

La relevancia de la imagen profesional

Introducción

Se dice que la diversidad de opciones que presentan los medios electrónicos para construir y dar a conocer la imagen profesional representa un enorme reto para quienes los usan, ya que deben decidir cómo se quieren proyectar a través de los medios electrónicos, qué información buscan difundir, cómo organizarán la información, qué medios son la mejor opción para proyectar imagen, así como definir qué medios quieren hacer.



Una buena forma de iniciar la construcción de la imagen profesional es elaborar un *curriculum vitae*, completar el perfil en LinkedIn y un portafolio electrónico, los cuales son herramientas vitales para el candidato y de fácil acceso para quienes contratan.

Desde el momento en que una persona decide publicar su currículum en los medios electrónicos, completar su perfil en LinkedIn o iniciar la construcción de un portafolio, debe estar consciente de que deberá dedicar tiempo a la revisión y actualización periódica de la información; de lo contrario el esfuerzo no rendirá los frutos deseados.

¿Qué implica la comunicación de imagen personal?

Cada integrante de una organización forma parte de la misma y, por ende, sus acciones se verán reflejadas como el espíritu de la empresa de la que es parte. Si bien las empresas son una figura nominativa, es un hecho que la esencia de cualquier organización está compuesta por las personas, por sus acciones y por su comunicación. Cada vez que quien colabora dentro de la empresa habla en nombre de ella debe cuidar su imagen personal y la imagen que proyecta de la organización, de ahí su importancia.

En este tema revisará en qué consiste la imagen y marca personal, y por qué es importante crear una buena imagen en los medios electrónicos de comunicación.

Explicación

Concepto de imagen profesional

Para comenzar este tema es necesario recordar que una persona se prepara durante años con el objetivo de ser un adulto autónomo. Por lo que, después de muchos años de preparación, se dedicará a la vida profesional.

Profundizando un poco en lo anterior, es necesario señalar que la preparación para el trabajo es un proceso de desarrollo que se desenvuelve gradualmente con el paso del tiempo. Al acercarse el momento de iniciar una carrera, las personas se enfrentan a dos decisiones difíciles: la elección ocupacional y la elección de organización.

Ahora bien, la mayoría de las personas relacionan la imagen profesional con la vestimenta, y tienen en parte la razón, pero el concepto es mucho más amplio. Es importante considerar que, aunque no es un determinante, sí es parte de la comunicación verbal que quien ejerce una profesión proyecta, aunado a los comportamientos, actitudes, habilidades, entre otras características individuales. Por todo ello, son varios factores los que deben tomarse en consideración a la hora de analizar el concepto de *imagen profesional*.

En la actualidad, quienes ejercen una profesión tienen una mayor exposición e información hacia el exterior de la organización para la que colaboran, porque ahora esa interacción es mostrada en el exterior a través de redes sociales, medios de la organización y otros espacios. A raíz de esto, se tiene que considerar que cada profesional puede analizar su imagen, considerándola como una marca, tal como las organizaciones crean marcas comerciales, los profesionales tendrán que desarrollar su imagen de una forma similar.

Huber Rampersad dice que la marca personal es la síntesis de todas las expectativas, imágenes y percepciones que creas en la mente de los demás cuando ven u oyen tu nombre (Colombo, 2019).



En otras palabras, la marca personal es la imagen que otros tienen de ti, la cual puedes crear y controlar. La creación de la marca personal utilizando los medios de comunicación digital toma como referencia herramientas de *marketing*, como sitios web, correo electrónico, Twitter y Facebook, entre otros.

