

Fecha de recepción: febrero 2019

Fecha de aceptación: julio 2019

Versión final: noviembre 2020

La importancia de las habilidades blandas en un asesor de imagen

Lilian Bustamante *

Resumen: Las habilidades blandas son las competencias que una persona debe poseer y que le permiten relacionarse con otras de manera efectiva, ya sea en el trabajo, socialmente y en el día a día. Principalmente éstas tienen que ver con las habilidades de comunicación y de relación con las otras personas a través de un trabajo en equipo, adoptando actitudes proactivas que permitan generar nuevas ideas, para que así la organización crezca. En este trabajo veremos de qué forma son claves e impactan en forma directa sobre la conformación de la Imagen Personal.

Palabras clave: Ética - comportamiento - comunicación - asertividad - empatía - escucha activa.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 28]

(*) AICI CIM. Es Ingeniero Comercial por la Universidad Católica de Chile, Asesora de Imagen certificada Internacionalmente por AICI, Fundadora del Capítulo Chileno de AICI, ocupo cargos dentro de la Gerencia de Ventas de IBM Chile. Actualmente es parte del Board of Directors de AICI Internacional como VP Human Resources.

Introducción

De acuerdo a publicación de la revista América y Economía estas habilidades son:

1. **Ética.** Normas, valores y principios que regulan el correcto actuar de la persona a lo largo de su vida y carrera profesional.
2. **Responsabilidad.** Responder a las exigencias del puesto, en los tiempos y formas establecidas.
3. **Sociabilidad.** Poder relacionarse con cualquier persona de la organización en la que se trabaja y con distintos públicos fuera de ella. Compartir dentro y fuera de la empresa y capacidad para crear contactos o redes en el tiempo.
4. **Facilidad de Comunicación.** Tener la habilidad de dar a conocer las ideas, inquietudes, problemas y puntos de vista de una manera que sea entendida por todos.

En una comunicación efectiva, es fundamental contar con al menos tres habilidades:

- a. Asertividad.** Capacidad para dar a conocer una opinión en el momento y en la forma adecuada sin herir a la otra persona.
 - b. Empatía.** Ponerse en el lugar de los demás y ser solidario.
 - c. Escucha activa.** Consiste en captar lo esencial de cada mensaje recibido, gracias a que el oyente presta la atención adecuada y entrega su feedback o retroalimentación. Es clave, por ejemplo, para la resolución de conflictos.
5. **Trabajo en equipo.** Capacidad para entender que uno forma parte de algo mayor que es la organización y que en la medida que los esfuerzos de los distintos actores se conjugan existe una mayor probabilidad de éxito en el logro de los objetivos que se han planteado como grupo.
 6. **Adaptación al cambio.** Saber que se vive en un mundo dinámico y en permanente evolución, lo que obliga a ser flexible para adecuarse a las nuevas circunstancias y los cambios de escenarios que tienen lugar.
 7. **Espíritu de servicio.** Entender que, el servicio juega un papel muy importante, tanto para los clientes externos como para los internos (compañeros de trabajo).
 8. **Creatividad.** Capacidad para buscar nuevas propuestas que sean originales y que rompan, de algún modo, el esquema o modelo establecido con un fuerte acento en la innovación.
 9. **Capacidad para resolver problemas.** Desarrollar soluciones que ayuden a superar las dificultades que se presenten y en donde todos saquen experiencias y se beneficien en materia de aprendizaje.
 10. **Optimización del tiempo.** Manejar este recurso cada vez más escaso de una manera eficiente, con miras a alcanzar los objetivos planteados.
 11. **Actitud Positiva.** Tener una visión que se enfoque en la parte llena del vaso y no en la vacía, para generar movimiento y avanzar en la ruta que se ha definido.
 12. **Seguridad personal.** Dice relación con la confianza que pueda tener una persona en su actuar y en el ejercicio de su profesión.
 13. **Tolerancia a la presión.** Soportar las situaciones que son estresantes o muy demandantes demuestran un gran control por parte de una persona, pues deja en claro su habilidad para sortear situaciones complejas y no perder el foco en lo importante.
 14. **Respeto a las opiniones.** Tolerar los puntos de vista diferentes es una habilidad muy bien mirada en un mundo globalizado y en donde cada persona tiene derecho a pensar diferente.

