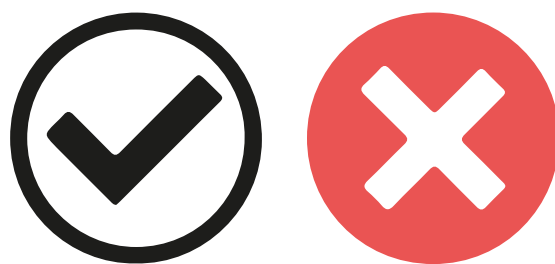


<< *¿Existe la “Imagen Profesional ideal”?*

Este libro es el resultado de su búsqueda y ha unido: la Simbología de la Presencia, la “Belleza Científica” y la “Imagen Saludable” >>

IMAGEN PROFESIONAL

**Evita errores, haz
más poderosa tu presencia**



GRATIS 1^{er} CAPÍTULO

María A. Sánchez

MARÍA A. SÁNCHEZ

IMAGEN PROFESIONAL

EVITA ERRORES, HAZ MÁS PODEROSA TU PRESENCIA

Imagen Profesional: Evita errores, haz más poderosa tu presencia

1 edición

© 2019 María A. Sánchez & bookboon.com

ISBN: 978-87-403-2760-1



CONTENIDO

	Biografía	6
	Prólogo	9
	Introducción	15
1	Los símbolos de la apariencia. La Imagen de Marca Personal	19
	Introducción	19
1.1	Imagen y comunicación	20
1.2	Aprender a mirar	21
1.3	Comunicar profesionalidad	28
2	La Buena Imagen Profesional. De la Opinión a los Datos científicos	30
	Introducción	30
2.1	Qué es una "Buena Imagen"	30
2.2	La Opinión	32
2.3	Los Datos Científicos	33

3	Los referentes: el origen	39
	Introducción	39
3.1	Los referentes de Marca Personal	39
3.2	Entrenar la mirada	40
3.3	Ser en una persona admirada y de referencia	41
4	La expresión facial El "espejo del alma" de la Imagen Profesional	44
	Introducción	44
4.1	La expresión facial	44
4.2	Gimnasia de entrenamiento: qué, cómo y cuándo.	46
4.3	La sonrisa natural: boca y ojos, el squinch	48
5	La expresión corporal El "carisma" / "swing" que tienen algunas personas	50
	Introducción	50
5.1	La expresión corporal	50
5.2	Trucos para desarrollar el carisma.	53
5.3	Personas con "swing"	54
6	El estilo ideal de peinado profesional Un estudio científico sobre líneas y volúmenes	56
	Introducción	56
6.1	El cabello: primero la prevención	56
6.2	Análisis de mensaje y armonía en el cabello	57
6.3	El estilo ideal de peinado profesional.	58
7	El vestuario Vestir bien para ir al trabajo es fácil, si sabes cómo	62
	Introducción	62
7.1	El "mejor" vestuario profesional.	62
7.2	Armonía y símbolos	63
7.3	En el armario	69
8	Plan de Acción Personal Saca el mayor partido a este libro / manual	72
	Introducción	72
8.1	Preparación	72
8.2	Decisión	75
8.3	Plazos	78

BIOGRAFÍA

Mi formación reglada es “Técnico Superior en Asesoría de Imagen”. Me he especializado en la “Belleza Científica”, la base del “Efecto Halo”, que envuelve la presencia y forma el triángulo perfecto, con la Imagen Saludable y la Comunicación Visual.

Mi primer libro se llama “NO Imagen. Marca personal, Salud y Belleza Científica” y es la unión de la justificación teórica y algunos casos prácticos de mi experiencia de más de 15 años.

Doy conferencias, imparto talleres a grupos de diversos tipos (privados y en empresas e instituciones, como formación interna (como el Instituto Mediterráneo de Estudios de Protocolo IMEP / UMH Universidad Miguel Hernández, Universidad de Alicante, School of Intenational Studies ESCI / UPF Universidad Pompeu Fabra, Universidad Ramón Llull, CEFIRES -Centro de Formación a Profesorado-, FUNDESEM B. School, AQUORA, Cámaras de Comercio, COEPA -Confederación de Empresarios-, Oscar G. Education, en Madrid: especialización a profesionales de peluquería. BBSchool, en Barcelona: especialización a profesionales de estética y a empresas Nacionales e Internacionales, como Sun Micro Systems -Oracle-, Watson Wyatt, Pikolinos, Acciona, Di-TowandaTalent, Soy mi Marca, Oscar G. Education, Vida Sostenible, etc.

Llevo a cabo servicios de consultoría y especialización a profesionales, sobre el modo de envolver, la Identidad Visual (el conjunto de símbolos que conforman nuestra presencia, también llamada Imagen de “Marca Personal”) con el “Efecto de Halo”, que es el nombre científico de lo que llaman “carisma”, “glamour” y otros adjetivos que se utilizan para nombrar la “belleza científica”, que es resultado de aplicar la “proporción áurea” y la simbología en cabello, facciones, vestuario y verticalidad corporal, de un modo eficaz.

El proceso tiene una importante parte de hábitos saludables, tan influyentes en la calidad de la piel, el cabello y los micro gestos faciales / corporales que, al finalizar el proceso, reflejan el bienestar que produce, sacar a la luz la mejor versión de <<Yo S.L.>>

Imparto el área de Imagen Personal en el posgrado “Personal Branding e Imagen de Marca Personal” en la Universidad Ramon Llull, de Barcelona; especializo en “Asesoría de Imagen Científica” para profesionales de Imagen Personal, en Oscar G. Education e IXI - Imagen Inteligente tengo una sección mensual, en el programa de radio de “Silvia te Orienta”, llamada: “Imagen Profesional: reglas de oro”, dirigida a emprendedores y personas en búsqueda activa de empleo; coordino el área social de al ONL “Vida Sostenible”, especializada en apoyar la vocación y la vivienda colaborativa de los profesionales en su madurez (el mundo sénior).

Los orígenes

Comencé en el mundo de la Imagen Personal por amor. Mi intención era formarme en secretariado internacional -tengo y tenía especial facilidad para los idiomas-, pero a los 17 años conocí a un atractivo futbolista, con una empresa familiar en el mundo de la belleza. Me uní a ellos con la única intención de ayudar en su trabajo al que tuve la suerte de que se convirtiera en el padre de mis hijos. Un hombre sin miedo a las responsabilidades de empresa y de familia. Juntos llegamos a crear 5 proyectos empresariales relacionados con la Imagen Personal y una estupenda familia de cuatro miembros.

