problemas que se presentan

Código: [pps-04]

Muy importante y fundamental ya que el presentar el plan de corto, mediano y largo plazo ayuda a comprender más lo que se quiere transmitir y a su vez que sea aceptado de acuerdo a las necesidades de cualquier tipo de situaciones

Código: [pps-06]

Si, toda idea se tiene que externalar

Código: [pps-07]

Si, siempre es necesario estas a la expectativa del futuro, por medio de informacion que te puedas allegar para poder crear una expectativa

Código: [pps-08]

Muy importante, ya que habrá negocios que darán los mejores resultados hasta un largo plazo, por lo que es importante lograr el convencimiento

Código: [pps-09]

Sí, pensar a corto plazo es bueno pero a largo plazo te va dando una idea más abierta y con mayor ventaja

Código: [pps-10]

Sí, es importante aprender a actuar bajo presión



Código: [pps-11]

Si ya que con esto se pueden cumplir las metas a largo plazo

Código: [pps-12]

Sí, porque anticipa un problema y probablemente se tengan medidas más acertadas para poder evitarlo o solucionarlo

Código: [pps-13]

Si, ya que así se sabe con más confianza en que podría terminar la idea

Código: [pps-14]

Sí, ya que son planes estratégicos que nos ayuda a mejorar

Código: [pps-15]

Sí, principalmente para lograr ideas acertadas y oportunas

Código: [pps-17]

Sí, porque nunca está de más pensar en las futuras situaciones que se puedan presentar

Código: [pps-18]

Sí, siempre es mejor anteponerse a las cosas para saber cómo actuar

Código: [pps-19]

Si porque así será mucho más creíble el análisis que se elabore

Código: [pps-20]

Si lo considero importante

Código: [pps-21]

Si, las ideas innovadoras y puntos de vista diferentes son buenos

Código: [pps-22]

Siempre se tiene que tener un pensamiento definido a largo plazo para tener claras las decisiones que se tomaran para que el objetivo se cumpla

Código: [pps-23]

Si, estar planeando a largo plazo es estar viendo a la lo que se generara y así poder prevenir



Código: [pps-24]

Si, para tener una resolución más inmediata

Código: [pps-25]

Si así se demuestra las habilidades de cada persona

Código: [pps-26]

Sí, siempre debes de pensar bien las cosas y basarte en algo para estar seguro

Código: [pps-27]

Es importante para encontrar solución a dichos problemas

Código: [pps-28]

Sí, porque así lo que quieras lograr va a tener un mejor resultado

Código: [pps-29]

Sí, pensar a futuro es muy bueno, claro teniendo en cuenta el presente

Código: [pps-30]

Si para que sea acertado

Código: [pps-32]

Considero que siempre debe de haber un pensamiento estratégico a corto, largo y mediano plazo

Código: [pps-33]

Totalmente de acuerdo, sino te anticipas con estrategias, enfoque y claridad, la realidad te va a superar y perderás la perspectiva de a dónde quieres llegar

Código: [pps-34]

Sí, para poder hacer lo correcto, y tener un enfoque claro de lo que se quiere hacer

Código: [pps-35]

Si, de adelantarse a posibles problemas que puedan surgir

Código: [pps-36]

Si para poder desarrollarlas



Código: [pps-37]

También hay buenas ideas a corto plazo

Código: [pps-38]

Por supuesto, un enfoque analítico e innovador nos llevara a resultados concretos, contundentes y precisos para poder atacar el problema desde la raíz

Código: [pps-40]

Sí pues necesitamos tener identificado oportunidades y amenazas para saber con más claridad

Código: [pps-41]

Si porque esto representa más que nada una característica de buen liderazgo

Código: [pps-42]

Pensamiento estratégico nos habla de planes de acción para la resolución de problemas lo que implica tiempo futuro, mientras que realizar un análisis de problemas no implica plantear una acción para resolverlas, dicho lo anterior y desde esta perspectiva, no tiene relación lo uno con lo otro en esta pregunta, es decir, si se tratara de resolver los problemas y no solo de analizarlos si sería importante

Código: [pps-43]

Sí, es lo correcto

Código: [pps-44]

Sí, porque eso genera confianza en que se podrán resolver problemas futuros

Código: [pps-45]

Si. Uno debe sentarse a analizar bien sus problemas para así poder pensar en posibles soluciones y de esa manera en futuras situaciones tener una estrategia para solucionarlos

Código: [pps-46]

Sí, porque en medida que se tenga un mayor y mejor análisis, mejores serán las decisiones y/o consecuencias

Código: [pps-48]

Sí, para tener una plenitud de posibles situaciones concretas



Código: [pps-49]

