Cartilla Práctica

Etiqueta empresarial







bogotá emprende

Etiqueta Empresarial

bogotá emprende

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
DESARROLLO ECONÓMICO
Secretaría de Desarrollo Económico

BOG BOGOTÁ POSITIVA
GOBIERNO DE LA CIUDAD

CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA
Por nuestra sociedad

Un programa de la Alcaldía Mayor y la
Cámara de Comercio de Bogotá

CARTILLA PRÁCTICA

Samuel Moreno Rojas
Alcalde Mayor

Mariella Barragán Beltrán
Secretaria Distrital
de Desarrollo Económico

Nubia Elsy Martínez Castañeda
Subsecretaria Distrital
de Desarrollo Económico

Beatriz Henríquez Vega
Directora de Formación y Desarrollo Empresarial
de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico

Consuelo Caldas Cano
Presidenta Cámara de Comercio de Bogotá

María Isabel Agudelo Valencia
Vicepresidenta de Competitividad Empresarial
Cámara de Comercio de Bogotá

Juan Carlos Rodríguez Arana
Director Centro de Emprendimiento
Bogotá Emprende

Liliana del Pilar Pineda González
Jefe de Contenidos y Servicios
Vicepresidencia de Competitividad Empresarial

Los textos de esta cartilla fueron elaborados por
Liana Marcela Díaz R.

© Secretaría Distrital de Desarrollo Económico – SDDE
© Cámara de Comercio de Bogotá – CCB
ISBN: 978-958-688-285-9

Diseño e impresión
Editorial Kimpres Ltda.
PBX: 413 6884
www.kimpres.com

2010

Tabla de Contenido

Presentación 5

Glosario 6

I. Etiqueta social 9
- A. ¿Qué importancia tiene el saludo en el mundo social y empresarial? ... 9
- B. ¿Cuál es la forma correcta de dirigirte a tus interlocutores? 12
- C. ¿Qué aspectos debes tener en cuenta a la hora de hacer una presentación? 13
- D. ¿Qué hacer si no hay una persona que pueda presentarte? 15

II. Etiqueta empresarial 16
- A. ¿Cuáles aspectos pueden considerarse reglas de oro en materia de etiqueta empresarial? 16
- B. ¿Qué es la precedencia y qué utilidad tiene en el mundo empresarial? . 18
- C. ¿Qué debes tener en cuenta al asistir a una reunión de negocios? 21
- D. ¿Cómo debes dirigirte a tu socio, quien además es un gran amigo frente a los clientes o inversionistas? 22
- E. ¿Qué debes tener en cuenta cuando la reunión se lleva a cabo en tu empresa? 23
- F. ¿Qué debes hacer si se te presenta un viaje de negocios? 23
- G. ¿Qué es netetiqueta? 26
- H. ¿Cuál es la forma apropiada de usar el teléfono móvil? 27
- I. ¿Qué es la cortesía telefónica? 28
- J. ¿Qué debes tener en cuenta cuando eres invitado a un desayuno o almuerzo de trabajo? 30

III. Imagen profesional 33
- A. ¿Qué aspectos forman parte de la imagen profesional? 33
- B. ¿Qué debes tener en cuenta para mejorar tu postura y tu lenguaje corporal? 33
- C. ¿Qué importancia tiene el tono de la voz en la imagen profesional? 35
- D. ¿Por qué las fragancias son importantes al hablar de imagen? 35
- E. ¿Qué debes tener en cuenta al elegir el vestuario para el ámbito empresarial? 37
- F. ¿Qué es la moda y cómo puede beneficiar o perjudicar tu imagen? 37
- G. ¿Tener estilo te puede ayudar a proyectar mejor tu imagen y la de tu empresa? 37
- H. ¿Qué es el biotipo o configuración anatómica? 38
- I. ¿Existe algún método para mejorar tu aspecto a través del vestuario? .. 41

J. ¿Qué debes tener en cuenta para elegir el vestuario apropiado para clima frío? 41
K. ¿Qué debes tener en cuenta para elegir el vestuario apropiado para clima cálido? 45
L. ¿Cuáles son las principales recomendaciones en arreglo del cabello? 47
M. ¿Cuáles son los aspectos claves para lograr un maquillaje de alto impacto? 48
N. ¿La afeitada es importante en el arreglo personal? 49
O. ¿Cuáles son las principales recomendaciones en el arreglo de las manos? 49

Referencias 51

Presentación



El mundo de los negocios, cada vez más globalizado, les exige a emprendedores y empresarios generar siempre una imagen positiva. Las buenas maneras, tan olvidadas en los últimos tiempos, definitivamente hacen la diferencia. La persona educada siempre cae bien, sabe cómo actuar en cada situación y su comportamiento siempre se percibe de manera espontánea y natural.

