



Por MªCarmen Cazcarra  
Directora de Cazcarra Image Group

# Carta de presentación

LA ASESORÍA DE IMAGEN ES UNA ACTIVIDAD QUE FUNCIONA DE FORMA DINÁMICA EN LOS ÁMBITOS DEL ESPECTÁCULO Y DE LA POLÍTICA. PERO, ¿QUÉ OCURRE EN EL MUNDO DE LA EMPRESA? DICEN QUE EL MUNDO EMPRESARIAL ESPAÑOL, COMPARADO CON EL DE OTROS PAÍSES, ES BASTANTE REITERATIVO Y POBRE EN LO QUE A IMAGEN SE REFIERE. AUNQUE HASTA AHORA LOS SERVICIOS DE ASESORÍA DE IMAGEN NO ERAN BIEN ENTENDIDOS EN EL MARCO EMPRESARIAL, POCO A POCO, SE VAN INTRODUCIENDO EN LA REALIDAD ESPAÑOLA.

**Di**cen que todas las personas tenemos tres facetas: una es cómo nos vemos, otra es cómo nos ven y la tercera, cómo somos en realidad. El primer paso es conocernos para posteriormente, proyectar la imagen correcta y adecuada. Para ello, nos valemos de la asesoría de imagen.

Lo mismo ocurre con la imagen o la cultura empresarial. El primer paso es definir la imagen correcta que se quiere transmitir, para así poder adoptar las medidas necesarias en cuanto a comunicación y a imagen de los empleados. De nuevo, la asesoría de imagen es la disciplina que nos puede ayudar a ello.

Hemos de entender que, junto con el logo o la marca, la imagen de los trabajadores y de los directivos de una empresa es la carta de presentación principal de cualquier compañía. Y aunque la parte física tenga mucho peso, también nos referimos a la forma de hablar, el lenguaje utilizado, el formato de la tarjeta de visita, la forma de hacer una presentación... Todo suma y todo cuenta a la hora de comunicar la imagen global de una persona y, por tanto, de la empresa a la cual representa.

## SERVICIOS A MEDIDA

Igual que cuando existen unas necesidades de aprendizaje las empresas organizan programas de formación a medida, cuando hay necesidad de cuidar y trabajar la imagen empresarial, la organización debería contratar a un asesor especializado en ello.

**La imagen del ejecutivo de nuestro país se caracteriza por ser demasiado formal, encorsetada y sin variedad de vestuario.**

Aunque la teoría parece clara, las empresas españolas invierten todavía muy poco en los servicios de asesoría de imagen; dicen que básicamente es por miedo y por desconocimiento, aunque está claro que se trata de servicios muy útiles que mejorarían notablemente el rendimiento.

Actualmente, son tendencia en el ámbito empresarial los cursos sobre cómo hablar en público o cómo hacer eficientemente una presentación. Todas estas enseñanzas,



acompañadas de una buena imagen personal, refuerzan la credibilidad y la influencia del que las realiza. Por éste y por otros motivos, las asesorías de imagen en empresas son muy recomendables a nivel de dirección, pero pueden extrapolarse también al resto de la empresa, para que todos los empleados luzcan el mismo sello corporativo, si es conveniente que así sea.

Otro ámbito en el que la asesoría puede ser útil para la empresa es en el momento de definir los diferentes roles que existen en su seno. No todos tenemos que ser líderes. Algunos lo son y otros les siguen, pero cada persona tiene su puesto de trabajo y tiene que comportarse y/o adecuar su imagen en consonancia al mismo.

Por último, los servicios de asesoría de imagen ayudan mucho a posicionar en el mercado a las nuevas empresas, pero también refuerzan a las empresas que ya están consolidadas, pero que necesitan igualmente reafirmarse y reforzar su marca y su imagen corporativa.

## EL EJECUTIVO ESPAÑOL

¿Y cómo es el hombre de negocios español? Pues la imagen del ejecutivo de nuestro país se caracteriza por ser demasiado formal, encorsetada y sin variedad de vestuario. No se trata de una indumentaria que se perciba como natural. Ello provoca que los que llevan siempre corbata, cuando se la quitan, se sientan desnudos... y los que no la suelen llevar, cuando se la ponen, se sientan disfrazados.

En el concepto de vestuario profesional hay un gran desconocimiento y miedo al ridículo, tanto si nos invitan a una gala en la que hemos de vestir traje largo o esmoquin, como si nos invitan a una reunión de fin de semana en la montaña y hemos de vestir de sport. En todos los casos, el ejecutivo se encuentra fuera de lugar y duda si su imagen será la adecuada.

Pero hemos de remarcar que saber vestirse es crucial para el hombre de negocios. La indumentaria le debe aportar seguridad y debe sentirse arropado por toda la imagen integral que le acompaña, eso sí, siempre evitando que el vestuario adquiera tanto protagonismo que llegue a eclipsarle. Salir de una reunión y que prevalezca un perfume o una corbata, no es buena señal. Tras las reuniones, sólo han de quedar las ideas, la gestión, las conclusiones, etc.

**Salir de una reunión y que prevalezca un perfume o una corbata, no es buena señal.**

Las mujeres ejecutivas también han de cuidar al detalle su imagen profesional. No se debe optar por imágenes demasiado masculinas, pero tampoco excederse con los colores o el maquillaje. El equilibrio vuelve a ser la clave.

Para transmitir todas estas enseñanzas y garantizar la mejor imagen profesional en la empresa, la asesoría de imagen es, sin duda, el mejor aliado.