A continuación, desarrollaremos algunas de las habilidades mencionadas anteriormente:

1. Ética

Un asesor de imagen debe guiarse por principios éticos y tener un comportamiento profesional que lo acompañen durante el ejercicio de su carrera. Los miembros de la Asociación Internacional de Consultores de Imagen (AICI), se guían por un Código de Ética y Comportamiento Profesional, que contiene los lineamientos de ética descritos abajo, de los cuales se han escogido algunos para comentar:

- Actuar con integridad, competencia, dignidad y de una manera ética en sus relaciones con el público, clientes, prospectos, empleados y miembros colegas.
- Practicar, e instar a otros a practicar, una manera profesional y ética que refleje una buena imagen de los miembros y su profesión. *Parte del trabajo de un asesor de imagen es ayudar a que otros colegas practiquen la profesión de buenas maneras.*
- Esforzarse para mantener y mejorar sus competencias y la de otros en su profesión. *Un asesor de imagen debe estar permanentemente estudiando y aumentando sus conocimientos.*
- Usar un cuidado razonable, y ejercer un juicio profesional independiente. *Cuidar de su apariencia personal y ser objetivo en los juicios emitidos.*

Adicionalmente tiene lineamientos de conducta profesional que están relacionados con Responsabilidades Fundamentales como son:

- Conocer y cumplir todas las leyes, normas y reglamentos de cualquier gobierno, agencia gubernamental, organización reguladora, oficina de licencias o asociación profesional que rige las actividades profesionales de los miembros.
- Abstenerse de participar conscientemente o ayudar en cualquier violación de tales leyes, reglas o regulaciones.
- Abstenerse de asumir cualquier responsabilidad profesional, a menos que, por entrenamiento o experiencia, el miembro es competente para ejecutar adecuadamente el trabajo requerido. *Un asesor de imagen nunca debería prestar servicios para los cuales no está preparado. Por ejemplo, tratamientos psicológicos de un asesorado o cortar el cabello si nunca estudió para obtener esas habilidades y técnicas.*
- Representar con precisión las calificaciones, educación, experiencia y afiliación en todas las formas de comunicación según lo requieren los reglamentos de AICI. *Nunca un asesor de imagen debería mentir al presentarse aludiendo a estudios, certificaciones que nunca tuvo.*

Respecto al trato con los clientes, el Asesor de Imagen:

- Definir claramente, en forma oral o por escrito, el alcance y naturaleza de los proyectos o servicios a ser realizados y todos los honorarios o costos envueltos en el proyecto o servicio, desde su concepción hasta su fin. *Es muy importante al realizar una propuesta, establecer los contenidos de ésta con detalle, de modo de no arriesgar la satisfacción del cliente porque se mal interpretaron los servicios.*
- Informar a los clientes y potenciales clientes de cualquier relación o circunstancia que pudiera ser considerada como conflicto de interés. *Es muy importante hacer saber por anticipado, la existencia de un conflicto de intereses que pudiera surgir, por ejemplo, en caso de tener algún familiar o persona muy cercana en la empresa que está contratando los servicios.*
- Mantener confidencialidad sobre la información de clientes, salvo si es obligación legal. *Muchos clientes no desean que otras personas sepan que los están asesorando en su imagen y desean mantenerlo en forma reservada. Un asesor no debe divulgar su nombre y menos cuánto es lo que le están pagando por sus servicios.*

Sobre el comportamiento con otros profesionales del rubro establece:

- No involucrarse en ninguna conducta profesional relacionada con deshonestidad, fraude, engaño o tergiversación; o ejecutar cualquier acción que refleje negativamente su honestidad, integridad o competencia profesional.
- No apoyar conscientemente a una persona que no está calificada en relación con educación, entrenamiento y/o pericia según lo establecido en los reglamentos y requisitos de membresía de la Asociación. *Por ejemplo, no se podría apoyar a una persona que se dice estilista y que nunca ha tenido los estudios que la avalen como tal.*
- No discriminar a nadie por factores económicos, raza, credos, antecedentes étnicos, género, edad, preferencias sexuales, condición física o país de origen.
- No usar, sin permiso previo o sin efectuar los créditos apropiados, materiales, listas de clientes, títulos y/o creaciones temáticas originadas por otros. Los miembros tomarán crédito solo por los trabajos creados por ellos o por quienes estén bajo supervisión pagada por ellos. *Esta conducta es fundamental. Un asesor de imagen no puede hacer suyos las diapositivas, texto y diseños que otros colegas hayan creado. Este es un problema muy recurrente en la actualidad, donde se pueden observar copias completas de talleres, textos, etc. Sin siquiera dar los créditos a quienes lo crearon.*
- Mantener como tal cualquier información confidencial confiada a ellos por un colega, salvo si existiera un requerimiento legal.
- No participar en ningún acuerdo que limite injusta o inapropiadamente el acceso de otro consultor al mercado.

2. Comunicación efectiva

La comunicación es la facultad que tienen las personas de transmitir a otro u otros, informaciones, sentimientos y vivencias. En toda comunicación tiene que haber un emisor, un mensaje y un receptor. Esta comunicación no es completa si no hay una retroalimentación o feedback (Ver Figura 1).

La comunicación nos ayuda a informar y relacionarnos con los demás y la hacemos a través de signos y símbolos que podemos lograr con gestos, señales, palabras habladas e imágenes.

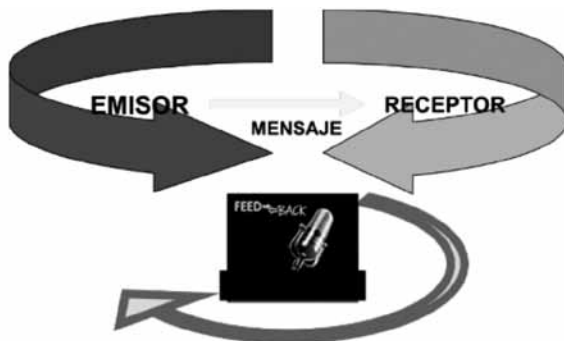


Figura 1.
Retroalimentación.

La comunicación entre dos personas es difícil porque cada persona de acuerdo a su experiencia de vida va creando sesgos, valores, creencias y tiene ciertas necesidades que no son siempre las de la otra persona. Estos sesgos pasan a ser lo que normalmente conocemos como “filtros de la comunicación”, los que nos impiden observar la realidad tal como es y queda sometida al prisma individual.

Como cada persona tiene sus filtros para concebir la realidad, estos frecuentemente pasan a ser obstáculos de la comunicación.

Adicionalmente hay factores que muchas veces nos impiden que la comunicación sea fluida, tales como: estados de ánimo, fatiga, enfermedades, ruidos externos, tipo de receptores y su grado de preparación, tiempo disponible para comunicarse etc.

También existen elementos que afectan la comunicación tales como: celos profesionales, miedos, cultura, desconocimiento, prejuicios, inexperiencia, desconfianza, terminología ambigua y otros.

Tanto los filtros como estos factores y elementos crean conflictos en la comunicación, los cuales si no se les pone freno a tiempo puede inducir a grandes problemas entre las personas y para la organización.