Lo que no me esperaba era que ese giro profesional, desatara en mi un talento tan potente como apasionante. Yo misma me maravillaba de ver el modo en que embellecía a la gente, y la belleza y la seguridad en ellos mismos aumentaba ante mis ojos, de un modo espectacular.

Comencé a investigar (estudié inglés, para poder comprender la mayoría de bibliografía respecto a la imagen), pero todo lo que encontraba era sobre belleza social (este concepto me lo descubrió un catedrático de Estética Filosófica (Filosofía del Arte y de las cosas bellas). Todo dirigido a la moda y al consumo. El foco puesto en el cuerpo como puzle: cabello bonito, piel joven, ojos bellos, labios sensuales, hombros fuertes, vientre plano...

Finalicé los estudios de inglés y continué en la Universidad, Filología Inglesa. Al mismo tiempo, comencé a asistir a innumerables cursos: ventas, trato al cliente... y en uno de ellos conocí a una psicóloga que impartía cursos de “Formador de Formadores”. Me contó que participaba en un interesante proyecto de investigación, con un equipo de psicólogos, en la Universidad de Alicante, en el que ayudaban a los alumnos a sentirse seguros al hacer presentaciones y exámenes orales.

Muy ilusionada, le pregunté si me podía presentar al director el programa, para proponerle participar. Yo podía enseñarles a los alumnos a mirarse, pensando en el objetivo: comunicar su talento. Les ayudaría, le contaba, a adquirir la habilidad de armonizar las líneas, los colores y los volúmenes de su apariencia. Una vez que aprendieran a “embellecerse”, continué diciéndole, la seguridad que les aportaría, les ayudaría a comunicar mejor...

Voy a obviar su respuesta y mi tristeza y desilusión ante su (1ª) mirada de incredulidad.

Por aquel entonces, mi vida privada no estaba pasando un buen momento. El padre de mis hijos y yo no deseábamos separarnos, por lo que comenzamos juntos una búsqueda de soluciones de la mano de especialistas, entre ellos, de psicólogos... y ¿a dónde llegamos? Al despacho de un psicólogo muy especial, que tras varias sesiones me preguntó cual era mi trabajo.

Cuando le expliqué “mi pasión y talento”... ¡me pidió que interviniera en un interesante proyecto de investigación, que dirigía, en la Universidad de Alicante, en el que ayudaban a los alumnos a sentirse seguros al hacer presentaciones y exámenes orales.

Nunca se me olvidará la (2ª;-) cara de incredulidad de la psicóloga, mi colega, cuando el director del proyecto me presentó como parte del equipo. Hay pocas personas con las que no tengo mucho “feeling”. Con ella lo tuve tan intenso como lo dejé de tener tras este suceso.

A partir de ahí, debido a las conclusiones a las que iba llegando, dirigí mi investigación hacia los orígenes, me matriculé en Filosofía y descubrí la base de lo que ahora enseño a mis alumnos y clientes: el modo de crear, en su imagen, el “Efecto Halo”, la proporción belleza científica (carisma, glamour, estilo... tiene muchos nombres que no aconsejo utilizar para no).

A partir de aquella experiencia, he ido desarrollando diversas estrategias para embellecer científicamente a las personas, desde el “marco del espejo del alma”, que es como me gusta llamar en las clases al cabello, hasta los pies. Importante: las personas con la cabeza rapada están “naturalmente embellecidas”: sus ojos quedan perfectamente situados en el centro, como las famosas estatuas de la Antigua Grecia, máxima expresión de la representación de la belleza.

Comencé en 1.978 y, durante todos estos años, he ayudado, junto a mis expertos (entre los que se encuentra el padre de mis hijos, su socia -Imagen Inteligente-, y otros muchos y grandes profesionales), a miles -si, miles- de personas a definir su “Imagen de Marca Personal”, desarrollando habilidades auto-embellecedoras (científicamente hablando) y hábitos saludables, para la propia persona, la sociedad, y el medio ambiente. Todo ello con el mínimo tiempo, esfuerzo y coste. He recomendado los mejores productos y herramientas, para hacer al proceso “muy sostenible”. Esa es una de mis señas de identidad.

Ahora, estoy investigando el efecto que tienen, en la imagen (piel y cabello), la energía y el organismo en general, ciertos complementos alimenticios. Esto, en el próximo libro, que seguro que tendrá que ver con la “Imagen Saludable”.

¡Hasta pronto!

www.mariaasanchez.com

<https://www.linkedin.com/in/mariaasanchezimagetrainer/en>

twitter.com/MariaoAoSanchez

facebook.com/MariaASanchezI

PRÓLOGO

“**Toda persona es susceptible de embellecerse**”. Ésta es una de las frases que más me cautiva de María. Me parece de una “belleza” extraordinaria, valga la redundancia. Está demostrado científicamente que todos sentimos la llamada de la Belleza, la que está presente en la naturaleza, como muy bien explica María en sus cursos y en este libro. Un libro bello, por cierto.

En mi opinión, la Imagen Profesional forma parte, de manera ineludible, de la Marca Personal de cada uno. Si definimos Marca Personal como “*el recuerdo, impresión, pensamientos y sentimientos, huella... que dejamos en los demás*” no podemos obviar que nuestra imagen forma parte de todo lo contenido en esta definición.

Es evidente, a la vez, que la Imagen Personal comunica siempre algo al otro y, a menudo, prestamos poca atención a lo que estamos *diciendo* con nuestra presencia o apariencia.

Cuando trabajamos nuestra Marca Personal, con el objetivo de lograr una serie de metas profesionales, sería absurdo no pensar que nuestra imagen es un elemento clave que nos ayudará a comunicar, de una forma clara y precisa, nuestro Valor Profesional.

¿Y si nuestra imagen no fuera coherente con los atributos de nuestra Marca Personal?

¿Y si nuestra apariencia fuera un obstáculo para mostrar nuestro Talento?

María ha demostrado que esto muchas veces ocurre. En ocasiones, nuestra presencia está llena de *ruidos visuales* que impiden a nuestra audiencia o interlocutor centrarse en nuestro mensaje hablado. Esta es una de las cosas más sorprendentes que aprenderás en este libro.

