

## La Imagen Personal, un activo muy importante a cuidar

**Cuando un empresario crea una empresa se ocupa de dotarla de una imagen por la que sea reconocida y que le permita perdurar en el tiempo. También eligen a las personas adecuadas para desempeñar las diferentes funciones necesarias y que sean los mejores, para llevar a buen puerto su nave, ¿pero, cuántos se ocupan de preparar y formar a sus colaboradores en transmitir una buena imagen personal?**

Por Lola García, Directora de [Soluciones Eficaces](#).

### Resumen:

- Para potenciar su imagen personal debe mantener una coherencia entre los cuatro canales de información que se utilizan al transmitir cualquier mensaje. Cuatro instrumentos que deben apoyarse entre sí: su apariencia exterior, la indumentaria, los gestos y la voz, el tono y su modulación.
- Las personas que colaboran en las empresas se convierten en sus embajadores y son los responsables de transmitir la credibilidad de los productos y/o servicios que éstas ofrecen.
- Una persona que cuida su imagen se siente más segura y confiada en lo que ofrece y transmitiendo una fuerza imparable.
- El periodo más crítico cuando se produce el primer encuentro con una persona son los primeros cinco minutos, por tanto, se debe aprovechar

Las empresas suelen invertir para mejorar su identidad corporativa o al menos, debería ser así. Cuidar todos los detalles en sus relaciones con los clientes, proveedores, colaboradores, etc., se hace fundamental, pero algo que no se debe olvidar, es que para transmitir la imagen que los demás ven de la empresa, lo hacen las personas que la forman, que se convierten en sus embajadores y son los responsables de transmitir la credibilidad de los productos o servicios que ofrecen.

Desarrollar un estilo corporativo propio y único, es esencial para obtener una ventaja diferencial, que permita grabar en la mente de los clientes la excelencia de la compañía y favorecer su **fidelización**. Marcar diferencias para ofrecer un mejor servicio y un mejor trato, permitirá poner barreras a los competidores, pero ¿las personas que colaboran en las empresas se sienten participes de la imagen a transmitir? ¿se les prepara para difundir los valores de la empresa? ¿se les forma para cuidar su imagen personal? ¿qué entendemos por imagen personal?.

the  
future  
is  
now



■ Cocherito de Bilbao, 20  
Dpto. 10  
48004 Bilbao

■ Tfno. y fax 944 110 170  
Móvil 665 712 310

■ [neo3w@neo3w.com](mailto:neo3w@neo3w.com)  
[www.neo3w.com](http://www.neo3w.com)

Cuando se oye o se habla de imagen, casi siempre, la mente se va hacia hombres y mujeres espectaculares, con mucho glamour, con unas medidas perfectas, cuerpos esbeltos y con un gran atractivo.

Pero entonces ¿si la madre naturaleza no nos ha concedido un cuerpo magnífico, nuestra imagen personal puede verse afectada?

Estoy segura de que "NO". Las personas **somos algo más que un aspecto físico**, estamos dotadas de una mente maravillosa y de unos valores, que hacen que seamos lo que realmente somos.

Un aspecto físico impecable con una mente vacía, sin personalidad, no sirve. Al contrario, una mente prodigiosa con una apariencia descuida o sucia, tampoco.

El cuerpo es un elemento magnífico de comunicación y es la tarjeta de presentación de una persona, que debe ir acompañado del control del lenguaje verbal y no verbal.

Por tanto, cuando hablamos de **imagen personal**, no nos referimos solamente al atuendo que se lleve, sino que es algo más amplio, que abarca también: los rasgos físicos, posturas y movimientos al sentarse, al caminar, al saludar, el tono de la voz, la mirada, la risa y la sonrisa, la higiene, la cortesía, la educación, etcétera. Podemos decir que es un estilo de vida, la forma de ser y actuar y en consecuencia, cada persona tiene la suya propia.

La imagen personal es importante cuidarla ya que es lo primero que los demás ven de nosotros. Cuando una persona se presenta ante otras, antes de pronunciar una palabra, ya está transmitiendo datos e ideas, aún sin quererlo. Aunque no seamos conscientes, todos proyectamos nuestra personalidad a través de la imagen que ofrecemos al exterior.