Sí, lo es estar reparados

Código: [pps-50]

Si es importante



UH: imagen y liderazgo
File: [C:\Users\DELL\Documents\Investigacion\tesisPata\entrevistas\imagen y liderazgo.hpr7]
Date/Time: 2018-08-24 12:44:30

MEMO: 3.4 Es importante aprender a pensar rápido bajo situaciones de presión y ante momentos de crisis, para tener credibilidad

Código: [prs-01]

Porque de ello dependerá la tranquilidad de los colaboradores y externos involucrados en el problema

Código: [prs-02]

No para tener mejor credibilidad si no para saber actuar en el momento y no perder el tiempo que no tiene

Código: [prs-03]

Si es importante el saber reaccionar bajo presión, buscando la mejor solución, de esta manera se adquiere credibilidad

Código: [prs-04]

Ambas partes son necesarias no solo para la credibilidad también para el estado emocional de la persona que se encuentre en la situación

Código: [prs-06]

Si, el tiempo para resolver un problema es fundamental

Código: [prs-08]

Sí es muy importante, ya que en ocasiones un buen negocio depende de la rapidez con que decidas, de lo contrario otro más astuto puede aprovechar la oportunidad

Código: [prs-09]

Sí, siempre y cuando la idea sea acertada y no vaya atraer más conflicto

Código: [prs-11]

Si pero para esto es necesario poseer experiencia sobre el problema



Código: [prs-12]

No pudiera ser tanto por la credibilidad, pero si estas en una situación complicada lo mejor es idear como salir de esa situación sin reconocimiento

Código: [prs-13]

Si, ya que son estas problemáticas las que realmente reflejan la preparación

Código: [prs-14]

Sí, el tener una respuesta o solución rápida siempre dará credibilidad

Código: [prs-15]

Sí, lo considero muy importante para dar una mejor imagen

Código: [prs-17]

Si, ya que nos previene y salva de situaciones difíciles

Código: [prs-18]

Si, es de mucha ayuda pensar rápido para actuar rápido

Código: [prs-19]

Sí, porque de esta forma sabrán de tus decisiones durante un momento de crisis serán las correctas

Código: [prs-20]

Si lo considero importante y fundamental

Código: [prs-22]

Claro que sí, se tiene que tener la sangre fría para poder tener la capacidad de tomar decisiones bajo presión y que estas se concreten de un modo esperado y con esto se genere la credibilidad para tomar decisiones

Código: [prs-23]

Si, porque cuando se piensa rápido las personas a tu alrededor se dan cuenta de tu capacidad y preparación, aunque a veces hay sus excepciones

Código: [prs-24]

Sí, porque mientras antes hables es mucho mejor



Código: [prs-25]

Así es, hay que saber qué hacer y cómo

Código: [prs-26]

Sí, la toma de decisiones bajo presión es muy importante

Código: [prs-27]

Totalmente

Código: [prs-28]

Sí, así puedes tomar mejores decisiones bajo presión

Código: [prs-29]

En lugar de pensar creo que sería reflexionar y ver qué beneficios o perjuicios me traerá tal decisión

Código: [prs-30]

Sí, tenemos que aprender a trabajar bajo presión para pensar con claridad siempre

Código: [prs-31]

Si. Aunque no solo rápido si no también

Código: [prs-32]

El ritmo de vida en la actualidad exige una demanda alta de control y trabajo bajo presión por eso considero importante a saber pensar rápido ante estas situaciones.

Código: [prs-33]

Si, porque la inteligencia es la capacidad para resolver problemas en cualquier situación, ya sea bajo presión o en momentos de crisis, y sobre todo, aplicar las habilidades adquiridas para elegir la mejor alternativa

Código: [prs-34]

Si, porque a veces surgen situaciones donde se debe tomar decisiones rápidas sin tener tiempo de pensarlo

Código: [prs-35]

Sí, pero lo mejor es no tomar decisiones en este tipo de situaciones



Código: [prs-36]

En ocasiones sí, porque a veces son situaciones que implican más cosas

Código: [prs-38]

En algunas ocasiones y no por credibilidad sino más bien por autonomía

Código: [prs-39]

Si porque aunque las respuesta sea incorrecta y lo dice con seguridad la creerán

Código: [prs-40]

Es importante pensar rápido pero sabiendo analizar los puntos ante los que estamos, para no equivocarnos al momento de tomar la decisión

Código: [prs-41]

Claro que sí pero no solo credibilidad sino también para la tomad de decisiones

Código: [prs-42]

Los resultados determinan la credibilidad en una persona, por lo que sí es importante pensar rápido y bajo presión