Porque este texto no es un libro que hable de la imagen desde conceptos tan habitualmente unidos a ella como son los de *moda, estilo, glamour*, incluso, *elegancia*... que, como muy bien subraya la autora, son conceptos basados más en opiniones que en datos y, además, “*nos dejan en manos de los demás*”.

María aprendió hace mucho tiempo y de la mano de grandes expertos en múltiples disciplinas, que existe una belleza científica, basada en las matemáticas (“La proporción aurea que está en todas las cosas bellas de la naturaleza y, por ende, en cada uno de nosotros”) y en datos, y que lo que se ve por fuera es reflejo de lo que pasa dentro, metiéndonos de lleno en el ámbito de los hábitos de la salud y de la belleza saludable.

Podría parecer entonces, que en este libro vamos a tener que desentrañar un montón de conceptos complejos, fórmulas matemáticas, procesos biológicos internos... Y es entonces

cuando María logra la mayor proeza: “despojarse” de toda la teoría contenida de manera implícita en la obra y dejarnos un texto sumamente didáctico, tremendamente práctico y, finalmente, útil. Tan útil cómo el método que la autora resume en el acrónimo “H.A.C.E.S”, base de lo que descubrirás en los próximos capítulos.

- ✓ **Halo** (‘efecto de’ que crea la **Proporción Áurea** en la relación entre facciones / vestuario).
- ✓ **Armonía** (entre los **componentes** de la **apariencia** y de esta con las **circunstancias**).
- ✓ **Comunicación** (reforzada por los **símbolos** de la apariencia).
- ✓ **Embelllecimiento** (base científica, en el cabello, vestuario, etc.)
- ✓ **Salud** (unión de la realidad y la apariencia: líneas ascendentes y color).

Este libro es un manual de cabecera para mejorar nuestra imagen profesional y convertirla en una aliada para que nuestro talento brille por encima de cualquier cosa. Suena paradójico, y sin embargo, cuando nuestra imagen está en armonía, nos sentimos seguros con ella... deja de ser un impedimento, una barrera entre el otro y nosotros, y se convierte en una suerte de “silencio” que permite ver lo importante: nuestra esencia.

He tenido la enorme suerte de compartir talleres de Marca Personal con María, siendo testigo de que, en contextos como la Administración Pública, obtiene las máximas valoraciones por parte de los asistentes.

Todos sus alumnos pasan por las mismas fases: rotura de esquemas (nada de modas, nada de “es que se lleva”, nada de “es que me gusta”...), aprender a mirarse (y yo añado que a “quererse”), obviar la imagen de los demás, tomar las riendas, incorporar una serie de hábitos y, finalmente, lograr nuestros objetivos. Y todo ello siguiendo el mantra de María ante cualquier duda: “**respira y sonríe**”. A María no le falta ni amor ni humor en sus clases. A este libro tampoco.

Estás ante un texto necesario, diferente, único. No te pierdas la oportunidad de desarrollar tu Marca Personal incorporando la imagen desde la perspectiva única de la autora. Encontrarás ideas y pautas muy claras y, en cuanto las apliques, verás los resultados en ti. En tu piel, en tu cabello, en la postura, en tu elección de colores y estilo de vestuario...

Ya solo tienes que abrir tu mente y tu corazón, incorporar las rutinas de salud y belleza que María te propone, hacerte cargo de lo que tu imagen comunica y alinearla con tu Marca y tu Talento. Parte de tu éxito profesional depende, aunque no lo creas, de tu imagen. Es tuya, solo tuya, te pertenece. Y María es la experta que siempre, siempre, respeta eso. Por tanto, es mágico dejarse guiar por ella.

¡Estás en buenas manos!

Cristina Mulero Calvo

[@CristinaMuleroCalvo](#)

[@Brandty](#)

Introducción

Escribir sobre la **Imagen Profesional** es hacerlo sobre la parte visible de la **Marca Personal** y la de la **empresa**, pues **cada pequeño detalle de** las personas que la representamos, **crea una experiencia en los clientes** al percibirnos, ya que nuestra presencia les está “hablando visualmente”, de la calidad del producto y/o servicio que van a recibir.

Si esa experiencia es positiva, suma a la calidad de la marca de la empresa ante el / la cliente. Si es negativa, claro, le resta.

Triarmonía

¿**Cómo asegurarnos de “sumar”**? La experiencia me ha dictado el camino, un nuevo concepto aparece relacionado con la “Imagen Profesional”: se trata de **la armonía en 3D**.

1. De cada parte con el resto: **embellecimiento científico**.
2. **Entre el fondo** (Talento) y la **forma** (Imagen de Marca Personal).
3. Con la naturaleza: **salud real y aparente**.

Esta “**triarmonía**” envuelve a la **presencia en Belleza**, mejora la **Comunicación** y la **Salud**.

La Marca Personal

Este concepto, que fue introducido en España por Andrés Pérez Ortega, puede definirse como la “huella que dejamos en los demás. Se trata del conjunto de asociaciones, ideas, pensamientos, sentimientos y emociones que se suscitan en la mente de los demás cuando piensan en nosotros”. Para Cristina Mulero, se trata de “una combinación única de talento y valores y la imagen es la parte visible de ese conjunto de asociaciones, de esa combinación única que singulariza a una persona.

El Embellecimiento Científico: La Proporción Áurea y el Efecto de Halo

La mejor Imagen Profesional carece, ante todo, **de líneas descendentes** (fracaso, tristeza...), y está formada por **colores en armonía** (de la misma gama) y la relación entre sus **volúmenes** contiene la **Proporción Áurea**. Lo que da como resultado el llamado **“Efecto de Halo”**.

La Proporción Áurea es una fórmula matemática que contienen las formas bellas de la naturaleza: las caracolas, las rosas, las puestas de sol, etc. Y es sinónimo de armonía y equilibrio. Esta misma proporción la tenían las estatuas griegas que representaban a los dioses y las diosas del Olimpo. Esta ecuación es **matemáticamente embellecedora**, cuando la forman los volúmenes adecuados, en el peinado y el vestuario. De esta habilidad ha nacido el proceso de [“Asesoría de Imagen Científica”](#), en el que se están especializando cada vez más profesionales de la Imagen Personal.

[Efecto de Halo](#): los sociólogos Osgood, Suci y Tannenbaun, en 1.957, llevaron a cabo una investigación sociológica sobre la presuposición de que **“Lo bello es bueno”** (efecto de halo): *“tendemos a suponer que una persona que es agradable (o desagradable) a la vista, posee otras cualidades positivas (o negativas).*

En los equipos de trabajo, esta armonía en la presencia de cada uno de sus componentes influye también en el ambiente que se crea en el trabajo, pues todos formamos parte del “paisaje” de los demás.