Conocer las reglas que rigen las relaciones interpersonales y saber cómo aplicarlas en el ámbito empresarial, producen mayor seguridad en uno mismo y proyectan una imagen de confianza y distinción frente a colegas, clientes y colaboradores, un sello de garantía en el competido mundo de los negocios.

Por otro lado, tan importante como saber estar, es saber lucir. Conocer tu figura para sacarle el mejor partido, será otra herramienta clave a la hora de vender tus productos y servicios y de posicionar la imagen corporativa de tu empresa.

Glosario

Acogedoras: que acogen. Dicho de un sitio, agradable por su ambientación, comodidad, tranquilidad.

Actitud: postura del cuerpo humano, especialmente cuando se determina por los movimientos del ánimo, o expresa algo con eficacia. Disposición de ánimo que se manifiesta de algún modo.

Autoestima: valoración, por lo general, positiva de uno mismo.

Camisilla: camiseta interior.

Comportamiento: manera de comportarse.

Compostura: modestia, mesura y circunspección.

Conducta: manera en que los seres humanos se comportan en su vida y acciones.

Confianza: esperanza firme que se tiene de alguien o algo; seguridad que alguien tiene en sí mismo.

Corporativo: perteneciente o relativo a una corporación.

Cortesía: demostración o acto con que se manifiesta la atención, respeto o afecto que tiene alguien a otra persona. En las cartas, expresiones de obsequio y urbanidad que se ponen antes de la firma.

Cotidiano: diario.

Distinción: acción y efecto de distinguir o distinguirse; diferencia por la cual una cosa no es otra, o no es semejante a otra.

Entorno: ambiente; lo que rodea.

Escenario: lugar en que ocurre o se desarrolla un suceso; conjunto de circunstancias que rodean a una persona o un suceso.

Etiqueta: ceremonial de los estilos, usos y costumbres que se deben guardar en las casas reales y en actos públicos solemnes. Ceremonia en la manera de tratarse las personas particulares o en actos de la vida privada, a diferencia de los usos de confianza o familiaridad.

Habitual: que se hace, padece o posee con continuación o por hábito.

Interlocutor: cada una de las personas que toman parte en un diálogo.

Jerarquía: gradación de personas, valores o dignidades.

Ocasión: oportunidad que se ofrece para ejecutar o conseguir algo; causa o motivo por la que algo se hace u ocurre .

Ostentar: mostrar o hacer patente algo. Hacer gala de grandeza, lucimiento y lujo.

Privilegio: exención de una obligación o ventaja exclusiva o especial de la que goza alguien por concesión de un superior o por determinada circunstancia propia.

Protocolo: serie ordenada de escrituras matrices y otros documentos que un notario o escribano autoriza y custodia con ciertas formalidades. Acta o cuaderno de actas relativas a un acuerdo, conferencia o congreso diplomático. Regla cere-

monial diplomática o palaciega establecida por decreto o por costumbre. Plan escrito y detallado de un experimento científico, un ensayo clínico o una actuación médica.

Rango: categoría de una persona respecto a su situación profesional o social.

Tecnología: conjunto de teorías y de técnicas que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico; tratado de los términos técnicos.

Tuteo: acción y efecto de tutear.

Vínculo: unión o atadura de una persona o cosa con otra.

I. Etiqueta Social

A. ¿Qué importancia tiene el saludo en el mundo social y empresarial?



Recuerda que es fundamental saludar *siempre*. El saludo es una forma efectiva de comunicarte, señal de tus buenos modales y una buena manera de mantenerte relacionado con los demás y de establecer nuevos contactos con quienes no conoces.

