

LA PRIMERA IMPRESIÓN ES LA QUE CUENTA

“La imagen nos puede dar valor o aplastar”... No hay una segunda oportunidad para una primera impresión. Y, si hay un mundo donde esto es especialmente relevante, es el empresarial. Una imagen representa a una marca. El cuidado personal, la atención al detalle y el buen gusto también son una continuación de la expresión de las cualidades profesionales.

Por **Mar Rodríguez**

Desde el director hasta el representante que viaja, de la persona que se ocupa de la recepción al organizador de un evento: todos son embajadores de la marca para la que trabajan. Por eso la apariencia es un elemento más de la imagen corporativa de una empresa: transmite quién es, qué hace y cómo lo hace.

Esa imagen debe ir acorde con la política de la marca y estar al servicio de su filosofía: “desde los cánones más clásicos, como los del banco suizo UBS, donde tienen su propio manual sobre cómo debe ser la indumentaria de sus empleados, hasta empresas de moda, publicidad o informática, más innovadoras y que rompen moldes, como es el caso de Google, donde sus empleados tienen libre elección de su vestuario e incluso pueden acudir en zapatillas deportivas a la oficina”, explica la experta española en imagen integral Sonia Saborido.

Reforzar la marca

Google es una clara excepción. Hoy en día la mayoría de las empresas exigen un código de vestuario formal que refuerce la marca corporativa. Para conseguir una imagen adecuada a su identidad es imprescindible conocer la misión, visión y valores de la empresa. Y que todos los miembros de la jerarquía los asuman como propios. Es lo que se denomina *branding* social, es decir, la coherencia entre todos los agentes que conforman una imagen.



Las personas están continuamente generando mensajes, también con su aspecto. De hecho, “el impacto que provocamos en una primera toma de contacto está influido en un 55% por la apariencia, en un 38% por el lenguaje corporal y en un 7% por el verbal”, afirma María Pilar Valverde, asesora de compras de Personal Shopper Chile.

Principios básicos

Lo más importante es ofrecer una imagen apropiada para el trabajo que se lleva a cabo, aunque hay estilismos que se deben evitar sea cual sea el sector profesional: por ejemplo los estampados visualmente agresivos, ya que “las rayas en zigzag o el estampado animal reflejan una imagen excesivamente atrevida o una actitud violenta”, matiza Evelyn Guerino, Personal Planner Fashion Stylist de Argentina, convencida de que “la imagen nos puede dar valor o aplastar”.

Más allá de lo que se quiere transmitir, es importante conocerse bien a uno mismo para que el atuendo refuerce las cualidades físicas de cada uno. Rebeca Ávila, editora del blog de estilismo empresarial WorkingOutfits.com, recomienda “apostar por indumentarias con las que la persona se sienta cómoda, aportando su toque personal y evitando aquello con lo que no se sienta segura”.

Disponer de un buen fondo de armario no es tan complicado si se invierte de manera inteligente: los profesionales recomiendan tener pocas prendas pero que sean de buena calidad. En el guardarropa masculino no deben faltar trajes, abrigos, gabardinas, camisas, corbatas y algún jersey de color. El hombre puede incorporar diferentes texturas usando la pana o la lana en sus chaquetas. Es mejor recurrir a los colores sobrios y nunca debe faltar una camisa blanca de excelente calidad.

La mujer tiene mayor libertad a la hora de mostrarse creativa gracias a los complementos o el maquillaje. En su armario siempre deben estar presen-

tes una gabardina, un *trench*, camisa blanca, vestido negro, falda negra, chaquetas que proporcionen un toque de color y complementos acordes con el conjunto.

Qué colores

Es conocido el impacto psicológico de los colores y esto es aplicable a la moda corporativa. No todos son adecuados para llevar a la oficina, presentarse ante un cliente o asistir a una convención. Evelyn Guerido recomienda evitar el amarillo ya que, a pesar de ser alegre, es considerado inestable; el gris denota pasividad y falta de energía; el rojo evoca pasión, pero también agresividad. Los estilistas aconsejan optar por el verde, que denota armonía; el azul, que se considera conectado al intelecto; el marrón *camel*, que transmite estabilidad, y el negro, que es elegante, estiliza la figura y genera una impresión de seriedad. También se pueden utilizar naranjas, violetas y blancos como complementos, evitando abusar de ellos.

Los profesionales recomiendan pantalones de colores sobrios, azules, negros o grises, acompañados de prendas superiores en colores como el verde claro, celeste, melocotón o limón. Las tonalidades rosa o malva son más adecuadas para un evento de noche. En cualquier caso, la blusa siempre debe ser más clara que el traje.

Según el momento

No es lo mismo una reunión con compañeros de trabajo que el lanzamiento de un nuevo producto o una cena de gala. Rebeca Ávila afirma que “los eventos de día exigen naturalidad, colores más claros y maquillaje que apenas se note en el caso de las mujeres.

Sin embargo en los actos nocturnos se puede arriesgar un poco más, usando colores más oscuros y un maquillaje más sofisticado”. Las reuniones informales son perfectas para apostar por el estilo casual o incluso arriesgar con algún modelo que se quiera probar. Ávila recuerda, en el caso de las mujeres, la importancia de sentirse cómoda con zapatos de tacón en caso de utilizarlos. El atuendo semiformal se adecúa más a cócteles o lanzamientos de producto.