La comunicación visual, los “ruidos” y el “para qué”

“Habla para que te vea”, dijo Sócrates a un joven que le acababan de presentar...

Esta frase nos la recuerda a menudo [Carlos Rosser](#) mi referente en comunicación y gran amigo. Carlos hizo la primera presentación de [mi anterior libro](#) (NO imagen, Marca personal, Salud y Belleza Científica), en Elche, mi ciudad. Compartimos aulas en el [“Experto Universitario en Imagen y Marketing Personal”](#), de la UMH. Carlos dirigía el área de Marketing Personal y yo la de Imagen, claro.

En las exposiciones de los alumnos, cuando presentaban su trabajo final, era frecuente no poder “ver su talento” porque estaba enmascarado por elementos distorsionadores (cabellos despeinados, colores chillones en camisas, corbatas, chaquetas...). Son los “ruidos visuales”. Muy “normalizados en las mujeres, en forma de pendientes que se mueven, grandes escotes, melenas que caen sobre la cara, e indefectiblemente se tocan, etc. Las mujeres, como los

hombres, podemos vestirnos como queramos, claro. Siempre recomiendo pensar en el “para qué”. Mi consejo: diviértete, con tu vestuario, cuando no necesites transmitir profesionalidad.

“[Ruido Visual](#)”, en la imagen personal, se denomina a todo elemento de la presencia que llama la atención y resta protagonismo a nuestro talento.

Agradecimientos

Este libro nace en un momento en el que colaboro, constantemente, con profesionales que trabajan con personas, en el mundo de: la Marca Personal, el Talento, el Coaching, la Imagen Personal, la Comunicación, la Publicidad, la Pedagogía, la Psicología, la Estética (Social y Filosófica), la Formación, las Redes Sociales, la Mentoría, los Recursos Humanos... todos ellos profesionales de gran calidad. Tengo mucha suerte, de todos he aprendido mucho. Estoy rodeada de generosidad.

La lista de agradecimientos sería interminable, así que me centraré en las personas que directamente han ayudado a que este libro vea la luz:

Queridísima [Inmaculada Pascual Blanes](#), psicóloga e hija de mi gran amiga y colega M^a Carmen Blanes. La joven Inma (no había cumplido 40 años) colaboró en la construcción del último capítulo, el número 8 y nos dejó antes de que pudiéramos revisarlo juntas, estoy segura de que nos observa y nos cuida desde donde está. Le dedico este libro, con todo mi afecto. Su amabilidad y simpatía fue su seña de identidad. Como le dije a su madre, decidí acercarme a sus colegas y descubrir quienes habían estado más cerca de Inma, así llegué a dos de sus compañeras, para comentarles el formato del libro, como hice con ella. [Laura Jávega Cutillas](#) sacó el tiempo como pudo, para repasar delicadamente cada una de sus páginas. Sus aportaciones han sido muy valiosas. Le estoy muy agradecida. **María Marco Cramer** también se puso en contacto conmigo y le pasé el borrador del libro. Gracias también.

Corría el año 2013 y, tras nuestro encuentro en un evento [Womentalia](#), la red de mujeres profesionales que tanto me ayudó en mis comienzos, se ponía en contacto conmigo la que se convertiría en una de mis mejores amigas y más admiradas colegas: [Cristina Mulero Calvo](#), quien me ha concedido el honor de prologar este libro. Cristina es **experta en Marca Personal, CEO de [Brandty](#) y autora del libro “[Saltar de la Pecera](#)”**. Presentó mi primer libro en Alicante, junto a Carlos Rosser y me introdujo en el mundo de la **Marca Personal**, por eso también le he pedido que hiciera la definición de la misma en este prefacio.

Gracias a Cristina, nació una de mis más populares áreas: “Imagen de Marca Personal” y de su mano conocí al resto de los mejores en este campo, desde [Andrés Pérez Ortega](#) a [Neus Arqués](#), pasando por [Arancha Ruiz](#), y los componentes de [Soy mi marca](#). En alguna ocasión

y dentro de sus posibilidades, me hizo el gran favor de asistir a las reuniones nacionales, mi querida [Isabel Muela](#).

De los encuentros del grupo, en Alicante, Madrid y Barcelona, nació el “[Personal Branding Lab Day](#)“, que gracias al esfuerzo de [Guillem Recolons](#), [Nilton Navarro](#), [Eva Collado](#), [Alicia Ro](#), [Celia Hil](#), [Jane del Tronco](#), etc., tiene ya carácter internacional, online. Gracias amigos y colegas, muchas... me siento una privilegiada, de estar con vosotros y de ser “la” experta en Imagen de Marca personal.

Agradecer de corazón el acrónimo H.A.C.E.S. a mi querido y generoso amigo [Juan Carlos Cubeiro](#), gran profesional en el mundo del Coaching y el Talento. Autor de numerosos libros, ha colaborado en innumerables títulos (le entrevisto a ratos para sacar el próximo título sobre Imagen personal). A Juan Carlos le definen como uno de los mejores profesionales europeos en su campo. Leer las publicaciones diarias en su blog es formar parte de su apasionante vida. Analizar el liderazgo en el deporte es uno de sus grandes talentos. Acaba de publicar un libro sobre la figura de Ronaldo: licencia para ganar y sé de buena tinta que hay otro “en puertas”. Seguro que será todo un éxito.

Mi mentor y gran amigo, [Prudencio López Vicedo](#), que se cerciora de que mis ojos brillen con el desarrollo de mi talento y que siempre está ahí, para responder a mis cuestiones y apoyarme a que sea eficiente mi actividad. Con Prudencio, en la ONL [Vida Sostenible](#) estoy colaborando en un ilusionante proyecto dirigido a las personas que desean vivir su madurez de un modo independiente y colaborativo. Unidas la vocación y la vivienda (cohousing). crean el “coliving”, que ayuda al aprovechamiento del talento sénior y promueve el trabajo en red profesional.

Mi súper sobrina [Ana M^a Ordóñez](#), experta en comunicación, que vuelve a estar cerca de mí profesionalmente y fue la primera en revisar el libro. Lo que me trae a la mente a [Juan León](#), actor y redactor creativo y publicitario, que revisó y apoyó las presentaciones por toda España de mi primer libro. Un agradecido recuerdo para él, desde aquí. Tuve la suerte de que Juan me apoyara, gracias a la intercesión de [Fermín Crespo](#), mi gran amigo y apoyo incondicional.