Debes tener en cuenta el entorno local o internacional en el que te desenvuelves.

Para saludar correctamente debes:

- Ser respetuoso y cálido.
- Usar los títulos correspondientes en cada caso; por ejemplo: señor, señora, don, doctor, etcétera.
- Tener en cuenta la situación: personas, lugares y ocasión.
- Emplear frases como: "Buenos días, ¿cómo está?" O "¿cómo estas?, ¿cómo te va?", si el saludo va dirigido a personas con quienes tienes más confianza.

1. Saludos de mano

Ten en cuenta que la forma en que se ofrece la mano demuestra aspectos de tu personalidad: si la ofreces con la palma hacia abajo demuestras que es dominante y si la ofreces con la palma hacia arriba puede ser una señal de sumisión. La forma

correcta de ofrecerla es perpendicular al piso, es decir, con la palma hacia el lado izquierdo de tu cuerpo.

Al ofrecerla, el gesto debe ser firme y seguro, extendiendo la mano por completo. Recuerda siempre el contacto visual.

Es de mal gusto ofrecer una mano sudorosa, así como mantener la otra mano en el bolsillo mientras se saluda.

2. Espacio personal

Está determinado por los límites hasta los cuales se permite que una persona se te acerque sin que te incomode. Estos varían dependiendo de la cultura; en Colombia, los espacios están determinados así:

Íntimo: permitido sólo a personas muy allegadas (padres, hermanos, hijos, esposos y parientes); va de 20 cm a 50 cm.

Social: la distancia que te separa de las personas conocidas, pero no íntimas (vecinos, compañeros de trabajo, amigos, etcétera); va de 50 cm a 1 m.

Cotidiano: el espacio que te separa de personas con las que tienes contacto esporádico por razones de trabajo o de servicio (plomeros, electricistas, vendedores, etcétera).

Público: el empleado para dirigirte a un grupo de personas cuando, por ejemplo, das una conferencia; va de 3,50 m en adelante.

Observaciones

Presta atención a las costumbres propias del lugar en el que te encuentras para no intimidar a los otros con tu cercanía.

3. Saludos de beso

Es de vital importancia recordar que este tipo de saludos se ofrecen a personas con quienes hay mucha confianza.

En el caso de clientes y jefes, son ellos quienes toman la iniciativa.

El beso social en Colombia consiste en unir las mejillas y el beso se da "al aire".

4. Otros saludos

Además de los saludos ya mencionados es importante tener en cuenta que en otros países las tradiciones pueden ser diferentes y se deben respetar:

- En Oriente, el saludo suele hacerse inclinando el cuerpo: en China, de los hombros a la cintura y en Japón, con una ligera inclinación de la cabeza.

- En Oriente no es común el contacto físico, por tanto, en caso de entrevistarte con un oriental evita darle palmadas en la espalda, apretarle el brazo y, desde luego, no es correcto saludar de beso.

- En Arabia Saudí, el saludo más común es darse la mano derecha diciendo "*As-saalamu'alaykum*" ("la paz sea contigo"). Es común que los hombres lleven la mano al hombro derecho de la otra persona y se besen en ambas mejillas. Si se acompaña a una mujer con velo, el hombre suele presentarla, pero no se le da la mano. "Buenos días" se dice "*Sabah al-khair*" y "buenas noches", "*Masah al-khair*".

- En algunos países suramericanos como Argentina, es común que los hombres se saluden de beso en la mejilla.

B. ¿Cuál es la forma correcta de dirigirte a tus interlocutores?

Ante todo, el respeto debe prevalecer. Cada organización es un mundo con unas características específicas; en algunas empresas, no se usan los títulos, mientras que otras se acostumbra tenerlos en cuenta.

Los títulos más usados en Colombia son: *señor*, acompañado del apellido; *señora*, con el nombre; *don*, sigla que traduce "de origen noble" que acompaña el nombre del caballero; *doña*, que es simplemente el femenino del término *don*, usado con el nombre de la señora.

Quienes ostentan títulos profesionales pueden ser llamados doctores aunque lo indicado es llamarlos por sus profesiones: ingeniero, abogado, profesor, etcétera. Cuando la persona ocupa un cargo público, lo correcto será anteponer la palabra *Señor* al cargo: por ejemplo si debe dirigirse al alcalde de una localidad o un municipio lo correcto será decir "Señor Alcalde".

