



 **TECMILENIO**

Certificado en Liderazgo y Proyección de Imagen Profesional

Tema 17. Imagen personal integral



Introducción

¿Qué tienen en común la ciudad de Dubái, la cantante Lady Gaga y la ropa de la cadena de tiendas Zara? Las tres son marcas que se han construido con estrategia y esfuerzo, con el fin de lograr una reputación en su área.

Cada una de estas marcas hizo un trabajo consciente para lograr comunicar el mensaje adecuado, llegar a su público objetivo y, por lo tanto, lograr la respuesta esperada. Hoy más que nunca, es necesario que tomes la responsabilidad de diseñar y desarrollar tu marca personal. ¡No dejes que nadie te etiquete! Comunica de modo claro aquello que te permite ser una persona única y demuestra por qué solo tú puedes ofrecer lo mejor al mercado.



Explicación

La imagen pública es la percepción que tienen las personas según los estímulos que envíes. La imagen sostenida en el tiempo crea tu marca personal, la cual, si la cuidas y mantienes en el tiempo, generará una reputación. Si lo pudiéramos ver en una fórmula, sería algo así:

ESTÍMULO
+ RECEPTOR

=PERCEPCIÓN

+ MENTE

=IMAGEN

+ OPINIÓN

=MARCA PERSONAL

+ TIEMPO =REPUTACIÓN

Fuente: Gordo, V. (2022). *El poder de la imagen pública*. México: Aguilar.

Explicación

En ocasiones, consideramos que solo los productos o instituciones pueden tener una marca, pero cada persona tiene una. **¿Cuál es esa marca? ¡Tu nombre!**

Tu nombre, por el cual te conocen hasta el momento, es tu **marca**. El **empaquete** de tu marca sería la forma en la que vistes, mientras que tus cualidades y conocimientos serían los **servicios que ofreces**.

Aspectos en los cuales puedes basar la esencia de tu marca:

- ✓ **Familiar**
- ✓ **Académico**
- ✓ **Social**
- ✓ **Intelectual**
- ✓ **Relaciones**
- ✓ **Valores**



Para definir tu marca personal, debes seguir los siguientes pasos:

1. Establece qué valores te caracterizan.
2. Define los objetivos que deseas lograr a través de tu marca personal.
3. Identifica al público objetivo.
4. Haz un diagnóstico de tu reputación actual.
5. Selecciona el nombre y el logo de tu marca.
6. Diseña un slogan que te pueda acompañar.

Cierre

Crear y desarrollar tu marca personal te traerá grandes beneficios, entre los que destacan los siguientes:

- Aumentar tu visibilidad
- Abonar a la autoconfianza
- Distinguirte entre los demás
- Tener oportunidades en momentos difíciles
- Da la posibilidad de que tu mensaje llegue mejor y más rápido a tu público objetivo

No olvides que “las personas que ignoran la importancia de trabajar en su propia marca personal para ganar reconocimiento están abocadas a seguir la marca de los que sí trabajan para ello” (Ruiz, 2018).



Bibliografía

- Gordo, V. (2022). *El poder de la imagen pública*. México: Aguilar.
- Ruiz, F. (2018). *Tu marca personal en acción*. Colombia: LID Editorial.

Certificado en Liderazgo y Proyección de Imagen Profesional

Tema 18. Semiótica del atuendo profesional



Introducción

Imagina que estás en una cena de gala. De pronto, entra una persona con sombrero de mariachi, todos la miran y se preguntan, ¿de qué se trata? Dicha persona empieza a darles la bienvenida y a compartir un mensaje muy especial.

El problema es que, aunque todos quisieran poner atención a sus palabras, solo pueden pensar: ¿por qué tiene puesto ese sombrero y en qué momento lo va a explicar?

Es evidente que la imagen física habla más rápido que las palabras. Por ello, siempre debes seleccionar tu atuendo de acuerdo con el contexto, el mensaje que buscas transmitir y quién eres.



Explicación

La semiótica estudia los signos, es decir, los elementos que se usan para representar algo, para comunicar. Por ejemplo, menciona cuatro cosas que dice esta persona con su imagen:



1. Edad
2. Sexo
3. Nacionalidad
4. Actividad que realiza

Cada elemento que elegimos en el vestir está representando algo que deseamos que los demás conozcan de nosotros.

El estilo es una representación de nuestra individualidad.