Cerraré el capítulo de agradecimientos con broche de oro: no tiene parangón la ayuda de mi increíble hija, [Elena Hernández](#), licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas, sin cuyo apoyo no habría escrito ninguno de mis libros, ni mi imagen corporativa tendría ese “halo” que ella sabe darle y tanto gusta. Doy gracias a la vida, por esto y muchas otras cosas que me aportas, querida Elena.

INTRODUCCIÓN

El objetivo de este ebook es acompañar a los lectores/as a envolver su talento en una armonía irresistible de cada detalle de su presencia con el resto, que envuelve su comunicación visual. Suelo recomendar a mis clientes que eviten utilizar palabras como ‘estilo’, que son otras personas quienes tengan que decir las, para evitar expectativas y, por lo tanto, desilusiones

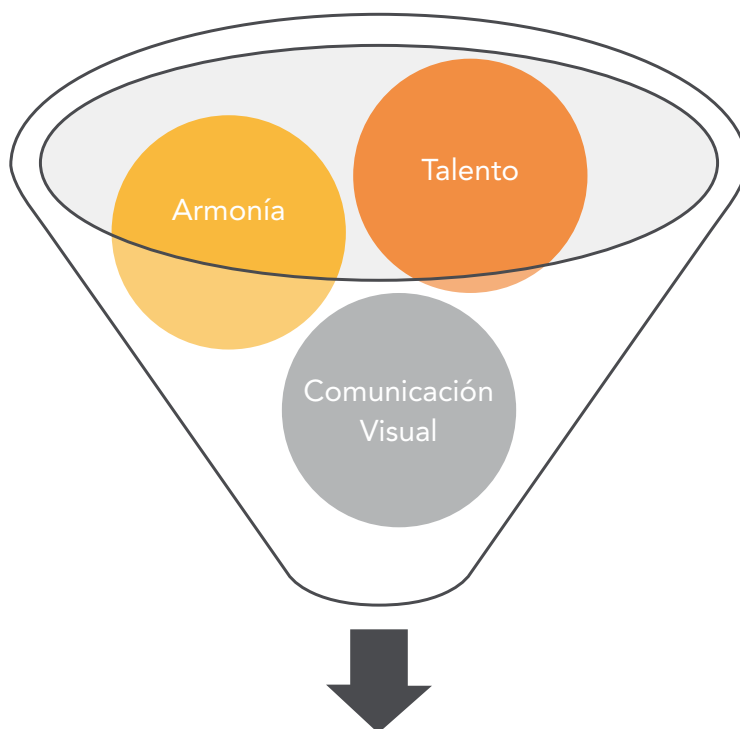


Figura 1 Imagen de Marca Personal

Como iré repitiendo a lo largo del texto, para que se fije en el esquema de conocimientos de quienes se dedican al **mundo de la Imagen Personal**, científicamente, a esa experiencia armoniosa, se le denomina ‘Efecto de Halo’. Veremos aquí el modo de lograrlo, mediante diversas y sencillas estrategias, fruto de mi investigación en este campo.

Se trata de **analizar cada una de las características que tienen influencia en la presencia** y así poder armonizar cada pequeño elemento que la compone y con el resto de áreas que conforman la imagen (parte visible de lo que solemos llamar la Marca Personal), teniendo siempre en cuenta **cómo influirá, en el proceso de comunicación y el objetivo en cada circunstancia.**

Hay personas que le dedican mucho tiempo al arte de ‘acicalarse’ durante toda la vida... unas de la mano de profesionales y otras de modo autodidacta. Y aun tras tanto ‘entrenamiento’, en la mayoría de los casos, el resultado no es muy eficaz, en lo que a **comunicación visual** se refiere. Al no tener en cuenta algunos de los importantes factores que veremos aquí. Esto les lleva a **que su imagen ‘hable’ sin que sepan lo que dice.** O lo que es lo mismo: acaban por **comunicar con la presencia algo distinto a lo que pretenden.** Siendo o no conscientes de ello.

Lo que nos lleva a la feliz conclusión de que **este libro es útil para las personas que aun les queda por descubrir parte del potencial de su presencia...** la gran mayoría.

Para lograr ese ‘halo’ del que hablábamos, **todo en nosotros ha de estar en armonía,** fluir, y para ello, se ha de unir, a la Imagen de Marca Personal, el Talento, los Valores y la mayor cantidad posible de Salud ‘real’.

Ese será el proceso que llevaremos a cabo: acompañarle, lector /a, a conocerse y a definirse para que, a partir de ahí, pueda diseñar, de la mano de este libro-manual, su Imagen Profesional, la parte visible de su **‘Marca Personal’, embelleciéndola científicamente y mejorando su salud, real y aparente.**

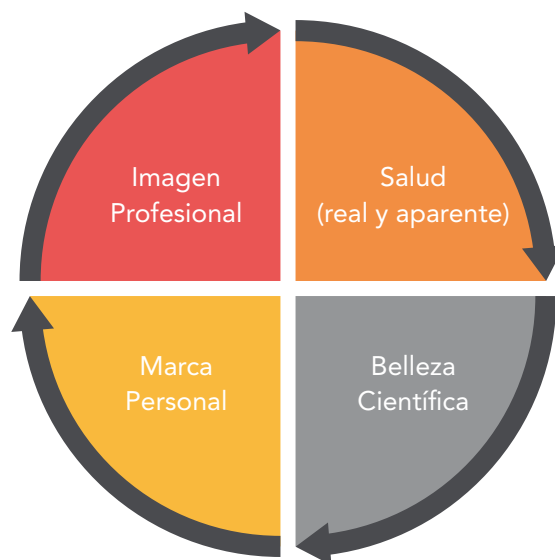


Figura 2 Imagen Profesional, Salud (real y aparente) y Belleza Científica = la mayor versión de la Marca Personal.

Este libro es la teorización de muchos años de práctica. Poseo gran experiencia en asistencias personalizadas, a través de conferencias y formando a profesionales, en empresas, escuelas de negocios y universidades, mediante talleres, módulos en masters y títulos propios. Tanto online como offline.

Doy fe de que, **con una dedicación regular y atenta, se puede llegar a feliz término** en este apasionante cometido: sacar a la luz su mejor versión profesional.