La anterior norma también aplica para la comunicación escrita.

Si debes dirigirte a un sacerdote, la manera formal de hacerlo será: "Reverendo padre; por otro lado, si se trata de un miembro de las Fuerzas Armadas lo correcto es anteponer la palabra "señor" al rango que ostenta, por ejemplo, "Señor General".

1. A quién se trata de usted

- A toda aquella persona que merezca respeto, ya sea en virtud de su cargo, su investidura o su edad.
- A la persona que no se conoce.
- A los superiores, ya sea que pertenezcan a tu empresa o a otra.
- A las personas que asistan a una entrevista de trabajo.

- A las personas que atienden al público.
- A los subordinados.
- A las personas con las que se mantiene relación profesional.

Ten siempre en cuenta que es difícil que una persona se moleste si la tratan de "usted"; en cambio, sí puede molestarle el tuteo.

2. A quién se trata de tu

El tuteo indica que se tiene confianza y familiaridad con una persona. Se tutea(n):

- Por lo general, las personas de un mismo nivel social.
- A los más jóvenes y a los niños.
- Cuando dos personas lo desean de común acuerdo.
- Una persona de rango superior puede hacerlo, sin que esto signifique que pueda respondérsele de tú.
  No se debe tutear:
  Si un superior desea que lo traten de usted, y este a su vez no debe tutear a nadie.
- A un superior frente a terceros.

Además, existen dos (2) términos que la etiqueta acepta: "*sumercé*" y "*vos*". Por ser estos regionalismos, no debes usarlos a nivel corporativo y su empleo debe restringirse al ambiente familiar.

C. ¿Qué aspectos debes tener en cuenta a la hora de hacer una presentación?

Básicamente las presentaciones pretenden:

- Que otras personas te conozcan.
- Establecer nuevos vínculos.
- Permitir la comunicación entre grupos que desarrollen diferentes actividades.

Al presentar a dos (2) personas debes tener en cuenta las precedencias que se definen como las ventajas o privilegio que recibe una persona respecto a otra.

- **Sexo**: tanto en las presentaciones como en los saludos, la mujer lleva la prelación; por ejemplo: "Camila te presento a Nicolás".
- **Jerarquía**: quienes ocupan una posición especial llevan la precedencia. En el ámbito empresarial, se tiene en cuenta el organigrama; por ejemplo: "Doctor le presento a Carlos, mi socio".
- **Edad**: las personas de mayor edad tienen la precedencia frente a las más jóvenes.

Al ser presentado recuerda tener en cuenta:

- Brindar la mano a la otra persona, según la precedencia.
- Decir claramente su nombre y apellido.
- Hacer contacto visual con la persona presentada.
- Mostrar una expresión sincera y amable en tu rostro.

1. ¿Cuándo levantarse o quedarse sentado?

Cuando una persona ingresa en un lugar donde todos están sentados y tiene lugar una presentación debes tomar en cuenta las siguientes reglas:

- Un hombre siempre se pone de pie al ser presentado a otra persona.
- Una dama no se pone de pie ante un hombre, a menos que sea alguien de reconocida jerarquía: el presidente de la Nación, un embajador, un ministro, etcétera.
- Una dama no se levanta ante otra, a menos que sea de mayor edad o rango.
- Cuando a un sitio llega una alta autoridad eclesiástica o civil todos los allí presentes se ponen de pie.
- Si dos hombres son presentados, ambos deben ponerse de pie.

- Las personas de edad avanzada o quienes tengan impedimentos físicos no están en la obligación de levantarse al ser presentados.

Observaciones

En escenarios corporativos es fundamental tener en cuenta que es una norma de cortesía ponerse de pie en el momento que se aproxima un tercero, como un gesto de cordialidad empresarial, y esto aplica para hombres y mujeres por igual.