¿Conoces cuál es tu estilo?

A continuación, hablemos de cada uno de los estilos:

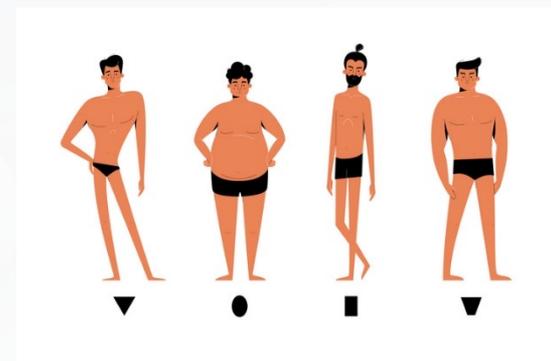
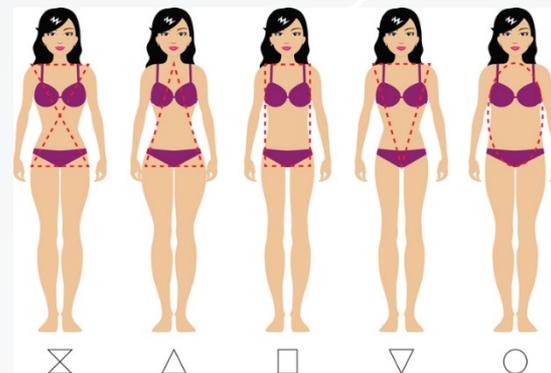
- 1) Estilo natural
- 2) Estilo tradicional
- 3) Estilo elegante
- 4) Estilo romántico
- 5) Estilo creativo
- 6) Estilo dramático
- 7) Estilo seductor

Coco Chanel decía “La simplicidad es la clave de la verdadera elegancia... y la elegancia implica renuncia” (Gordoa, 2021).

Explicación

Hay dos elementos a observar en el cuerpo: la **antropometría**, es decir, las medidas de tu cuerpo, y la **antropomorfología**, que se refiere a la forma.

Al saber las características de tu cuerpo, podrás realzar tus fortalezas y camuflajear las partes que no quieres que sean tan visibles.



Explicación

El color es uno de los elementos que regularmente se subestima, puedes portar una prenda adecuada a la forma de tu cuerpo y a tu estilo, pero si el color no va acorde a tu colorimetría podría hacerte lucir pálido, con ojeras, incluso, con un tono amarillento. Por eso es importante realizar un análisis para saber qué colores te favorecen más, basándote en tres elementos que son tu cabello, ojos y piel:

- 1. Tinte.** Se conoce como la temperatura del color, que puede ser frío o cálido. Si eres de las personas que al tomar el sol se pone roja, tu tono podría ser frío, mientras que, si empiezas a broncearte, serías cálido.
- 2. Valor.** Indica qué tan claro o profundo es tu cabello natural, así como tus ojos y el tono de tu piel.
- 3. Croma.** Señala la intensidad de un tono específico, es decir, qué tan brillante o qué tan suave es.

Actividad

Objetivo de la actividad	Identificar las características físicas del cuerpo, con el fin de conocer qué prendas y colores resultan más favorecedores para proyectar una apariencia profesional. Además, determinar el fundamento de la marca personal a través de la descripción de valores, objetivo y público objetivo con el fin de darle un sustento adecuado.
Instrucciones	<ol style="list-style-type: none">1. Según tu género, ubica la liga del cuestionario de estilo correspondiente al final de la actividad y respóndelo.2. Tómate dos fotografías de cuerpo completo, tanto de frente como de espaldas. Luego establece: tipo de cuerpo y medidas (define si tienes piernas largas o cortas). Realiza una fotografía de tu rostro y precisa: tipo de rostro y colorimetría.3. En un pizarrón describe cada uno de los puntos anteriores y tenlo a la mano para que puedas consultarlo al momento de elegir ropa, colores y accesorios.4. Identifica los valores que te caracterizan y enuncia los cinco principales, no olvides dar contexto al significado del valor, es decir, si uno de ellos es la puntualidad, debes describir qué significa ser puntual para ti.5. Define el objetivo que deseas lograr con tu marca personal. Regístralo en una oración de alrededor de 20 palabras en las que respondas a las preguntas ¿qué?, ¿cuándo?, ¿cómo?, ¿por qué?, ¿para qué?6. Visualiza quiénes serán el público objetivo de tu marca y descríbelo a detalle, entre más información puedas observar y analizar, será más fácil desarrollar todos los estímulos de tu marca. <p>Referencias: IMAGEN PÚBLICA Colegio de Consultores. (s.f.). <i>Cuestionario para definición de estilo hombres</i>. Recuperado de https://www.academia.edu/7214996/CUESTIONARIO_PARA_DEFINICI%C3%93N_DE_ESTILO_HOMBRES</p> <p>Girl Power. (s.f.). <i>Cuestionario de estilo mujer</i>. Recuperado de https://soygirlpower.com/wp-content/uploads/2020/04/CUESTIONARIO-MUJER-ESTILO.pdf</p>
Checklist	Asegúrate de: <ul style="list-style-type: none">• Contestar correctamente el cuestionario de estilo.• Definir de manera adecuada el tipo de cuerpo.• Establecer de forma óptima el tipo de rostro y la colorimetría.• Enunciar de forma clara cinco valores con su descripción.• Definir adecuadamente un objetivo que responde a las preguntas básicas.• Describir puntualmente al público objetivo.