Código: [prs-43]

Sí, la toma de decisiones es fundamentar en la administración

Código: [prs-44]

Sí, porque los seguidores estarán esperando una respuesta rápida a los problemas

Código: [prs-45]

Claro. Una persona siempre debe estar preparada. Entre mas seguro seas de tus palabras y acciones ya sea en momentos fáciles o de crisis, eso marca la percepción que los demás tengan de ti, del carácter que ellos van a percibir que tienes y de la habilidad que tienes para resolver problemas y circunstancias que se presenten

Código: [prs-46]

Sí, porque habrá situaciones que así lo amerita y hay que actuar

Código: [prs-47]

No solo para tener credibilidad sino para mostrar entereza



Código: [prs-48]

Si, los pensamientos concretos resuelven las crisis

Código: [prs-49]

Creo que es importante tener alternativas o soluciones establecidas previamente para cuando se presenten situaciones

Código: [prs-50]

Es necesario pues el ritmo de trabajo y flujo de información es rapidísimo y por tanto a ese ritmo se debe pensar, analizar y toar decisiones

Código: [prn-07]

No, se tiene que pensar bien y detenidamente sobre todo en momentos de presion



UH: imagen y liderazgo
File: [C:\Users\DELL\Documents\Investigacion\tesisPata\entrevistas\imagen y liderazgo.hpr7]
Date/Time: 2018-08-24 12:46:30

MEMO: 3.5 El ejemplo que brinda un líder hace que se resalte su integridad y confiabilidad; es ejemplo por su forma de pensar

Código: [pjs-01]

Un líder debe ser todo aquel ejemplo a seguir dentro de una organización, y un ser íntegro y confiable es el ideal para el éxito de una organización

Código: [pjs-02]

Si un líder en mi opinión es una persona con la que te apoyas para poder crecer y creerte que si se puede lograr lo que se quiere

Código: [pjs-04]

Totalmente de acuerdo ya que lo que se piensa de hace y lo que se hace se refleja de una forma positiva o negativa

Código: [pjs-06]

Si, el ejemplo arrasa, un líder tiene que ser bien visto dentro y fuera de la organización, refleja los valores de la organización, un líder que da el ejemplo motiva

Código: [pjs-07]

Si, como decían mis padres, el ejemplo arrastra

Código: [pjs-08]

Así es, ya que un líder consiste precisamente en eso que los demás persigan sus ideas y en ganarse la confianza de sus seguidores

Código: [pjs-09]

Sí, si va de acuerdo a sus acciones y son positivas no tendrá problema

K Cruz Código: [pjs-10]

Sí, los líderes debemos ser un buen ejemplo

Código: [pjs-11]

Si definitivamente el líder es el pilar de cualquier equipo de trabajo, ya que es el guía



Código: [pjs-13]

Para mi es la mayor razón para seguir a un líder

Código: [pjs-14]

Sí, lo que el piense eso va a transmitir a los demás

Código: [pjs-15]

Sí, y además un modelo a seguir

Código: [pjs-17]

Sí, porque con base a su experiencia podemos mejorar nuestros pensamientos e ideologías

Código: [pjs-18]

Si, definitivamente sí

Código: [pjs-19]

Si porque de esta forma se sabe si realmente será un buen líder

Código: [pjs-20]

El ejemplo si resalta la integridad y confiabilidad del líder

Código: [pjs-21]

Claro que si

Código: [pjs-22]

Claro que sí, nuestro líder de proyecto siempre tiene que tener la imagen adecuada a su perfil

Código: [pjs-23]

Si, porque manera de pensar va a determinar sus acciones

Código: [pjs-24]

Sí, porque el líder siempre es visto por todos

Código: [pjs-25]

Así es ya que demuestran confianza

Código: [pjs-26]

Si, el líder debe poner el ejemplo de cómo se hace las cosas



Código: [pjs-27]

Sí, porque atrae masas

Código: [pjs-28]

Sí, porque eres un modelo a seguir

Código: [pjs-29]

En la mayoría de los casos sí, y aparte de sus ideas, de sus acciones

Código: [pjs-30]

Sí, es lo que refleja

Código: [pjs-32]

Si es muy importante el ejemplo de un líder

Código: [pjs-33]

Si, porque el ejemplo arrastra, el líder debe mostrar congruencia entre lo que dice y lo que hace, eso habla de su integridad y de su confiabilidad

Código: [pjs-34]

Si. Eso habla de lo que es la persona y si es la correcta para confiar en lo que hace y dice

Código: [pjs-35]

Si, aunque no todos los líderes son buenos

Código: [pjs-36]