D. ¿Qué hacer si no hay una persona que pueda presentarte?

En el escenario comercial esta es la situación más común y allí surgen las autopresentaciones. En este caso, debes tomar la iniciativa para presentarte ante tu interlocutor: extiende tu mano; mira a los ojos y con amabilidad di frases como "Mucho gusto, Pedro Pérez, Asesor de la Cámara de Comercio de Bogotá". Tenga en cuenta el orden: tu nombre, tu cargo y la compañía que representas.

Inmediatamente después, haz entrega de tu tarjeta, teniendo en cuenta que la posición para el lector debe ser la correcta, es decir, no debes girarla para poder leer la información.

Si se da el intercambio de tarjetas como suele ocurrir, obsérvala y consérvala a la vista, esto te permitirá asegurarte de llamar por el nombre correcto a tu interlocutor.

II. Etiqueta empresarial



El mundo de los negocios, cada vez más globalizado y en algunos casos informal, exige que todos tengamos en cuenta ciertas normas mínimas de comportamiento, que sin duda harán la gran diferencia frente a los competidores y podrá ser un aspecto que genere confianza en nuestros clientes potenciales.

A. ¿Cuáles aspectos pueden considerarse reglas de oro en materia de etiqueta empresarial?

Recuerda que generar un excelente ambiente de negocios es parte de tu trabajo como empresario. Esto se traduce en equipos de trabajo altamente productivos, clientes fieles que te referenciarán de manera positiva y, por supuesto, el logro de las metas económicas propuestas. A continuación sencillas reglas que te serán muy útiles en el ambiente empresarial.

1. Honestidad

Es la base del buen funcionamiento en la empresa. Quien no actúa correctamente, no inspira confianza y sin el apoyo de sus compañeros es imposible realizar bien sus labores.

2. Respeto

Hace referencia a la importancia de reconocer a un individuo como entidad única; por tanto, todas las personas debes tratarlas en igualdad de condiciones, sin importar su posición, raza o credo.

3. Puntualidad

Significa cumplir siempre a la hora acordada. No te valgas siempre de excusas para justificar tus retardos.

La puntualidad es necesaria para todo: entrega de documentos, correspondencia, etcétera.

4. Discreción

Ser discreto significa saber guardar las confidencias que te hacen, tanto las de orden personal como las que tienen que ver con los negocios.

5. Amabilidad

Ser cortés y optimista es la llave para escalar posiciones en el mundo empresarial. No importa la raza ni la condición social, una sonrisa siempre es bien recibida. Sin embargo, nunca confundas la amabilidad con la intimidad.

6. Actitud positiva

Una buena actitud es definitiva a la hora de enfrentar clientes molestos o situaciones difíciles ajenas a tu voluntad; constituye, sin duda, una de las más importantes herramientas en la atención al cliente.

7. Imagen

La imagen de la empresa depende, en gran parte de la buena impresión que los funcionarios causen a los demás. Ser y

sentirte agradable te da confianza y mejora en gran medida el desempeño profesional y social.

8. Comunicación

Una mala comunicación, tanto escrita como oral, puede impedir el progreso de una persona a nivel personal y profesional.

9. Elegancia

La persona elegante se viste con discreción; la clave de la elegancia es adaptar las tendencias de la moda al estilo personal. Recuerda que no hace referencia tan sólo al arreglo personal sino también al comportamiento en los diferentes escenarios corporativos y sociales.

10. Coherencia

Sin duda, siempre debes reflejar en tu comportamiento la filosofía propia de tu organización para ofrecer mayor credibilidad a tus clientes y potenciar la imagen corporativa.

B. ¿Qué es la precedencia y qué utilidad tiene en el mundo empresarial?

La precedencia consiste en reconocer la supremacía de una jerarquía sobre otra. El respeto de esa jerarquía da lugar a un orden en el ámbito de la vida pública y privada.

El reconocimiento de las jerarquías, la determinación de los lugares y la ubicación de las personas a través del cargo, título o institución que representan, se establecen en el "orden de precedencia". Esto quiere decir que el lugar que le corresponde a cada persona no es un privilegio personal, sino algo adecuado a lo que ella representa. Es muy importante el conocimiento y manejo del "orden de precedencia" para aplicarlo en cada circunstancia y lugar.