Colombo (2019) explica que la marca personal debe desarrollar cada uno de los siguientes pilares:

- **Reputación.** Es la consideración, opinión o estima que se tiene a alguien o algo. La reputación requiere tiempo y se construye a largo plazo a partir de las siguientes recomendaciones:
 - Construye tu imagen paso a paso. Sé consciente de las acciones y comportamientos que proyectas.
 - Busca el prestigio, no la fama.
 - Elige ser reconocido, así también puedes ser popular.
 - Trabaja en distintos frentes al mismo tiempo, cuidando tu imagen personal, la comunicación, las habilidades y talentos que te diferencian.
 - Contrata a los mejores profesionales, acercándote a personas expertas para desarrollarte.
 - Trabaja en tu interior, no solo en lo que muestras.
 - La imagen y la comunicación no son todo, debe ser congruente con las acciones.
 - Sé coherente e íntegro.
 - Descubre tu valor diferencial, lo que te hace diferente y único.
 - Haz revisiones periódicas de tu imagen.
- **Prestigio.** Se basa en atributos de buena reputación, honestidad, claridad, capacidad y congruencia entre los pensamientos y las acciones.
- **Valores.** Son las cualidades que te servirán como guía o faro para convertirte en tu mejor versión. Te servirán para proyectarte como la persona que anhelas ser, por lo tanto, no son transferibles, cada persona definirá cuáles son los valores que elige pilares en su vida. Algunos de los más conocidos son: alegría, cooperación, empatía, honestidad, justicia, respeto y persistencia, por mencionar algunos.
- **Propósito.** Es aquello en lo que verdaderamente eres excelente en el ser y el hacer, donde disfrutas plenamente al hacerlo. En ocasiones identificar el propósito personal es parte de la tarea por hacer, pero una vez encontrado te permitirá:
 - Tener el control para conducir tu vida efectivamente.
 - Priorizarás con mayor facilidad.
 - Mejorarás las probabilidades de tomar mejores decisiones.

Si bien debes trabajar en estos pilares, sin importar si es tu primer trabajo o ya eres una persona experta: también es un hecho que debes enfocarte en el día a día dentro de tu organización, pues parte de tu posicionamiento e imagen profesional se detona dentro del lugar donde trabajas. Aplica las siguientes recomendaciones para construir tu marca personal en tu organización (Colombo, 2019):



Figura 1. Prácticas para construir la marca personal dentro de una organización.

Por otro lado, es bien sabido que actualmente, tanto quienes contratan como quienes colaboran en la misma industria, tienen acceso a tus redes sociales; personales y profesionales, así que tienes una visibilidad mayor. En pocas palabras, vas dejando una huella digital con acceso casi a todo el mundo. Por lo tanto, parte del trabajo que debes realizar es atender a la información que publicas y desarrollar estrategias para lo que proyectas en tus redes sociales.

Como bien sabes, en este momento la red profesional que tiene el liderazgo es LinkedIn, con 900 millones de usuarios a nivel mundial, tan solo en México están registrados 19 millones de profesionales (Colombo, 2023). Hace tiempo, esta red social únicamente se utilizaba para la búsqueda de empleo, pero en la actualidad es la mejor herramienta para la construcción de tu marca personal, porque permite crear, curar y compartir contenido de interés dentro de cualquier sector.

De acuerdo con Arruda (2019), la base para construir una estrategia de *Personal branding digital* está basada en tres elementos esenciales:

- **Profile (perfil):** la primera impresión que das.
- **People (personas):** los contactos de tu red y audiencia objetivo.
- **Performance (rendimiento):** las estrategias para crecer tu marca personal.

Para perfeccionar tu posición dentro del mundo digital debes trabajar en los dos atributos más importantes: *credibilidad* y *likeability (simpatía)*. La credibilidad se logra cuando demuestras que eres quien dices ser y haces lo que dices que vas a hacer. Con respecto al atributo de likeability, este se centra en cuatro factores: amabilidad, relevancia, empatía y autenticidad. A partir de estos dos atributos, CareerBlast creó una matriz llamada LinkedIn Profile Type Indicator (LPTI), que permite ubicarte en función de cómo está tu desempeño en esta red social (Arruda, 2019).