Cierre

El diseño de tu **imagen física** no es algo que puedas generar de la noche a la mañana. Cuando menos, requieres tres meses para que te familiarices con todos los pormenores y recomendaciones acordes a tus características personales y corporales.

Este conocimiento te permitirá ahorrar tiempo, dinero y esfuerzo al momento de elegir una vestimenta diaria que efectivamente comunique tu marca personal.



- Gordo, A. (2021). *El Método P.O.R.T.E: IMAGEN FÍSICA EN 5 SENCILLOS PASOS*. México: Aguilar.

Certificado en Liderazgo y Proyección de Imagen Profesional

Tema 19. Etiqueta en el contexto profesional



Introducción

Uno de los logros más importantes es cerrar un trato de negocios, sin embargo, hay ocasiones en las que las negociaciones fracasan por errores involuntarios. Por ejemplo, si una reunión de negocios se realiza en un lugar demasiado ruidoso.

Tal como revisarás en este tema, el éxito de una reunión no es producto de la casualidad, es el resultado de una minuciosa preparación, en la que centras la atención a los detalles de los encuentros y, sobre todo, tomas consciencia de que tu marca personal siempre está comunicando un mensaje al exterior.



¿Cuál es la diferencia entre etiqueta y protocolo?

El **protocolo es una norma obligatoria**, mientras que la **etiqueta se centra más en los usos o costumbres sociales** necesarios para el funcionamiento adecuado de la sociedad, lo cual depende, en buena medida, de las circunstancias de cada situación (lugar y tiempo) y, a diferencia del protocolo, no son criterios obligatorios.

Explicación

La cortesía consiste en hacer que **los demás se sientan a gusto, que estén cómodos**. Una persona cortés muestra respeto, atención y humanidad.

Algunas formas en las que puedes ser cortés son las siguientes:

Habla de usted

- El tuteo se utiliza para personas allegadas. Siempre inicia hablando de usted hasta que se te invite a hacerlo de tú.

Sonreír

- El mejor traje que se puede vestir es una bella sonrisa.

Agradecer

- Debe ser sincero, es reconocer a los demás su preocupación o esfuerzo.

Disculparse

- Debe ser discreta, sincera y breve y preguntar cómo se puede restaurar el daño.

Puntualidad

- Es una muestra de respeto y educación a los temas. Muestra a una persona organizada.

Explicación

La etiqueta y la cortesía las puedes demostrar en:

1. El saludo
2. Presentaciones
3. Conversaciones
4. Obsequios
5. Teléfonos y otros dispositivos electrónicos
6. El vestir



Explicación

En una reunión que implique una comida, debes considerar los siguientes aspectos respecto a la etiqueta:

- 1. Naturaleza del evento**
- 2. Número de invitados**
- 3. Lugar donde se realizará**
- 4. Fecha y hora**
- 5. Menú**

Si revisas a detalle cada aspecto tendrás las herramientas necesarias para ser el invitado y el anfitrión perfecto.



Cierre

¿Qué te parecieron las recomendaciones? Si surge algún inconveniente, no te preocupes, recuerda que todo tiene solución, mantén la calma, cualquiera puede cometer errores.

Lo mejor de todo es que, con una buena educación, podrás enfrentar cualquier incidente por más grave que pueda parecer (Algimantas, 2018). ¡Ya está todo listo para organizar tus eventos!