Siempre hay que tener en cuenta que si no se respeta este ordenamiento, se pueden producir errores de gravedad, molestias, ofensas y hasta serios conflictos entre países. Podría ocurrir que cuando determinadas personas no son ubicadas en el lugar correcto, donde les corresponde por cargo o investidura, no asisten o se retiran del acto.

La precedencia comprende la "ley de la derecha", el "orden lateral" y el "orden lineal".

1. Ley de la derecha

Establece que el sitio de honor es el que está ubicado a la derecha de quien ocupa la jerarquía más alta, en el lugar donde se realiza el acto, la recepción o la comida. Este principio rige tanto para las personas que se encuentran de pie como para las que están sentadas. La precedencia parte siempre desde el estrado, la tarima o la cabecera de una mesa mirando hacia el público.

Si en alguna circunstancia el lugar de honor es el centro, se debe respetar el mismo principio, ubicándose el anfitrión a su izquierda.

2. Orden lateral

Este orden rige para las personas que están ubicadas una al lado de otra en forma lateral, cuando están de pie, sentadas o se desplazan hacia un determinado lugar. El sitio de privilegio es el centro, Luego, los demás van colocándose según el orden de jerarquía decreciente a derecha e izquierda alternadamente, siempre desde el estrado mirando a los asistentes.

3. Orden lineal

Este principio se aplica en el caso de las personas que van en fila, una detrás de otra. La de mayor jerarquía irá adelante, seguida por las demás en el orden de precedencia que corresponda.

En las procesiones religiosas, en cambio, el lugar de honor es el último y el de menos jerarquía es el primero.

Además de las anteriores situaciones que hacen referencia básicamente a la ubicación, es fundamental tomar en cuenta que la precedencia puede establecerse por dos razones:

a) **Precedencia por ley.** Es la precedencia, también llamada por derecho, que concede la ley por ostentar un determinado cargo o rango. Esta viene reflejada en el correspondiente decreto por medio del cual se expide el Reglamento de Protocolo y Ceremonial de la Presidencia de la República.

b) **Precedencia por cortesía.** Es aquella que se ostenta por cesión o cortesía. Aunque "oficialmente" no le corresponde ese orden, el mismo viene determinado por la cesión de este honor o privilegio.

c) **Precedencias a nivel estatal**

Están determinadas por decreto y se toman en cuenta en la organización de actos oficiales o diplomáticos.

4. A nivel militar

Se determinan por el Reglamento de Protocolo Militar, están determinadas por el grado y la antigüedad de los miembros de las fuerzas militares y por la sucesión legal de mando.

5. A nivel empresarial

La precedencia se determina con base en el organigrama de la empresa.

C. ¿Qué debes tener en cuenta al asistir a una reunión de negocios?

Cuando programes una reunión de negocios, ten en cuenta varios elementos que te permitirán siempre generar un impacto positivo:

- Investiga sobre tu cliente, las características de su negocio, sus necesidades y cualquier aspecto que pueda serte de utilidad a la hora de hacer una negociación.

- Llega puntualmente. Como se mencionó anteriormente, no te valgas de excusas para justificar tus retardos; por el contrario, actúa de forma preventiva, tomando en cuenta que las grandes ciudades tienen horas pico, durante las cuales es muy difícil controlar el tráfico; prepara tu ruta y evalúa alternativas de llegada. Siempre será mejor llegar un poco antes que presentarse después de la hora acordada, puesto que esto podría indicarle a tu cliente falta de interés y preparación.

- Lleva contigo suficientes tarjetas de presentación. Este es un elemento clave de la identidad corporativa de tu empresa: mantenlas en un tarjetero para que no se arruguen o manchen. Si haces algún cambio en alguno de los datos relevantes en la tarjeta debes actualizarlas. No conviene hacerle anotaciones a mano respecto a tu número telefónico o correo electrónico; de ser necesario, elabora nuevas tarjetas.

- Revisa tu presentación personal. En este punto es fundamental tener en cuenta cuál es el tipo de negocio que vas a desarrollar; si vas a tener la reunión en una oficina, lo correcto será vestir formalmente, siguiendo unos códigos que se verán más adelante. Sin embargo, si quizá la reunión se hará en un planta, lo indicado será que vistas ropa cómoda que no refleje descuido, pero que te permita moverte con toda tranquilidad, para inspeccionar maquinaria, por ejemplo.