Sí, porque de esta manera puede ser ejemplo

Código: [pjs-37]

Sí, ya que habla muy bien de el y su manera de hacerle el frente

Código: [pjs-38]

Ciertamente, debido a que un líder es un ejemplo a seguir donde muchas personas lo ven como prototipo al cual seguir

Código: [pjs-40]

Así es, pues demuestra que está apto para el puesto que está desempeñando



Código: [pjs-41]

Si ya que todo en el líder debe de ser congruente

Código: [pjs-42]

Sí, la congruencia entre el hacer y el pensar resalta la integridad y la confiabilidad

Código: [pjs-43]

Sí ya que es lo que motiva del lider

Código: [pjs-44]

Sí, porque los seguidores muchas veces adoptarán el ejemplo que les da su líder

Código: [pjs-46]

Sí, es un todo en la imagen y la personalidad que proyecta

Código: [pjs-48]

Si, debido a la seguridad que expresa

Código: [pjs-50]

Si y mas que ejemplo es líder

Código: [pjn-03]

No precisamente, existen líderes mundiales que no son confiables y mucho menos son ejemplo por su forma de pensar

Código: [pjn-12]

No, tenemos la oportunidad de poder pensar diferente y el puede decirlo y pensarlo pero está en la acción, su credibilidad. Podemos estar también de acuerdo o no

Código: [pjn-16]

Un líder es un ejemplo pero por su forma de pensar, no necesariamente



UH: imagen y liderazgo
File: [C:\Users\DELL\Documents\Investigacion\tesisPata\entrevistas\imagen y liderazgo.hpr7]
Date/Time: 2018-08-24 12:48:06

MEMO: 4.1 Un líder es creíble y logra que los demás lo sigan por su inteligencia

Código: [ais-01]

Pero también es importante el ejemplo

Código: [ais-02]

Es una persona de gran apoyo

Código: [ais-04]

No solo por su inteligencia ya que un buen líder convence también por su personalidad, empatía, trato, trabajo, etcétera

Código: [ais-06]

Depende de la situación, hay líderes impuestos, externos a la organización, carecen de legitimidad, si bien es cierto que la organización sigue al líder la mayoría de los casos es evitando conflictos, no por aprecio, estima o admiración

Código: [ais-07]

Si, y por sus acciones

Código: [ais-09]

Si, por la forma de convencer y resolver problemas

Código: [ais-11]

Si ya que la credibilidad que posea el líder hará que los empleados lo sigan

Código: [ais-13]

Si, los actos son los que demuestran la capacidad

Código: [ais-18]

En parte, pero también por cómo trata a la gente que lo sigue

Código: [ais-19]

Si es un factor que ayuda a tener confianza en un líder



Código: [ais-20]

Considero que la inteligencia es solo una parte de las habilidades que debe tener un líder

Código: [ais-21]

Por sus acciones

Código: [ais-22]

Si y no solo por su inteligencia si no que transmite esa batuta que las personas lo sigan, debe transmitir seguridad para buscar un avance adecuado para con las demás personas

Código: [ais-24]

Sí, los líderes son seguidos debido a esa forma de pensar

Código: [ais-25]

Así es ya que si llego a ser líder es por la confianza que brindo

Código: [ais-27]

Si y también por otras cuestiones

Código: [ais-28]

Sí, es más común seguir a un líder con inteligencia y conocimientos, que a uno que es ignorante

Código: [ais-29]

Es por las acciones que hace o el recorrido que ha tenido en la vida, logros o situaciones

Código: [ais-30]

Si, aparte de otras cosas

Código: [ais-31]

Sí, los líderes son los que guían a los grupos de gente

Código: [ais-32]

Si lo considero importante la credibilidad de un líder

Código: [ais-33]

Si, siempre y cuando sepa proyectar esa inteligencia mediante acciones acertadas a seguir y convencer con esas acciones



Código: [ais-34]

Si, creen que él es el que represente ante todo y sobre todo que va buscar, lo mejor para los demás

Código: [ais-35]

Por su seguridad al hablar y crear una convicción

Código: [ais-36]

Si, si no fuera inteligente y no haría nada entonces no sería líder

Código: [ais-37]

Si un buen líder nunca engañaría a su gente

Código: [ais-38]

A veces, no siempre, puede que lo sigan por su empatía, amistad, relaciones sociales

Código: [ais-39]

Si porque es un modelo a seguir

Código: [ais-40]

Sí, pues sabe cómo manejar a la gente de su alrededor

Código: [ais-41]

Pues sí, pero la inteligencia no lo es todo para ser un líder eficaz, es la suma de todo lo que lo hacer ser un líder