Bibliografía

- Algimantas, E. (2018). *El anfitrión y el invitado*. Independently publisher.

Certificado en Liderazgo y Proyección de Imagen Profesional

Tema 20. Saber ser y saber estar



Introducción

Hay momentos decisivos en la vida de todos los seres humanos, ocasiones en las que suceden imprevistos que, en apenas unos cuantos minutos, pueden modificar radicalmente el curso de los acontecimientos.

Expertos como Robles (2016) advierten que, desde que se ampliaron las oportunidades de la población en general para grabar y difundir a través de los dispositivos móviles, una amplia variedad de actos que se perciben como muestras de prepotencia han puesto en aprietos tanto a gente que no es famosa como a personalidades que sí lo son.

Por ello, hoy más que nunca es importante que tomes las precauciones debidas para mantenerte a salvo. En este tema aprenderás que uno de los principios fundamentales de la marca personal es la coherencia, mediante la cual podrás mantener una buena reputación. Al final del día, tiene que existir una congruencia entre la persona que eres y las cosas que haces.



¿Qué es la reputación?

La Real Academia Española (s.f.) registra dos acepciones para este término:

1. “Opinión o consideración en que se tiene a alguien o algo”.
2. “Prestigio o estima en que son tenidos alguien o algo”.

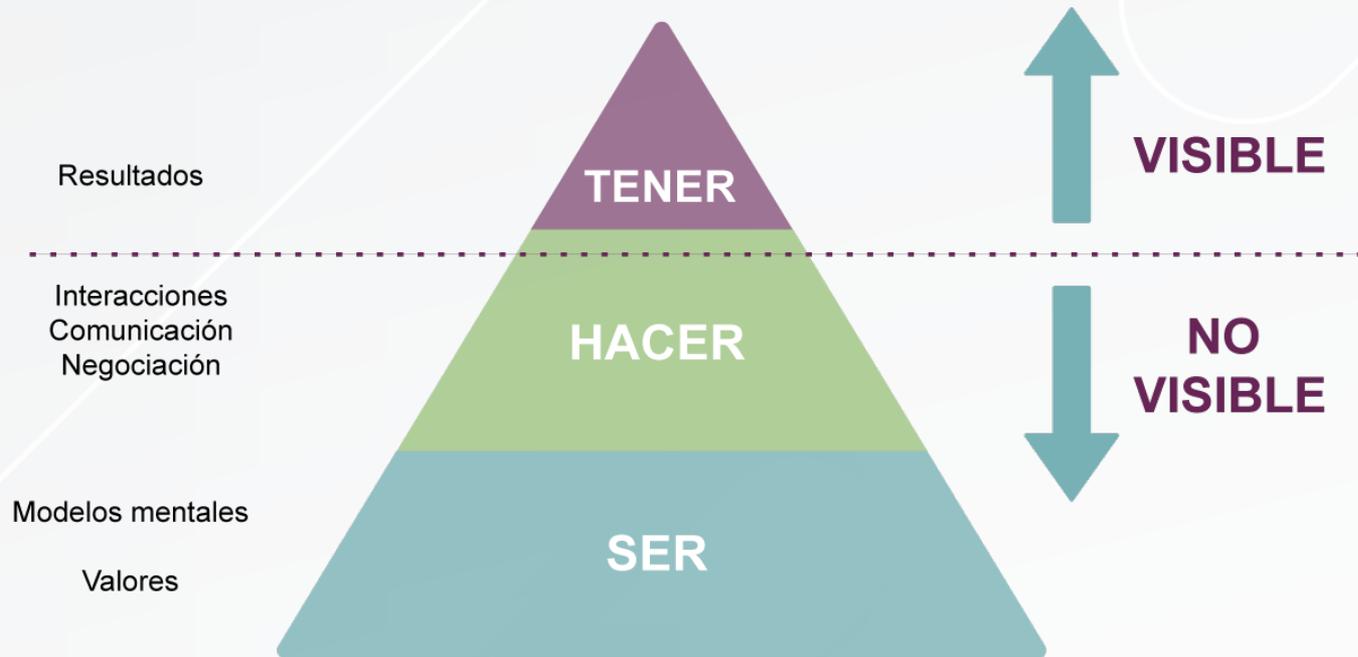
Entonces, es factible afirmar que la reputación está vinculada al prestigio y es una mirada externa sobre la persona.