- Saluda cortésmente a todas las personas con quienes te encuentres. Esta recomendación es vital, especialmente en la primera cita, y generará una excelente primera impresión; sin embargo, sé cuidadoso para no excederte, evita palabras como mi amor, gordita o amiga para dirigirse a la encargada de recepción, por ejemplo.

- Haz contacto visual con tu interlocutor, autopreséntate y sé respetuoso del espacio de tu interlocutor; evita invadir el escritorio, por ejemplo, con tu maletín; en caso de ser necesario, porque quizá debas mostrarle una presentación en tu computador, asegúrate de pedir permiso antes.

- Muéstrate cómodo, atento en la escucha y sonriente; cuida tu postura para no verte desarreglado, pero sobre todo actúa de forma natural.

- Ten en cuenta la precedencia, si existen personas de diferentes cargos, esforzándote por respetar ese orden durante la conversación.

D. ¿Cómo debes dirigirte a tu socio, quien además es un gran amigo frente a los clientes o inversionistas?

La camaradería es, sin duda, un aspecto muy valioso en el mundo empresarial; sin embargo, cuando de procesos de negociación se trata es muy importante reflejar una imagen de seriedad y respeto ante los demás. En algunos casos, tus mejores amigos son tus compañeros de proyecto y es importante reconocer que el trato que les das en un escenario social, no será el mismo que debes darle frente a un cliente o posible inversionista.

Esta norma también aplica en las empresas de carácter familiar, puesto que lo conveniente en estos casos será dirigirte con la mayor formalidad a los directivos de la empresa, aunque se trate del padre, esposo o hermano. Esto no significa obligato-

riedad en el uso del título, pero sí por lo menos llamarlo por su nombre de pila, sin diminutivos ni apodos como "negrito", "gordis", etcétera.

E. ¿Qué debes tener en cuenta cuando la reunión se lleva a cabo en tu empresa?

Ante todo, el visitante debe sentirse cómodo e importante. Infórmale a la persona encargada de la recepción, sobre la visita del cliente, para que le comunique de inmediato su llegada.

Prepara un espacio adecuado en caso de no contar con sala de juntas, y aunque pueda sonar irrelevante, de ser posible averigua sobre los gustos particulares de su visitante, por ejemplo, si prefiere el agua aromática natural a la de bolsa y así demostrar tu interés en la persona, antes que en el negocio. Recuerda que las relaciones comerciales en este momento ya no son netamente transaccionales y se basan más en el fortalecimiento de las relaciones interpersonales.

F. ¿Qué debes hacer si se presenta un viaje de negocios?

Ten en cuenta que el respeto será fundamental frente a las costumbres propias de otras regiones o países, por tanto, infórmate acerca de las costumbres propias de la región.

- Si el destino de su viaje es de clima cálido, tu vestuario debe ser siempre corporativo y no dar la sensación de estar "de paseo".

- Infórmate bien sobre aspectos relevantes de la ciudad que visitas; de esta forma tus anfitriones van a notar tu interés en aspectos que van más allá de la relación comercial.

- Sé paciente con la hora del encuentro, sobre todo si tu visita es dentro del país; sin embargo, nunca hagas esperar a tu cliente.

- Si recibes una invitación, bien sea a almorzar o cenar, de tu anfitrión, acéptala, permite que te sugieran los platos típicos de la zona y atrévete a degustarlos con agrado. La única excepción para la anterior norma se da cuando se padece de alergias a un alimento en particular.

- Si por alguna razón de fuerza mayor te obligas a aplazar o cancelar una reunión, trata de informar con suficiente anticipación.

Etiqueta en otros países

Argentina: le dan mucha importancia a las relaciones interpersonales, por tanto, no esperes llegar "al grano" de manera inmediata. No te sorprendas si te hacen preguntas respecto al viaje, tu opinión respecto a la ciudad o quizá sobre el clima.

Las negociaciones suelen ser largas, por tanto, no debes mostrarte impaciente.

Brasil: a diferencia de nuestro país, llamar a tu interlocutor por el nombre, no se interpreta como una muestra de familiaridad, simplemente es una forma común de tratar con las personas; si conoces la profesión de la persona, también es correcto dirigirte a él o ella, por su título, o quizás usa el título *Senhor* o *Senhora* seguido del primer apellido.