Código: [ais-42]

Es una combinación entre inteligencia y carácter, por lo que su personalidad independientemente de su capacidad intelectual sería un aspecto por el cual logre que lo sigan

Código: [ais-43]

Sí, ya que son los mejores lideres

Código: [ais-44]

Sí, porque el líder tendrá la capacidad de resolver problemas y decidir lo mejor dependiendo de la situación



Código: [ais-45]

Un líder siempre se destaca por su inteligencia, su poder de mover masas, ya sea para bien o para mal. No puedo decir que todos los líderes sean creíbles ya que algunos usan precisamente esa inteligencia y poder de convencimiento para lograr fines ya sean personales o fraudulentos

Código: [ais-46]

Sí, es fundamental y uno de los tipos de líderes no impuestos

Código: [ais-47]

Tiene que ser además elocuente y congruente

Código: [ais-48]

Sí, por los diversos tipos de inteligencia que existen

Código: [ais-49]

Esas son las características de un buen líder

Código: [ain-03]

No, considero que un líder puede tener seguidores por diversos motivos, no tanto por su inteligencia

Código: [ain-12]

No, yo creo que la gente está cansada de ver que aunque se escriba no se cumpla, y pudiera ser que mucha gente lo siga pero pues en lo personal la trayectoria y hechos comprobables son los que importan

Código: [ain-14]

No, aun líder se le siguen por su actitud, su responsabilidad y como sobre sale no solo por su inteligencia

Código: [ain-15]

No, muchas veces lo siguen por su actitud más que por inteligente



UH: imagen y liderazgo
File: [C:\Users\DELL\Documents\Investigacion\tesisPata\entrevistas\imagen y liderazgo.hpr7]
Date/Time: 2018-08-24 12:49:43

MEMO: 4.2 La combinación de simpatía y credibilidad son características de un líder con buena imagen

Código: [ass-01]

Porque genera confiabilidad en el equipo que lidera

Código: [ass-02]

Porque el mismo líder debe creer en el para que los demás lo hagan si no da seguridad

Código: [ass-03]

Si, por que tiene mejor imagen una persona simpática que una antipática

Código: [ass-04]

Si lo considero ya que un buen líder tiene muchas cualidades que fue adquiriendo y otras por naturaleza

Código: [ass-06]

Si, en parte, la labor de un líder es llevar a buen puerto a su barco, pero si tu organización no te ve bien, será complicado, es necesario tener simpatía ante los empleados, generar empatía con ellos y generar credibilidad ante el dicho y el hecho

Código: [ass-07]

Es parte, una buena imagen depende de muchos mas factores, como lo la coherencia

Código: [ass-09]

Sí, van agarradas de la mano

Código: [ass-11]

Es parte de las aptitudes del líder

Código: [ass-12]

Si, la credibilidad siento que es lo más importante porque a su vez genera confianza



Código: [ass-13]

Sí, por lo general un líder debe simpatizar

Código: [ass-14]

Sí, para ser líder siempre tendrá que simpatizar con los demás y a través de su imagen lo puede lograr

Código: [ass-15]

Sí, son pilares de un buen liderazgo

Código: [ass-17]

Sí, porque la simpatía brinda una buena confianza

Código: [ass-18]

Sí, creo que es parte fundamental

Código: [ass-19]

Sí, porque considero que son características importantes

Código: [ass-20]

Si lo son ya que de lo contrario no sería un buen líder

Código: [ass-21]

La imagen apoya sin embargo no lo es todo

Código: [ass-22]

Si, el lider va generando con las personas de su equipo de trabajo un estatus de confianza y simpatia, con el que ellos se sientan con la tranquilidad de contarle diversas situaciones

Código: [ass-24]

Sí, ya que si es así todos lo seguirán

Código: [ass-25]

Si ya que los líderes deben mostrar esas características

Código: [ass-29]

Sí, para ser líder tienes inteligencia, simpatía, empatía y algunas otras cualidades



Código: [ass-30]

Si, tiene que tener esas características

Código: [ass-31]

Sí, un líder tiene que serlo

Código: [ass-32]

Si estos factores complemento de los valores de un líder

Código: [ass-33]

Si, porque siempre queremos ver en los lideres todas las habilidades posibles, porque de alguna manera, me siento reflejado en ellos

Código: [ass-34]

Si, la imagen y el trato queda a los demás lo hace creíble ante todos

Código: [ass-36]

Sí, para dar confianza

Código: [ass-38]

Correcto, es la base de la confianza

Código: [ass-40]

Sí, pues son aspectos importantes para un líder

Código: [ass-41]