El secreto del método es prestar mucha atención a cada detalle que iremos exponiendo, para conocer al máximo nuestras características y aprender las estrategias que aquí comparto, de modo que nuestras acciones y apariencia “sumen” a nuestra “Marca Personal”.

Es importante definir claramente el objetivo. Lo que deseamos transmitir con nuestra comunicación, de forma global (visual, auditiva y mediante sensaciones) y seguir las estrategias, para aprender a embellecernos científicamente. Además de ir aumentando, poco a poco, la salud real.



Figura 3 el objetivo, claro y siempre presente.

Crear esa experiencia estética en quienes nos observan, es uno de los grandes desafíos de nuestros días, por la gran oferta de imágenes que bombardea nuestro cerebro, sin criterio alguno y debido a ello, como antídoto, ha surgido **la ‘economía de la atención’**. Ya no invertimos nuestro tiempo fácilmente. Pero sí que ponemos nuestro interés en aquello que ‘captura’ nuestra atención, al hacernos sentir especialmente bien, por armonioso y congruente.

Uno de los factores más importantes del proceso, es **la belleza científica**. La mejor herramienta para que la persona que nos mira (nuestro equipo, nuestro cliente...) reaccione emocionalmente de un modo positivo, y curiosamente es cuestión de matemáticas: crear la proporción áurea en la presencia, con ayuda del cabello y el vestuario. A esta ‘ecuación’ también se le llama ‘número de oro’. Este método, bien utilizado, crea ese potente efecto, al armonizar las facciones con el peinado y el cuerpo con el vestuario.

Lograr la máxima **salud** real y aparente, como la piel sonrosada, para lo que nos basamos en pautas simples y eficaces, como la respiración consciente y aportar buenos nutrientes a la sangre con la alimentación / suplementación de calidad, y movimientos concretos, para ayudar a que el preciado riego sanguíneo llegue a la cabeza en general y a las facciones en particular, aportándole esa luz especial que aporta el ejercicio, la respiración consciente y un descanso reparador.

Todo ello nos ayudará a tener un presencia exquisita, un **Imagen de Marca Personal que transmite profesionalidad** por todos lados y seamos grandes embajadores de marca de la empresa, producto o servicio que representemos.

Puesto que estamos en la era de las experiencias, lo he desarrollado en primera persona: va a ser nuestra imagen quien nos hable y nos cuente qué puede hacer por nosotros. Quien nos pida que hagamos divertidos ejercicios para que integremos las eficaces estrategias que encontrarás en estas páginas.

Disfrútalo mucho, ¡espero tus comentarios!

María A. Sánchez

1 LOS SÍMBOLOS DE LA APARIENCIA. LA IMAGEN DE MARCA PERSONAL

INTRODUCCIÓN

Hola, soy tu imagen, y quiero decirte algo: cuanto transmitas estará influenciado por mí, si quien esté contigo o te encuentre, navegando por las Redes Sociales, tiene el privilegio de poder utilizar sus ojos, claro.

Te puedo ayudar mucho a que te valoren más en tu entorno profesional y a que tu comunicación sea mas efectiva. ¿Sabes cómo? Haciendo que cada detalle apoye tu valor profesional y tu discurso. Para lograrlo has de ayudarme. Porque tenemos algunos impedimentos. El mayor de ellos: tu “gusto” o criterio estético, creado a lo largo de tu vida, de modo inconsciente.

Durante años has elegido cada parte de mí (peinado, gestos, decoración facial, vestuario, etc.), por impulso, debido a razones que creaban en ti una emoción: porque se llevaba, porque combinaba, porque te lo recomendaban, porque lo llevaba una persona a la que admirabas... sin tener en cuenta lo que transmite. Como quien elige palabras al azar, sin orden. El resultado suele ser una Imagen de Marca Personal confusa, sin mensaje. A la que te acostumbras y que te salta a la vista años después, cuando ves una fotografía tuya de otra época... o lo que es peor, nunca. Porque no te paras y pones atención en mí.

Va a ser difícil deshacerte de esos hábitos, por lo tanto, paciencia. Para lograrlo, solo tienes que hacer los sencillos ejercicios que verás al final de cada capítulo. Te ayudarán a que integres los conocimientos que leerás aquí, para que todo en ti esté en armonía. Que fluya.



Figura 4. ¿Por qué eliges cada parte de tu imagen?

1.1 IMAGEN Y COMUNICACIÓN

La congruencia entre tu fondo y yo, tu forma (lo que eres profesionalmente y lo que comunicas con tu presencia), será nuestro objetivo. A esta armoniosa apariencia, algunas personas le llaman “glamour”, “carisma” u otras sofisticadas denominaciones. Científicamente su nombre es “Efecto de Halo”. Y así le llamaremos, porque todo, en este camino, estará basado en datos científicos. Para leer opiniones y afirmaciones sin base, ya hay demasiados lugares a los que dirigirse.

Si te animas, continúa leyendo...

El título de este primer apartado es “Imagen y Comunicación”. ¿Estás de acuerdo? ¿Crees que yo, tu Imagen, comunico? Como supongo que tu respuesta será si, ya tenemos el primer ejercicio para ti: ¿Qué deseas comunicar con tu presencia?, Es decir... qué cualidades deseas transmitir, con tu apariencia, en el trabajo.

Actividad 1: Cualidades. Entrenamiento para el autoconocimiento.

Listado de cualidades, para seleccionar las que deseas que transmita yo, tu imagen.					
Autocontrol		Sensual		Extrovertido	
Responsable		Equilibrado		Coqueto	
Sincero/a		Creativo		Asertivo	
Formal		Atrevido		Enérgico	
Atractivo		Autoritario		Astuto	
Frágil		Sexy		Proporcionado	
Accesible		Profesional		Creíble	
Distinguido		Seguro		Feliz	
Natural		Dinámico		Duro	
Saludable		Flexible		Actual	
Tranquilo		Desenfadado		Elegante	

Comienza aquí un interesante proceso de autoconocimiento e investigación. Ya tienes algunas cualidades que te gustaría transmitir visualmente... ahora has de decidir si crees que es posible hacerlo o no.

Es un buen tema para debatir con otras personas (de tu mismo sexo). O a solas. De este debate (en solitario o en compañía), saldrás con un magnífico entrenamiento y una clara intención comunicativa que pondrás al construirme, en el plan de acción final, cuando finalices de leer estas páginas.