El manejar bien, y a tiempo estos, conflictos requiere de ciertas actitudes y aptitudes que se deben desarrollar como son:

- La Asertividad
- La Empatía
- La Escucha Activa

La Asertividad: Alfonso Baraona la define como: “poder decir o afirmar algo, tal como uno lo siente, sin quedarse con la sensación de no haber expresado todo lo que se piensa o estima”, pero sin herir a la otra persona.

Una actitud asertiva nos ayuda en crecer y poder relacionarnos mejor con las personas. Para practicarla se recomienda lo siguiente:

a. Intervención: Intervenir en el momento oportuno. Muchas veces estamos molestos por alguna situación, y para no complicar más las cosas se recomienda, esperar calmarse y luego conversar con la persona, expresando sentimientos y pensamientos sobre el hecho ocurrido.

b. Conducta no verbal: Mirar directamente a la persona a los ojos, voz conversacional, hablar fluidamente, mantener un gesto firme, postura erguida, el enfoque del mensaje debe ser positivo, las manos deben estar sueltas, no cruzarse de brazos.

c. Conducta verbal: Hay palabras que ayudarán mucho a comenzar la conversación, tales como: Pienso, Quiero, Hagamos ¿Cómo podemos...? ¿Qué piensas? ¿Qué te parece? Esta forma oral de comunicación induce a que la otra persona ofrezca una solución que deja contentas a ambas partes y por otro lado la compromete.

Efectos: Resuelve problemas, las personas se sienten a gusto con otros, crea satisfacción, mejora la autoestima, las personas se sienten respetadas y es bueno para sí y para los demás.

La Empatía: Es comprender claramente los pensamientos y sentimientos de otra persona y permite ampliar los puntos de vista.

Mantenemos la cordialidad sin evadir temas importantes que surgen durante la conversación, le demostramos que le seguimos en su pensar y que estamos dispuestos a conversar los temas que la otra persona considera importantes.

Se busca comprender a la otra persona poniéndonos en su lugar, para ver la situación desde su perspectiva y entenderla. Si hay algo que le resulta preocupante y a nosotros no, nos interesamos entonces en entender por qué no lo siente así.

La Escucha Activa: Es poner atención al que habla y estar totalmente presente.

Dejar de lado cualquier idea preconcebida. Interpretar descriptivamente sin emitir un juicio. Estar alerta a cualquier confusión y hacer preguntas para clarificar.

El que escucha le hace saber al que habla que ha sido escuchado y también el contenido de lo que ha sido comunicado, a través de gestos y de resumir lo que se va entendiendo.

Al practicar la escucha activa generamos confianza en el receptor, la persona que nos habla se siente valorada, se eliminan tensiones, se fomentan buenas relaciones y se trabaja en base al respeto.

Para un asesor de imagen es importantísimo manejar una buena comunicación con sus clientes, escuchando y poniendo atención siempre a los requerimientos que éste tiene. Una buena comunicación evitará que éste haga suposiciones y que a través de sus filtros perciba un servicio que no está relacionado con lo que finalmente se le está entregando. También practicando la asertividad, se podrá conversar con la persona sobre una base de franqueza y transparencia que evitará malos entendidos. La empatía ayudará a entender los puntos de vista del cliente y como sus filtros están actuando.

María Ángeles Frende Vega, Univ. de Cadiz, dice: “La comunicación es clave en el éxito o fracaso de nuestra interacción con los demás, y por lo tanto de nuestro resultado y productividad profesional”.

3. Trabajo en equipo

Trabajo en Equipo es un grupo de personas trabajando de manera coordinada en el logro de un objetivo en común.

Un asesor de imagen al realizar una asesoría ya sea individual o grupal tendrá siempre la necesidad de trabajar con personas que formaran su equipo, tales como estilistas, psicólogos, comunicadores audiovisuales, cosmetólogas y otros.