También y como lo comente en la pasada respuesta para ser un buen líder se necesita ser la suma de características que debe de tener un líder

Código: [ass-42]

Totalmente, la simpatía habla de características como la empatía, la humildad, la sencillez, la amabilidad

Código: [ass-43]

Si lo son pero no son los principales

Código: [ass-44]

Sí, porque al ser simpáticos van a generar una mayor credibilidad



Código: [ass-45]

Si, a parte de otras características más que también son necesarias

Código: [ass-46]

Si, son elementos de la imagen

Código: [ass-48]

Si, son un dúo infalible

Código: [ass-49]

Sí lo son

Código: [ass-50]

Si, con otras cualidades necesarias

Código: [asn-37]

No ya que se guiaran por los sentimientos



UH: imagen y liderazgo
File: [C:\Users\DELL\Documents\Investigacion\tesisPata\entrevistas\imagen y liderazgo.hpr7]
Date/Time: 2018-08-24 12:52:01

MEMO: 4.3 Las personas con buena imagen llevan una vida cordial y sobresalen entre la multitud

Código: [acs-03]

Si hablamos de una imagen no física, creo que sí, puesto que son personas que no obran de mala fe

Código: [acs-04]

Totalmente de acuerdo ya que una buena imagen es lo que quieres decir sin muchas palabras lo que realmente somos

Código: [acs-11]

No necesariamente pero las personas con buena imagen por lo regular cuidan estos aspectos

Código: [acs-13]

Si creo que la dedicación y empeño que ponen en su proyección, los pone un paso adelante

Código: [acs-17]

Sobresalen más con una mentalidad amplia y consiente

Código: [acs-21]

La imagen no tiene nada que ver

Código: [acs-22]

No es algo necesario ya que muchas de las personas con buena imagen generan un comportamiento egolatra en el que niquiera es agradable convivir con ellos

Código: [acs-27]

Totalmente

Código: [acs-29]

La mayoría sí



Código: [acs-31]

Sí, pues la gente hace menos a las personas con mal aspecto

Código: [acs-32]

Si lo considero que sobresalgan entre la multitud

Código: [acs-33]

Si sobresalen entre la multitud, pero su buena imagen no determina si su vida es cordial o no, puede ser un desastre fuera del ojo humano

Código: [acs-35]

La mayoría de las veces

Código: [acs-36]

A veces, no siempre demuestran lo que aparentan

Código: [acs-37]

Sí ya que demuestran fortaleza y seguridad

Código: [acs-38]

A veces, no siempre

Código: [acs-40]

No necesariamente, eso se basa en la inteligencia emocional que tengan

Código: [acs-42]

Por lo regular así es

Código: [acs-44]

Sí, porque una vida cordial te hace tener buena imagen y sobresalir.

Código: [acs-45]

Claro. Es que buena imagen no solo se refiere a la forma que te ves físicamente, sino también la vida que llevas, la familia que formas, tu comportamiento. Por lo que una persona con buena reputación o imagen si sobresale de las demás

Código: [acs-46]

Si, por su buena imagen e influencia, sobresalen del "promedio"



Código: [acs-50]

No depende solo de la buena imagen, esta es parte de un conjunto de cualidades

Código: [acn-01]

Probablemente sobresalgan de la multitud pero no necesariamente son personas cordiales

Código: [acn-02]

No necesariamente no por llevar buena imagen quiere decir que su vida sea maravillosa

Código: [acn-06]

No, son diversos factores los que generan eso

Código: [acn-07]

No, existen muchos manipuladores

Código: [acn-09]

Aunque llevan cierta ventaja, no creo que sean un centro de atención para todos

Código: [acn-12]

No, porque son manchadas muchas veces por algún acto o error malo o que la sociedad ve como malo y tienden a etiquetarlo como tal

Código: [acn-14]

No, a través de nuestra imagen no podemos saber la vida de las persona

Código: [acn-15]

No, no lo considero necesario para sobresalir

Código: [acn-18]

No siempre es así

Código: [acn-19]

No necesariamente las personas que no tiene buena imagen también pueden llevar una vida cordial

Código: [acn-20]

No precisamente llevan una vida cordial pero si pueden llegar a sobresalir



Código: [acn-24]

No todos

Código: [acn-25]

No tiene nada que ver con la imagen

Código: [acn-28]

No, la imagen no tiene nada que ver

Código: [acn-30]

No, no tiene que ver

Código: [acn-34]

No porque a veces pueda que hagan las cosas bien en algunos casos pero pueda que sus debilidades lo hagan opacar su personalidad

Código: [acn-41]