Un pequeño ejercicio que puedes realizar para ver qué tal está tu reputación es buscar tu nombre en Google y revisar qué aparece sobre ti, qué fotos genera el buscador.



Explicación

En una marca personal es importante primero dedicar tiempo a las capacidades, es decir, al ser, y posteriormente hacer lo necesario para tener aquello que deseas conseguir. Tal como se presenta en el siguiente esquema:



Fuente: Rubio, R. (2019). *EL PODER DE TU MARCA PERSONAL*. España: Bubok Publishing.

¿Cómo saber si estás creando una marca personal coherente?

Una reputación sólida se basa en la congruencia. Para asegurarte de que tu reputación va por buen camino, la recomendación es que frecuentemente lleves a cabo una especie de auditoría, empleando una herramienta sencilla como es el Análisis de **Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas** (FODA).



¿Se puede recuperar una reputación casi perdida?

La respuesta es sí, pero tomará mucha disciplina y la ayuda de expertos en la materia para poder manejar alguna crisis de dimensiones considerables. Algunas recomendaciones para manejar las crisis son las siguientes:

- a) Si cometiste un error, identifícalo y trata de no hundirte más.
- b) Si una mentira fue descubierta, no trates de cubrirla con otra mentira.
- c) Una disculpa o un *mea culpa* bien dicho tal vez no te proporcione el perdón de todos, pero sí conseguirás la aceptación de muchos.

Actividad

Objetivo de la actividad

Describir la etiqueta que se debe seguir en reuniones de negocios, incluyendo tipo de atuendo, regalos y forma de comportamiento adecuados, así como, distinguir los elementos: el ser, saber y estar dentro de la vida para mejorar y posicionar la reputación.

Instrucciones

Tu jefe te invita a celebrar su cumpleaños en una cena que tiene lugar en su domicilio, solamente acudirán personas cercanas. A nivel general, deberás preparar tu atuendo, el regalo que llevarás a la reunión, así como algunas reglas básicas de comportamiento. Para llevarlo a cabo, describe los siguientes puntos:

1. Define el atuendo que utilizarás. Busca alguna imagen de referencia de la vestimenta que llevarás.
2. Detalla cinco normas de etiqueta que estimes prudente cumplir ese día, por ejemplo, si tomarás o no alcohol, o la hora de llegada.
3. Haz un diagrama, esquema o cuadro organizador que lleve una secuencia de: ¿Qué quieres ser? ¿Qué debes hacer? ¿Qué quieres tener? Ejemplo:

Quiero ser	Quiero hacer	Quiero tener

4. Busca tu nombre en Google y toma una captura de pantalla de los primeros resultados, ¿qué imágenes aparecen? Haz un análisis FODA de lo que encontraste.

Fortalezas	Debilidades
Oportunidades	Amenazas

Checklist

Asegúrate de:

- Describir correctamente el atuendo y contar con una fotografía de referencia.
- Enlistar las reglas de etiqueta que adoptará durante la cena.
- Presentar gráficamente las respuestas al ser, hacer y tener.
- Identificar en su FODA las características o datos encontrados sobre su nombre.

Cierre

En materia de reputación, todos los esfuerzos que pongas en práctica te serán recompensados con la aprobación de tus audiencias.

Recuerda que, en los terrenos de la imagen pública, primero hay que invertir en mejorar el ser para poder hacer planteamientos interesantes que te permitan tener acceso a todo aquello que desees alcanzar, de tal suerte que la reputación que consigas será tu posesión más valiosa, algo que nunca debes cambiar por utilidades a corto plazo.



Bibliografía

- Real Academia Española. (s.f.). *Reputación*. Recuperado de <https://dle.rae.es/reputaci%C3%B3n>
- Robles, J. (2016). *Temporada de ladies y lores*. Recuperado de <https://www.sinembargo.mx/04-08-2016/3075636>
- Rubio, R. (2019). *EL PODER DE TU MARCA PERSONAL*. España: Bubok Publishing.

Tecmilenio no guarda relación alguna con las marcas mencionadas como ejemplo. Las marcas son propiedad de sus titulares conforme a la legislación aplicable, estas se utilizan con fines académicos y didácticos, por lo que no existen fines de lucro, relación publicitaria o de patrocinio.

Todos los derechos reservados @ Universidad Tecmilenio

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor. El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO. Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.