Hay 5 principios que siempre se deben considerar cuando se trabaja en equipo. Estos principios son:

a. Complementariedad: Cada miembro domina una parcela del proyecto o trabajo, por ejemplo: la cosmetóloga se encargará de dar clases de maquillaje a la asesorada o bien al grupo. El estilista, se encargará de hacer el visagismo creando un corte de cabellos que considere la forma del rostro del asesorado. La colorista, de teñir el cabello con un tono que considere el color de la piel para que éste se vea armónico con las características de la persona, etc.

b. Coordinación: El grupo de profesionales, con un líder a la cabeza, debe actuar en forma organizada para sacar el trabajo adelante.

En este principio el líder del proyecto es el Asesor de Imagen quien debe ir revisando las diferentes etapas y las necesidades de tareas de cada una hasta completar la asesoría.

c. Comunicación: Comunicación abierta entre todos sus miembros, esencial para coordinar las actuaciones individuales. La aplicación de una comunicación asertiva y empática ayudará en la comunicación efectiva con todos los miembros del grupo para así evitar conflictos entre ellos.

d. Confianza: Cada persona confía en el buen hacer del resto de sus compañeros.

Esta confianza antepone el éxito del equipo al propio lucimiento personal. Una de las causas más recurrentes en los conflictos de un equipo es la lucha contra el Ego de las personas, cuando el Ego pasa a dominar la situación surgen problemas de competencia entre ellas lo que retarda la consecución del objetivo y se producen roces.

e. Compromiso: Cada miembro se compromete a aportar lo mejor de sí mismo, para sacar el trabajo adelante y cumplir con los objetivos fijados.

Para que el objetivo se cumpla, el asesor de imagen como líder del equipo debe realizar las siguientes tareas:

- Definir cómo se van a organizar. Estableciendo una carta Gantt con todas las actividades involucradas.
- Determinar el objetivo de cada miembro del equipo. Cada uno tiene un objetivo claro. Ejemplo: Automaquillaje, corte de cabellos, dieta nutricional y controles, etc.
- Determinar el alcance de las responsabilidades de cada uno. Es importante que cada miembro tenga claro su rol y las tareas específicas que se consideran en el plan de actividades involucradas.
- Determinar el nivel de autonomía de los miembros. Por ejemplo, hay veces que un miembro del equipo debe incurrir en ciertos gastos, entonces debe tener muy claro el monto máximo autorizado para gastar.

Por otro lado, los miembros del equipo seleccionado deben cumplir con las siguientes características:

- Espíritu de equipo: dejar atrás el individualismo.
- Colaborador: dispuesto a ayudar a sus compañeros
- Respetuoso: defender sus puntos de vista sin menospreciar otras opiniones
- Buen carácter: que contribuya a crear un buen ambiente de trabajo
- Leal: con la verdad por delante, cumple la palabra
- Responsable: Asume responsabilidades
- Trabajador
- Inconformista: busca permanentemente mejorar y trabajar con calidad

4. Calidad en el servicio

¿Qué es servicio? Para los fines de este documento, es una actividad, destinada a satisfacer una necesidad de una persona, la cual es valorada por ésta, de acuerdo a los beneficios que perciben para ella.

Las claves del servicio tienen 3 componentes:

1. Conocer a los clientes, saber cuáles son sus necesidades. Las necesidades implícitas se refieren normalmente a las características de un producto o servicio. Las necesidades explícitas se refieren a las prestaciones. La forma cómo se entreguen las prestaciones hablará de la calidad en el servicio que el asesor de imagen tiene.
2. Crear valor para el cliente, los servicios extras favorecen el concepto de servicio, para ello es vital conocer y analizar a los clientes y conocer sus Necesidades y Expectativas. La experiencia es la que ayudará en la creación de este valor.
3. Ciclo de servicio, es la cadena continua de acontecimientos que debe atravesar un cliente cuando experimenta un servicio. Cada uno de estos acontecimientos es lo que llamamos un momento de verdad.