No necesariamente pero si es un factor que puede favorecer

Código: [acn-43]

No se puede saber solo por tener "buena imagen"

Código: [acn-48]

No, la actitud es la que sobresale

Código: [acn-49]

No depende de la persona

UH: imagen y liderazgo
File: [C:\Users\DELL\Documents\Investigacion\tesisPata\entrevistas\imagen y liderazgo.hpr7]
Date/Time: 2018-08-24 12:58:38

MEMO: 4.4 Las personas respetan a quienes expresan con claridad y seguridad lo que piensan, sin que haya conflicto entre sus valores personales y públicos

Código: [aps-01]

Creo que las personas se respetan por ser personas ejemplares, ya que no es tan sencillo serlo. Siempre la sociedad espera que las personas sean íntegras tanto en su trabajo como en su vida personal ya que es coherencia

Código: [aps-02]

No siempre hay personas que no les gusta que expresemos lo que sentimos más creo yo que es mejor decirlas en el momento a tener problemas

Código: [aps-04]

Si, pues ese tipo de personas se expresan con fundamentos convincentes que permiten a las demás personas abrir su panorama

Código: [aps-10]

Sí, hablar con claridad disminuye conflicto siempre y cuando se tenga equilibrio entre lo que se dice y se hace

Código: [aps-11]

Los valores van ligados directamente con el respeto que se puede ganar de la gente, sin ellos no existe respeto

Código: [aps-13]

Me parece que es de respetar el hecho de seguir sus ideales

Código: [aps-18]

Si, casi siempre pasa, la confianza, coherencia muy importante

Código: [aps-20]

Sí, ya que son personas que siempre se muestran seguras



Código: [aps-22]

Se supone que así debería de ser ya que todos tenemos la capacidad de expresarnos el chiste es que las personas se sepan expresar y con esto poder dar a conocer lo que piensan, y en caso que lleguen a darles una opinión que no sea de su agrado tener la inteligencia mental para tomar lo mejor que venga de ese comentario y el resto desecharlo

Código: [aps-25]

Depende la ocasión pero por lo general si respetan.

Código: [aps-28]

Sí, son más creíbles

Código: [aps-29]

Como ser humano tendemos a dejarnos llevar por apariencias

Código: [aps-30]

Algunas personas, no todas respetan

Código: [aps-33]

Sí, porque cada persona es un ente individual y si se expresa con claridad y seguridad, es su opinión y hay que respetarla, independientemente de sus valores personales y públicos

Código: [aps-34]

Si saben que son personas que hacen lo que creen correcto y sobre todo defiende su punto de vista

Código: [aps-36]

Sí, depende de cómo lo hagan

Código: [aps-37]

Sí ya que si no hablas no tendrás oportunidades frente a los demás

Código: [aps-38]

Parcialmente, en ocasiones la demás gente con diferente ideal empiezan a perder credibilidad y confianza y se entra en conflicto



Código: [aps-40]

No hay personas que no aceptan simplemente que otros piensen diferente a ellos así se los digas de la manera más respetuosa posible

Código: [aps-41]

Si ya que el existir congruencia con lo que se piense, sienta y actúa refleja respeto y a su misma vez de forma natural también lo pide

Código: [aps-44]

Sí, porque está demostrando seguridad en lo que está diciendo

Código: [aps-45]

Si. Yo en lo personal puedo admirar a una persona segura y clara al hablar, eso me hace sentir respeto hacia esa persona

Código: [aps-46]

Si, por el mismo hecho de que a los líderes influyen y proyectan respeto por sus cualidades y capacidades

Código: [aps-48]

Si, debido a que concreten de manera correcta su pensamiento

Código: [aps-49]

Creo que siempre se presentan diferentes puntos de vista, pero realmente cuando hablan claramente y seguros, las personas tienden a creer sus palabras y terminan convencidas

Código: [aps-50]

Si es estoy segura

Código: [apn-03]

No en todos los casos, siempre va a existir la diversidad de pensamiento, sin embargo, si se cuenta con valor de respeto aun cuando exista discrepancia no habrá un conflicto

Código: [apn-06]

No, está mal visto opinar, está mal visto no estar de acuerdo, la gente le teme a quien piensa libre



Código: [apn-07]

La gente muchas veces se siente ofendida cuando alguien expresa algo contrario a lo que cree

Código: [apn-09]

No, a las personas por más positivo que sea alguien va actuar en desacuerdo

Código: [apn-12]

No, a pesar de que estamos en tiempos diferentes sigue existiendo tabús, gente que obviamente expresa otro pensar y aunque uno se exprese abiertamente pues existe esa diferencia de pensar y es válido