Suele decirse, que el periodo más crítico cuando se produce el primer encuentro con una persona son los **primeros cinco minutos**. Las impresiones que se forman durante este tiempo persistirán y se reforzarán, en función del comportamiento posterior del individuo. Seguro que habrá oído hablar de una frase muy popular que dice: "la primera impresión es la que cuenta" y si ésta es positiva, hay mucho terreno ganado; en cambio, si ocurre al contrario, se tarda el doble de tiempo para intentar cambiar la opinión de nuestro interlocutor. Haciendo referencia a otra frase que proviene del saber popular, es importante recordar que "no existe una segunda oportunidad para causar una primera impresión".

Ahora piense, aceptamos que un individuo cuya apariencia nos resulta sospechosa o desagradable, haya cometido un hecho delictivo, mientras que, si la misma acción se imputa a alguien a quien consideramos un ejemplo de rectitud y nobleza, nos costará admitir su culpabilidad, hasta que nos presenten pruebas contundentes y palpables de ello. Para apoyar un poco más esta postura, imagine que va caminando por una calle poco transitada y de pronto, ve a una persona que se dirige hacia usted, su aspecto es sucio, despeinado y mal vestido, automáticamente, se apresurará para cambiar de acera rápidamente, mientras

que si la persona que se le acerca va bien vestida y aseada no le preocupará; a lo mejor se equivoca, pero su aspecto exterior le ha hecho reaccionar.

¿Por qué se suele hacer esto? Se debe, a que se asocia la imagen de cada persona, con ciertos juicios y valores predefinidos, de modo que el inconsciente crea una especie de filtro, que nos hace receptivos a los datos que coinciden con esa imagen y refractarios, frente a los que no responden a tal esquema.

La imagen personal es como una foto, es todo lo que los demás ven de nosotros en una rápida y fugaz mirada. Conseguida, comienza el juicio psicológico, ¿ofrece o no, confianza? Evidentemente, cuando se está frente a personas, todo se desarrolla en cuestión de minutos.

Por otra parte, la buena presencia, al ser y sentirse agradable a la vista de otros, hace a las personas más seguras de sí mismas, lo cual mejora en gran medida su desarrollo personal, profesional y social.

El boom de la publicidad masiva en Estados Unidos en los años sesenta, llevó a muchas empresas, a estimular la venta de sus productos, a través de la capacidad de seducción de la imagen e hizo recobrar el viejo proverbio chino que reconocía que “una imagen vale más que mil palabras”.

La **regla de oro** para transmitir una buena imagen es: “estar a gusto y seguro con uno mismo”.

Para potenciar su imagen debe cuidar una norma fundamental, que es mantener una coherencia entre los cuatro canales de información que se utilizan al transmitir cualquier mensaje. Cuatro instrumentos que deben apoyarse entre sí:

Condiciones físicas: apariencia exterior

La voz, el tono y su modulación

Los gestos

La indumentaria

Cuando algunos de los elementos no están armonizados con el resto, sitúa al oyente en la disyuntiva de creer en lo que se dijo o cómo se dijo. Muchas personas tienden a creer más en lo que ven, que en lo que se les dice. Un buen ejemplo de adaptación a estas circunstancias lo dan algunos políticos. La forma en que se dice algo, debe ser coherente con el contenido del mensaje.

La confianza que una persona tenga en los productos y servicios que vende su empresa, la creencia y el sentimiento de pertenencia a un equipo de trabajo y la total certeza, de que su trabajo es importante y necesario, reforzará su imagen personal, lo que permitirá favorecer la correcta transmisión de la identidad corporativa de su compañía. Además, si ésta se ha ocupado de formar a ésta en aspectos para mejorar o cambiar su imagen personal como: vestimenta, factores del entorno y personales, paralenguaje, proxemia, lenguaje corporal y conocimiento social, el éxito estará garantizado, porque la tranquilidad y la seguridad en sí misma que esta persona transmitirá, la harán imparable.