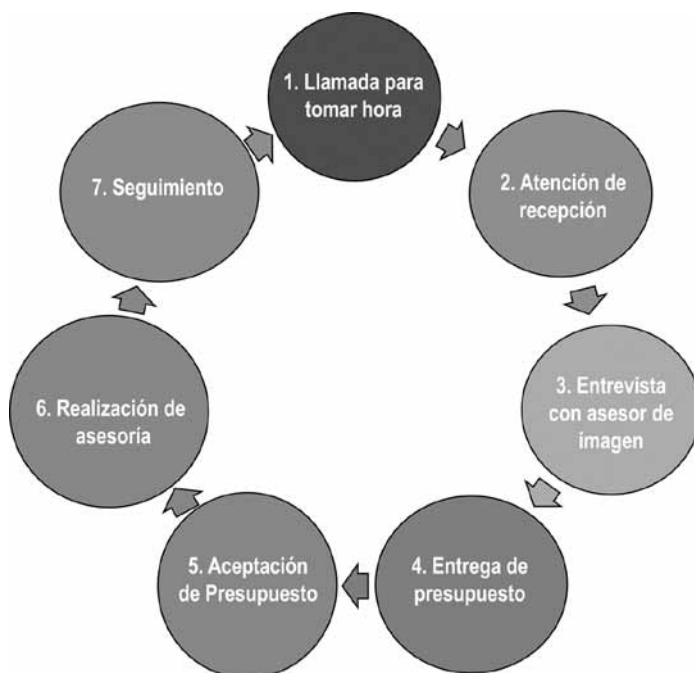


Figura 2. Ciclo de servicio de una asesoría de imagen.

La calidad en el servicio es exceder las expectativas del cliente, a través del conocimiento del concepto de servicio, productos e información general; además de cordialidad, respeto y empatía con el cliente.

La “Calidad en la Atención” y en el “Servicio al Cliente”, radica en la aplicación de dos tipos de habilidades:

- Habilidades Personales: relacionadas con la comunicación entre las personas
- Habilidades Técnicas: que derivan del trabajo de las personas.

Los clientes tienen Expectativas y Necesidades. Las necesidades se satisfacen con Productos y Servicios y el conocimiento que se tenga de ellas, se llama “Servicio al Cliente “. Las Expectativas se satisfacen con el trato que se le proporciona al cliente; es decir con la “Atención al Cliente”.

Una buena atención al cliente requiere de lo que se llama **actitud de servicio**, que podemos definir como la forma y reacción mental y emocional de cómo vemos las cosas y situaciones. La actitud es la disposición que mostramos hacia ciertas situaciones, esta influye para realizar nuestras actividades y nos permite facilitar u obstaculizar nuestro camino. Los modos de expresión de la actitud son:

Pensamientos, la muestra de afectos o desafectos, gestos y posturas corporales, forma de expresión oral, alegría o tristeza, seguridad o duda y otros.

La actitud de servicio que un asesor de imagen tenga con el cliente es fundamental para la permanencia de la empresa en el tiempo. De acuerdo a estudios, un cliente descontento le contará al menos a 11 personas acerca de un mal servicio y estos a su vez le contarán a otras 5 personas, de modo que por cada cliente descontento habrá 67 personas involucradas. Según estudios realizados por FIMA/Raddon Study USA, el 68% de los motivos por los cuales una persona no vuelve a tomar un servicio con una empresa es porque alguien en esta fue descortés.

5. Capacidad para resolver problemas

Un problema es la diferencia entre aquello que queremos que ocurra y lo que en realidad sucede.

Un asesor de imagen muchas veces durante su ejercicio tendrá que resolver problemas de toda índole.

La resolución de problemas se trabaja a través de etapas esenciales a seguir las cuales se describen a continuación:

1. Entender el problema: Tener en cuenta todos los hechos, no escuchar poniéndose a la defensiva, separar y controlar las emociones, repetir el problema según lo que se entendió, verificar el mensaje del cliente, para entender y clarificar lo que quiso decir y tomar el problema como propio.