Código: [apn-15]

No, algunas personas suelen no respetar a quienes tienen distintos ideales

Código: [apn-17]

En muchos casos no se respeta

Código: [apn-19]

No, porque siempre habrá puntos de vista diferentes y no siempre se estarán de acuerdo con ellos

Código: [apn-24]

No, siempre se atacan

Código: [apn-31]

No, no depende la persona que se está expresando si no del tipo de gente a quien lo está haciendo

Código: [apn-35]

No, porque hay personas que no aceptan la libertad de expresión

UH: imagen y liderazgo
File: [C:\Users\DELL\Documents\Investigacion\tesisPata\entrevistas\imagen y liderazgo.hpr7]
Date/Time: 2018-08-24 12:59:17

MEMO: 4.5 Las personas esperan que los líderes vivan los papeles, valores y normas que han creado

Código: [avs-01]

Porque si el líder no puede cumplirlo entonces nadie está obligado a hacerlo

Código: [avs-02]

Que si tengan seguridad en ellos mismos

Código: [avs-03]

Si, la gente espera que un líder sea alguien casi como un superhéroe sin errores, por lo que es difícil ya que no dejan de ser humanos

Código: [avs-04]

Sería lo más conveniente para poder transmitirlo y contagiarlo a su gente

Código: [avs-06]

Si, el líder está obligado a conocer la realidad que vive todo integrante de su organización

Código: [avs-07]

Si, se llama coherencia

Código: [avs-09]

Sí, se tiene pensado que como líder tiene que dar el ejemplo

Código: [avs-10]

Si, efectivamente, dar un buen ejemplo

Código: [avs-11]

Si, ya que es necesario poner el ejemplo

Código: [avs-12]

Sí, porque es lo que la mayoría de ellos dice vivir y venden o hacen creer esa idea



Código: [avs-13]

Si ya que si no, no tendrían fundamento

Código: [avs-14]

Sí, como ellos se crean de esa forma deben vivir

Código: [avs-15]

Sí, es seguir sus ideales y ser fiel a su modo de pensar

Código: [avs-17]

Depende qué mentalidad tenga esa multitud de gente. Porque si todos colaboran se crean mejores relaciones

Código: [avs-18]

Si, en la mayoría de los casos

Código: [avs-19]

Sí, porque si los implementan en su vida diaria es porque realmente creen en sus ideales

Código: [avs-20]

Si creo que la gente ponga expectativas en sus líderes

Código: [avs-22]

Si, analizando la situación y la posición en la que están es de considerarse que sus prácticas sean las más adecuadas para tener un correcto desempeño de su posición

Código: [avs-24]

Sí, la gente hace lo que el líder hace

Código: [avs-25]

Si ya que así lo demuestran

Código: [avs-27]

Si ya que eso genera credibilidad

Código: [avs-28]

Sí, hay que ser congruentes las acciones y las palabras



Código: [avs-29]

Debería de ser así

Código: [avs-30]

Si, tienen que poner el ejemplo

Código: [avs-32]

Si es una expectativa que se espera sea cumplida

Código: [avs-33]

Por supuesto, la congruencia es el valor más respetado de los líderes, el equilibrio entre lo que pienso y lo que actuo

Código: [avs-34]

Sí, porque ante todo es quien los anima los guía y aconseja de lo creen hacer para que todo salga conforme a lo acordado

Código: [avs-35]

Sí, porque si siguen algo es porque ellos lo pueden vivir

Código: [avs-36]

Si, si no no serian lideres.

Código: [avs-37]

No todos ya que muchos no encajan en ellos

Código: [avs-38]

Sí, la mayor parte del tiempo

Código: [avs-40]

Si, que clase de líder seria si no siquiera lo mismo que dijo

Código: [avs-41]

Claro que sí, sino fuera de esta forma seria un farsante y no un buen líder

Código: [avs-42]

Sí, nuevamente la congruencia



Código: [avs-43]

Sí, creo yo que para imponer algo tu eres el primero en hacerlo

Código: [avs-44]

Sí, porque al haber creado esas normas la gente puede pensar que así lo vive el líder

Código: [avs-45]

Por supuesto, uno debe de predicar con el ejemplo

Código: [avs-46]

Sí, porque son el ejemplo a seguir y esperan que cumplan con esos papeles, valores y normas

Código: [avs-47]

Así es, congruencia ante todo en el pensar y el hacer

Código: [avs-48]

Sí, pero no siempre los viven

Código: [avs-49]

Sí porque eso es lo que hacen los buenos líderes es lo que debería hacer cualquier líder

Código: [avs-50]

Es real