1.2 APRENDER A MIRAR

Te decía que si yo, tu imagen, todavía no transmito tu mensaje personal con cada parte de mi, de tu apariencia, es porque todos estos años has elegido, los componentes que me conforman (estilo de peinado, de vestuario y el resto de áreas), de un modo desordenado, por diversas razones que nada tenían que ver con la comunicación.

Y es que desconocemos si, a la hora de percibir la realidad, utilizas lo suficiente tu “canal visual”.

Para saberlo, tenemos que analizar el modo que tienes de percibir la realidad y después, entrenar tu percepción, para que equilibres los tres canales: el visual, el auditivo, y el kinestésico.

Quienes utilizan más el canal visual, suelen utilizar mucho la expresión “no me veo ahí”, o “¡lo veo!”, aunque se esté hablando de una idea, sin imágenes.

Las personas llamadas “auditivas”, o que utilizan más el oído, suelen hablar de que algo “les suena” o no. Suelen quedarse con gran parte de lo que escuchan.

Se les denomina “kinestésicas” a las personas sensibles a los aromas, el tacto, las sensaciones... a todo cuanto no se percibe por los canales auditivo ni visual. Suelen ser personas a las que les gusta abrazar, besar, etc.

Todas las personas utilizan los tres canales, claro. Normalmente, unos mucho más que otros.

Verás que en el cuestionario de este apartado, además de las preguntas que, al puntuarlas, te darán la información de los canales que más utilizas, hay una recomendación para entrenar aquellos canales cuya puntuación haya sido más baja. El objetivo: equilibrarlos.

Una vez hayas practicado, durante un mes, los ejercicios necesarios para equilibrar los tres canales (un mínimo de 21 días), lo ideal será volver a responder el cuestionario, y así hasta que no haya ningún canal que doble en puntuación a otro.

Cuando, una vez respondido el cuestionario, la puntuación de los tres canales (vista, oído y sensaciones -canal kinestésico-) nos da una numeración similar, estarás en condiciones de llevar a cabo el siguiente ejercicio: el de observar y reconocer lo que simboliza cada parte de mi, de tu imagen. Y así asegurarte de que todos los detalles que me conforman, transmiten, de un modo armonioso e irresistible, tu “Marca Personal”.

Los canales son representados por su inicial: **V**, **A**, **K...** y **D**.

La “**D**” representa el “diálogo interno”, al que es bueno poner atención, porque tiene que ver con los juicios de valor, que nos serán de mucha utilidad en los apartados siguientes de este pequeño libro.

Por lo tanto, puntuaremos la “D”, para tener ese dato, pero para el entrenamiento posterior, no la tendremos en cuenta.

Actividad 2. Cuestionario para alinear los canales de percepción de la realidad.

En cada una de las siguientes afirmaciones, ponga el número 4 en la frase que más le describa, el número 3 en la siguiente frase que le represente; el número 2 en la siguiente y el número 1 en la que menos le describa.

Haga esto en cada una de las 12 afirmaciones anotadas a continuación. Tras la realización del cuestionario, se puntuarán las respuestas en la tabla del final.

1. Es probable que yo...
a. ...tome las decisiones importantes según lo que siento.
b. ...tome las decisiones importantes si sintonizo con ellas.
c. ...tome las decisiones importantes de acuerdo con mi punto de vista.
d. ...tome las decisiones importantes con lógica y bien pensadas.
2. Es muy probable que yo sea influenciado por alguien...
a. ...que tenga una voz modulada.
b. ...que tenga una buena apariencia.
c. ...que diga cosas sensatas.
d. ...que me deje con buena impresión o sentimiento.
3. Si quiero saber cómo es una persona...
a. ...observo su apariencia.
b. ...verifico cómo se siente.
c. ...escucho su tono de voz
d. ...presto atención a lo que dice.
4. Es fácil para mí...
a. ...encontrar el volumen y el tono ideal de un equipo estéreo.
b. ...considerar intelectualmente los puntos más relevantes de un tema interesante.
c. ...escoger muebles muy cómodos.
d. ...encontrar combinaciones de colores variados.
5. Yo...
a. ...soy muy eficaz en encontrar la lógica y darle sentido a hechos y datos nuevos.
b. ...sintonizo muy bien los sonidos de mis alrededores.
c. ...soy muy sensible a la calidad de los tejidos que llevo y tocan mi cuerpo.
d. ...me imagino colores vivos cuando miro una habitación.

6. Si la gente quiere saber cómo soy, deben...
a. ...conocer mis sentimientos.
b. ...observar lo que llevo puesto.
c. ...escuchar lo que digo.
d. ...oír las entonaciones de mi voz.
7. Probablemente yo...
a. ...escucho los hechos que sabes.
b. ...veo los cuadros que pintas.
c. ...percibo tus sentimientos.
d. ...sintonizo con tus mensajes armoniosos.
8. Yo...
a. ...creo que un hecho es verdadero cuando lo veo.
b. ...creo que un hecho es verdadero cuando lo oigo.
c. ...creo que las cosas son reales cuando las siento.
d. ...creo o no en un hecho según el tono en el que es relatado.
9. Yo...
a. ...generalmente, para mí es primordial el bienestar de mi familia.
b. ...recuerdo con facilidad las caras, la ropa y los pequeños detalles visibles de mi familia.
c. ...se como piensa mi familia sobre la mayoría de los temas,
d. especialmente las ideas importantes que tienen de las cosas.
e. ...escucho las entonaciones e inflexiones de cualquiera de las voces de mi familia más allegada y sé inmediatamente quién es.
10. Yo...
a. ...aprendo conceptos.
b. ...aprendo a hacer cosas.
c. ...aprendo a escuchar cosas nuevas.
d. ...aprendo a ver nuevas posibilidades.

11. Cuando se trata de tomar decisiones importantes, probablemente yo...
a. ...decida tomarlas sintiéndolas.
b. ...decida tomarlas sintonizando con ellas.
c. ...decida tomarlas si lo veo muy claro.
d. ...decida tomarla pensándolas y analizándolas.
12. Yo...
a. ...recuerdo claramente a un(a) amigo(a) por el tono de su voz.
b. ...recuerdo muy bien a un(a) amigo(a) por su apariencia.
c. ...recuerdo muy bien a un(a) amigo(a) por las cosas que dice.
d. ...recuerdo fácilmente a un(a) amigo(a) cuando lo(a) siento.