2. Identificar el problema: Verificar con el cliente la situación que requiere ser resuelta. Por ejemplo, no le gustó el color de cabellos que se le aconsejó, o bien el maquillaje efectuado lo encuentra muy recargado, etc.

3. Identificar la causa del problema: Detectar y eliminar la causa para que el problema quede resuelto. Para identificar la causa del problema es necesario preguntar: ¿Qué ha ocurrido?; ¿Qué debería haber ocurrido?; ¿Qué salió mal?

Identificar la causa del problema sirve para evitar un enfrentamiento. Se debe escuchar sin ponerse a la defensiva.

Las mayores causas de problemas son: Técnicos, desconocimiento, el elemento humano y el ego.

4. Análisis de posibles alternativas: En esta etapa se empieza a resolver el problema y es muy importante involucrar al cliente en la aceptación de la solución. Sugiera opciones, pida al cliente que ofrezca ideas, acuerde un curso de acción. Cualquier información entregada al cliente en esta etapa, tiene la forma de contrato.

5. Resolver el problema: Analizar el conflicto y proponer estrategia de solución acorde con las expectativas del cliente. Tomar medidas correctivas.

Preguntar al cliente si le satisface la solución. Eliminar la causa y posteriormente hacer un seguimiento para comprobar la satisfacción del cliente.

En resumen, se puede establecer en 10 pasos la resolución de problemas con un cliente:

1. Escuche al cliente
2. Muestre empatía
3. Pida disculpas por la situación
4. Deje en claro que desea ayudar
5. Obtenga mayor información
6. Repita el problema para saber que lo entendió
7. Dígale lo importante que es para la empresa
8. Explique las alternativas o pregunte que desearía que hubiese sucedido
9. Resuma las acciones a realizar por su parte y la de ellos
10. Haga un seguimiento

La aplicación de estas técnicas ayudará a comprender mejor el mensaje del cliente y a solucionar los conflictos sin enganchar con él.

6. Creatividad

Es la habilidad de producir diferentes y valiosos resultados que impactan en algún campo o dominio de nuestra sociedad.

La creatividad es una habilidad que le permite a las personas desarrollar su liderazgo dentro de una organización. La creatividad manifestada a través de la empatía, provee de **relaciones de excelencia en las relaciones humanas**. La creatividad permite darle al trabajo un carácter de Juego Creativo.

Cada persona posee un talento creativo particular.

Según A. López Quintás “El logro de la excelencia en la obtención de beneficios económicos va estrechamente unido a la voluntad de conseguir una relación de excelencia en las relaciones humanas de quienes cooperan en la tarea empresarial”.

¿Dónde se encuentra la creatividad dentro de una organización?

Principalmente se encuentra en las siguientes formas de actuar: Facilidad de persuadir, cohesionar y motivar, en el poder organizativo, en convertir una idea en producto o servicio para comercializar, en la resolución de conflictos, en la capacidad de administrar personas y formas de comunicar un mensaje.

¿Cuáles son las características de las personas creativas?: Su curiosidad, aceptan desafíos, son optimistas, respetuosos a juicios y críticas, aceptan los problemas como oportunidades, asumen desafíos y riesgos, perseveran, trabajan duro y disfrutan de la sensación de satisfacción al realizar una actividad.

Los pasos de un pensamiento creativo son:

1. Cuestionamiento: Es el momento en que una persona o grupo se sumerge en una idea.
2. Recopilación de la Información: Se trata de reunir una amplia gama de datos, aunque algunos parezcan improbables. En este paso es muy importante ser receptivo y escuchar.
3. Incubación: Generalmente transcurre en el inconsciente, sin juicios y con participación de la intuición.
4. Iluminación: A la persona se le ocurre una idea o respuesta a un problema como salida de la nada
5. Elaboración: Es la transformación de una idea en acción
6. Comunicación: Dar a conocer y vender la idea a otros

¿Por qué es necesaria la creatividad en un asesor de imagen? Actualmente es una profesión que muchas personas desean estudiar, y un ámbito donde se está generando mucha competencia.