Las mujeres

Los códigos de vestimenta son más flexibles en el caso de las féminas gracias a la diversidad de prendas que pueden generar una misma impresión. Sin embargo hay premisas a tener en cuenta: las faldas pueden ser cortas, pero nunca más de 2,50 centímetros por encima de la rodilla.

El vestido negro es para la mujer como el traje oscuro para el hombre: un elemento básico, ya sea para acudir a la oficina, asistir a un cóctel o participar en una convención. Según el momento, el vestido será más o menos elegante y/o sugerente.

Hay que prestar atención a que las prendas no sean demasiado ajustadas ni con escotes muy pronunciados: la línea que separa lo sugerente y lo vulgar es a veces demasiado fina.

En cuanto a materiales, la lana no es aceptable, ya que no se considera lo suficientemente elegante. Las transparencias deben ser evitadas siempre que no se haya pensado en la prenda que va a ir debajo y su correcta adecuación con el conjunto.





PARA EL

- Trajes con colores neutros
- Estampados clásicos
- Corbata centrada, nudo bien hecho y tocando el cinturón
- Camisa de manga larga
- Elegir entre cinturón o tirantes
- Calcetines del color del traje
- Evitar los relojes grandes



PARA ELLA

- Pantalones sobrios
- Blusas lisas más claras que el traje
- Evitar las prendas ajustadas y con escote pronunciado
- Faldas de cualquier altura pero sin superar los 2,5 cm por encima de la rodilla
- Evitar la lana y las transparencias
- Recurrir a joyas que no sean estridentes
- Bolsa y demás complementos en sintonía con el resto

En el momento de elegir los zapatos y otros complementos hay que pensar en el tipo de evento. No hay por qué no atreverse con estampados o colores atrevidos, siempre y cuando no generen una impresión estridente.

Los hombres

Tienen menos opciones, sobre todo cuando deben optar por un atuendo semiformal. Para eventos de día, una chaqueta informal o un *blazer* sobre la camisa son una buena opción mientras combinen en color con el pantalón. Se recomienda elegir tonalidades más claras, como tostado y crema, durante el día y dejar los colores oscuros, como negro, gris oscuro y azul marino, para la noche.

A la hora de vestir con traje y corbata, esta última debe ser un complemento que dé armonía al conjunto, sin que destaque demasiado sobre todo lo demás. El nudo tiene que estar bien centrado y la corbata debe tocar el cinturón. Quienes prefieran los tirantes deben elegir entre éstos y el cinturón, pero en ningún caso llevar los dos.

En cuanto al traje, se recomiendan estampados clásicos como la raya diplomática o el 'príncipe de gales'. La camisa, nunca de manga corta, debe ser lisa o con rayas finas, conviene evitar cualquier otro estampado. No es necesario llevar chaleco para ir vestido más elegante: los estilistas consideran más importante que la tela del traje

sea de buena calidad y se ajuste adecuadamente al cuerpo de quien lo lleva. Así como los trajes de lino son muy recomendables para eventos de día, se desaconseja su uso en actos nocturnos.

Un pañuelo bien doblado en el bolsillo o unos gemelos aportan el toque glamuroso que muchos buscan en un chaleco.



Los zapatos de cuero sin cordones son la mejor opción para los pies. Los calcetines deben ser de un color semejante al del traje.

¿Clasicismo o última tendencia?

No es bueno abusar de ninguna de las dos estéticas. Lo ideal es ser creativo a la hora de vestirse, mezclando prendas clásicas con otras

más informales o de última tendencia, buscando siempre el equilibrio. Guerido propone pantalones *palazzo* con camisas de gasa opaca blanca, o combinar vestido negro con collar y chaqueta de color para las mujeres, así como un *blazer* bicolor para los hombres. Ávila opta en el caso de las féminas por una camiseta básica y un traje sastre, o un *top* sofisticado con falda de talle alto.

Los accesorios

Las carteras deben ser de tamaño mediano o grande para que entre todo lo necesario, buscando siempre el lado práctico pero sin perder el estilo. Los colores neutros complementan prácticamente todos los *looks*. Las joyas darán un toque de elegancia, siempre y cuando no tengan demasiada presencia. Se recomienda evitar los relojes muy grandes.

Los accesorios son importantes ya que, combinados con acierto, realzan el conjunto. Son un recurso ideal para actualizar el estilo cada temporada, ya que gracias a ellos se modifica la imagen en pocos segundos.

Tal y como concluye Rebeca Ávila, "una buena imagen ayuda profesionalmente porque aporta confianza, seguridad y refleja orden y estabilidad. Cuando uno se siente bien con su imagen, está motivado y proyecta entusiasmo y valores positivos.

LE CLUB ACCOR
HOTELS

MEETING PLANNER

TANTOS MOTIVOS PARA INSCRIBIRSE...

2000 destinos para reunirse

90 países

Servicios personalizados para organizadores de eventos

Un mundo de ventajas



La tarjeta gratuita de Accor que otorga más ventajas a los organizadores de eventos. Descúbrelas y benefíciate de ellas

...Y TANTOS HOTELES PARA ELEGIR

Nuevo programa online **Accor Meeting Finder**

Más de 2.000 hoteles Accor en todo el mundo

Selección inmediata:

- Por tipo y capacidad de salón
- Por categoría de hotel y habitaciones

Entra en:

<http://www.accormeetingshotels.com/meeting-hotel-finder/>



Reservas: grupos.mice@accor.com

ACCORHOTELS.COM
Meetings