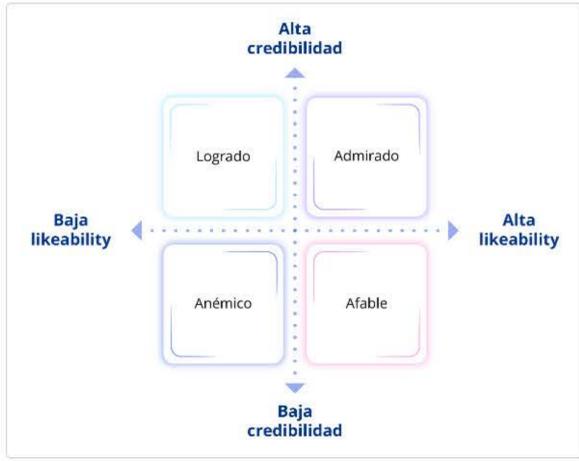


Figura 2. Matriz LinkedIn Profile Type Indicator. Fuente: Arruda, W. (2019). *Digital you. Real personal branding in the virtual age*. Estados Unidos: ATD Press

LinkedIn ha ampliado las prestaciones a través del servicio LinkedIn Jobs. Tan solo en enero del 2023, 49 millones de personas visitaron esa sección cada semana buscando una oportunidad laboral y se enviaron 90 solicitudes de empleo por segundo. En octubre del 2022 se contrataron 8 personas por minuto a través de la plataforma. En julio del mismo año, 13 *headhunters* encendieron el distintivo de *#hiring* (estamos contratando) por minuto para anunciar oportunidades laborales dentro de su organización (Colombo, 2023).

Como puedes observar, la marca personal puede actuar tanto a favor o en contra, por lo mismo es recomendable que trabajes en la construcción de la misma, guiada por una estrategia que tome en cuenta los puntos mencionados anteriormente.

Cierre

Crear la marca personal adecuada no solo te ayudará a darte a conocer en tu campo y conseguir trabajo de manera constante, sino que podría ser la diferencia entre "¿Quién es usted?" y "Gracias por estar aquí" en tu carrera profesional.

Un buen currículum y perfil de LinkedIn pueden apoyarte a colocarte en un mejor puesto, estas herramientas se deben vincular. Recuerda que también es importante cuidar tus redes sociales y tener un correo electrónico que refleje tu imagen personal y profesional.

Todas las personas proyectan una imagen de acuerdo con el entorno en el que se desenvuelven; dentro de su familia, con amigos, en un grupo social y dentro de su trabajo. Cada entorno en el que te desenvuelves se ve impactado por la forma en que te conduces y por tus pensamientos. Si bien es cierto que desarrollar una imagen profesional es una labor individual, también es un hecho que mejorar esa imagen y potencializarla con las herramientas que aprendiste te permitirá mejorar y crecer en tu organización. De igual manera, generar un ecosistema con una mentalidad a nivel individual y colectivo de crecimiento te ayudará a obtener mejores espacios de trabajo, colaborativos y lugares que te permitan obtener logros y satisfacción profesional.

Checkpoints

Asegúrate de:

- Comprender el concepto de imagen profesional.
- Comprender las estrategias de comunicación a través de una imagen personal y profesional en los medios electrónicos de comunicación.
- Identificar las estrategias para la creación de una marca personal a través de los medios electrónicos de comunicación.

Referencias

- Arruda, W. (2019). *Digital you. Real personal branding in the virtual age*. Estados Unidos: ATD Press.
- Colombo, D. (2019). *Marca personal: cuando el producto eres tú*. Argentina: Autores de Argentina.
- Colombo, D. (2023). *Los números de LinkedIn: en mayo cumple 20 años la red profesional*. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/los-numeros-de-linkedin-en-mayo-cumple-20-anos-la-red-profesional/#:~:text=Con%20m%C3%A1s%20de%20900%20millones,de%20networking%20profesional%20y%20empresarial>

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.