Puntuación del inventario de preferencias del sistema de percepciones

En cada respuesta, la opción era para un canal diferente. Aquí tiene las correspondencias. Por ejemplo, en el enunciado nº 1: **Es probable que yo diga...**

La respuesta a) corresponde al canal K (kinestésico), la b) al A (auditivo), la c) al V (visual)

Primer paso: **Anote a continuación los números de las respuestas del test.**

1.	K	4.	A	7.	D	10.	D
	A		D		V		K
	V		K		K		A
	D		V		A		V
2.	A	5.	D	8.	V	11.	K
	V		A		D		A
	D		K		K		V
	K		V		A		D
3.	V	6.	K	9.	K	12.	A
	K		V		V		V
	A		D		D		D
	D		A		A		K

Segundo paso: **Ponga el valor de los números asociados con cada letra. Hay 12 entradas por cada letra, que corresponden a una modalidad. Sume los valores de cada una de las columnas.**

Clave: V: **Visual**
 K: **Kinestésico**
 A: **Auditivo**

SISTEMA DE PERCEPCIONES	V	K	A
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			
7.			
8.			
9.			
10.			
11.			
12.			
TOTALES			

Tercer paso: **La comparación de la suma de los totales marcados arriba da la información sobre las preferencias (jerarquía) de cada una de las modalidades del sistema de percepciones.**

SISTEMA DE PERCEPCIONES	V	K	A
PUNTUACIÓN			
ENTRENAR			

ENTRENAMIENTO

Para desarrollar más el canal **visual: hacerse fotografías, y analizarlas**, ver películas sin sonido, observar detalles de cuadros, etc.

Para ejercitar **el auditivo**: escuche la radio, diferencie los sonidos en la calle, o escuche con los ojos cerrados la TV., etc.

Si el que menos utiliza es **el kinestésico**, podrá ejercitarlo, tocando objetos con los ojos cerrados, oliendo diferentes plantas, poniendo atención a las sensaciones de calor / frío, o cuando le presentan a alguien, o entra a un lugar, pone atención a las sensaciones que percibe (positivas / negativas).

Decíamos que la “D” representa el “diálogo interno”, al que es bueno prestar atención, porque tiene que ver con los juicios de valor.

Por lo tanto tener baja la puntuación de la “D”, es buen dato. El entrenamiento es, por lo tanto, para bajarla. La herramienta: la respiración consciente, en un primer paso, la meditación para seguir avanzando en este apasionante camino que es poner atención al ahora...

1.2 COMUNICAR PROFESIONALIDAD

Sin importar qué profesión tengas, yo, tu imagen, puedo envolver tus conocimientos, tu talento, del modo más adecuado, para que transmita tu saber y tu saber hacer profesional. Sin distorsiones. Existe un concepto muy útil: “ruido visual” algo llamado así no puede ser bueno para una imagen profesional, ¿verdad?

“Ruido Visual” se denomina a todo aquello en mi, tu imagen personal, que llama la atención más de lo debido, que hace que yo te reste protagonismo. Por ejemplo una melena abundante y suelta, una corbata chillona, un anillo o reloj enormes...

¿Recuerdas que te hablaba de que nuestro mayor enemigo, en este proceso, es tu “criterio estético”? Este concepto es el nombre “oficial” del gusto y proviene de la “Estética” o “Filosofía del arte y de las cosas bellas.

Vamos a hacer lo que se llama un “entrenamiento de la mirada”. Busca imágenes de personas de tu mismo sexo, que te parezca que tienen una “Imagen Profesional” que te gusta y observa los detalles de su apariencia: ¿Hay algún detalle que destaque del conjunto?

Para no dejarte ningún detalle, observando las fotografías, sigue el listado de áreas de la imagen, de la actividad 3 y así detectar los elementos que resaltan.

La persona cuya imagen analices, puede ser o no famosa, también puedes elegir a una persona de la familia o el trabajo (con su permiso).

Se trata de entrenar la mirada para detectar “ruidos visuales”, no para hacer juicios de valor (me gusta / no me gusta).

Actividad 3: Ruidos visuales. Entrenamiento de la mirada.

Áreas de la Imagen Profesional	¿Resalta mas que el resto?	Si	No
Cabello: volumen, largo, estilo...			
Decoración facial: volumen, largo o estilo de cejas o barba, color de maquillaje...			
Prenda “under coat”: color, forma o detalles de camisa, top, blusa...			
Prenda “over coat”: color, forma, detalles largo de chaqueta, rebeca, abrigo			
Pantalón o falda: color, ancho, forma, detalles, largo...			
Calcetines o medias y calzado: color, estilo...			
Complementos: sombrero, collar, corbata, bolso, reloj, pulseras, anillos...			

El proceso de entrenamiento ha comenzado!



María A. Sánchez (Elche, 1959), autora del libro ‘No imagen: Marca Personal, Salud y Belleza Científica, es Técnico Superior en Asesoría de Imagen y experta en <<Presencia>>. Entrena la Mirada y la Percepción (propiocepción) de las personas, para la mejora de su Comunicación Personal, su Salud y Bienestar, de forma individual y en equipos, de cohousers, empresas e instituciones.

Ensayo y divulgación

El concepto Imagen Profesional no existe como tal. Sí se reconoce la imagen personal como un medio de comunicación, por lo que, cada componente de la presencia es un símbolo que, en el caso que nos ocupa, habría de transmitir profesionalidad –Capital Simbólico, según Bourdieu-, solo que el llamado criterio estético, se adquiere y desarrolla a lo largo de la vida de un modo autodidacta.

Como expreso en mi anterior libro: <<Elegimos elementos tan influyentes en el mensaje personal como el peinado o el vestuario a partir de una reacción emocional, sin pensar en lo que deseamos comunicar con nuestra presencia. El resultado es que nuestra Imagen Personal habla, pero ignoramos lo que dice>>.

Esta publicación, en formato de breve guía práctica, reúne la información que utilizo como base en mis conferencias, artículos, talleres y consultas sobre la Imagen profesional. Justifico teóricamente los detalles que influyen en la presencia, también llamada <<Imagen de Marca Personal>> y te acerco a las bases científicas de la belleza (según nuestra cultura), para crear el <<Efecto Halo>> .

Te doy pautas para “entrenar tu mirada” y adquirir objetividad y eficacia a la hora de elegir los Códigos Visuales para crear tu Imagen Profesional y hacer que el concepto ‘me gusta’ desaparezca, pasando de la opinión al dato, y de la reacción emocional a la elección consciente.

María A. Sánchez
Autoimagen y Comunicación Personal