Una forma creativa de abordar a un cliente, de proveer servicios y productos que ayuden en la asesoría de imagen, hará que la persona tenga un valor agregado que lo diferencie en el mercado y esta es la aplicación de su creatividad en la oferta de sus servicios.

Bibliografía

- Buzan, T. (2002). *El poder de la Inteligencia Verbal*, Barcelona, España, Editorial Urano.
- Código de Ética de AICI Global. Disponible en : <https://www.aici.org/search/all.asp?bst=codigo+de+etica>
- De la Plaza, J. (2009). *La inteligencia asertiva*, Santiago, Chile, Editorial Aguilar
- Elías, Joan. (2007). *Clientes contentos de verdad*, Barcelona, España, Editorial Gestión 2000.
- Heller, R. (1998). *Dirigir Equipos*, Nuremberg, Alemania, Editorial Grijalbo.
- Lavington, C. (1998). *You've only got three seconds*, Nueva York, Estados Unidos, Broadway Books.

- Levesque, L. (2001). *Breakthrough Creativity: Achieving Top Performance Using the Eight Creative Talents*, California, Estados Unidos, Editorial Davies-Black Publishing
- Lilley, R. (2013). *Cómo tratar con gente difícil*, Nueva York, Estados Unidos, Editorial Gedisa.
- Manuscrito no Publicado: Bustamante L. (2015) *Cuadernos de trabajo de DPIIP Capacitación*, Chile. Manuscrito no publicado.
- Morgan, R. (2002). *Calming upset customers*, Toronto, Canada, Editorial Crisp Publications.
- Nirenberg, J. S. (2015). *Getting Through People*, Nueva York, Estados Unidos, Hauraki Publishing.
- Rebel, G. (2000). *El lenguaje Corporal*, Berlín, Alemania España, Editorial Edaf.
- Ríos, R. (2009). *Manual de Servicio y Atención al Cliente*, Santiago, Chile, Editorial Emprenden.
- Sanborn, M. (2006). *El factor Fred*, Nueva York, Estados Unidos, Editorial Norma.
- Sharpe, R. (2001). *Sea usted asertivo: Cómo tratar a los demás*, Barcelona, España, Editorial Obelisco.
- Toselli, B. (2015). Presidente ejecutivo de IT Hunter, "Las 17 habilidades blandas más solicitadas para cargos TIC en Chile". *Revista América y Economía* 23-Abril-2015 (americaeconomia.com)
- West, M. (2003). *El trabajo eficaz en equipo*, Madrid, España, Editorial Grijalbo.
- Willingham, R. (1997). *Escúchame soy tu cliente*, California, Estados Unidos, Editorial Prentice Hall Empresa.

Abstract: Soft skills are the skills that a person must possess and that allow him to relate to others effectively, whether at work, socially and on a day-to-day basis. Mainly these have to do with communication skills and relationship with other people through teamwork, adopting proactive attitudes that generate new ideas, so that the organization grows. In this work we will see how they are key and impact directly on the conformation of the Personal Image.

Keywords: Ethics - behavior - communication - assertiveness - empathy - active listening.

Resumo: Soft skills são as habilidades que uma pessoa deve possuir e que permitem que ela se relacione com os outros de forma eficaz, seja no trabalho, socialmente e no dia-a-dia. Principalmente estes têm a ver com habilidades de comunicação e relacionamento com outras pessoas através do trabalho em equipe, adotando atitudes pró-ativas que geram novas ideias, para que a organização cresça. Neste trabalho vamos ver como eles são fundamentais e impactam diretamente na conformação da Imagem Pessoal.

Palavras chave: Ética - comportamento - comunicação - assertividade - empatia - escuta ativa.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]