El tuteo sólo se permite cuando la persona te indica que así puedes hacerlo; sin embargo, no es extraño que esto ocurra tan pronto se presenten.

Chile: en muchos casos, es necesario contar con un agente, consultor o empresa intermediaria para establecer los nuevos contactos de negocios.

Las relaciones interpersonales suelen ser un poco más formales que en los casos anteriores; el respeto y la honestidad son altamente valorados. Por tanto, es fundamental que generes confianza y actúa con transparencia en todo momento.

Ecuador: las relaciones comerciales suelen ser más cercanas; entre mujeres es común el saludo de beso. Entre hombres, lo correcto será siempre el saludo de mano, aunque a veces es necesario esperarlos. Recuerda que esta es una descortesía que no se puede permitir.

Estados Unidos: la cultura norteamericana se caracteriza por ser más relajada en lo que a normas de etiqueta se refiere; esto no significa que puedas excederte en confianza con tu cliente.

La puntualidad es clave en este ambiente de negocios. No te sorprendas si al hacer entrega de tu tarjeta no se efectúa el tradicional intercambio; esto no quiere decir falta de interés en tus productos o servicios.

A diferencia de otros países, la negociación suele ser mucho más ágil y los clientes acostumbran interesarse de forma rápida en ir al "punto" de la negociación.

Para los norteamericanos es muy importante la presentación de tu plan de negocio, lo cual les da una perspectiva más clara de los alcances que puede llegar a tener tu empresa.

México: los mexicanos suelen darle un tono de familiaridad a las relaciones de negocios, por tanto, cuide tu vocabulario y el tono de tu voz. En este entorno, resulta muy importante formar parte activa de la vida social, a la cual le dan mucha importancia. Sé prudente con tus comentarios. En este ambiente de negocios, el material de apoyo a tus propuestas desempeña un papel importante. Sé cuidadoso en tu preparación.

Como en toda negociación, es de vital importancia formalizar todos los acuerdos por escrito.

Venezuela: para el venezolano, la puntualidad es clave. Si tu reunión, por ejemplo, es en Caracas, sé precavido con el tráfico y siempre llega 10 minutos antes que 10 minutos después.

Nunca se debe pretender una reunión de un día para otro, y resulta fundamental informar previamente cuántas personas participarán de la reunión.

G. ¿Qué es netetiqueta?

Así como cada escenario de vida tiene unas normas de convivencias propias del entorno, la tecnología que cada vez resulta más útil. No se podía quedar atrás. Se han establecido una serie de normas de uso, que facilitan la interacción entre los participantes y usuarios de las redes y permiten demostrar respeto y consideración por cada uno de ellos.

La expresión netetiquette o netetiqueta deriva de la contracción de *net* (red) y *etiquette* (etiqueta), y ha pasado a nuestro idioma casi exactamente: netetiqueta.

Se han establecido, pues, una serie de normas que muestran respeto y consideración por tu interlocutor.

1. El correo electrónico

Sin duda, una de las mejores herramientas de los últimos tiempos, pero, por tratarse de una comunicación mucho más directa y breve, se puede caer con facilidad en errores como:

- Escribir el correo en mayúsculas sostenidas, como una excusa para no hacer uso de las tildes. Este es un error no sólo por la interpretación de agresividad que se le da a las letras mayúsculas, sino porque lo indicado es utilizar las tildes sin importar si se trata de minúscula o mayúscula.

- Hacer uso de un lenguaje muy informal cuando se dirige a otra persona; por ejemplo: “Gordito, te mando lo que me pediste, un beso”. Este lenguaje podría interpretarse como falto de seriedad o verse como abuso de confianza. Por otro lado, el correo podría ser:

- Carlos, cordial saludo:

  Adjunto el archivo que me solicitas; quedo atenta a tus comentarios.

  Feliz tarde.

- El tuteo se acepta en los correos electrónicos, sin embargo, no debe usarse en las primeras comunicaciones o cuando sientas que tu cliente no se siente cómodo con el tuteo.

- Para comunicaciones corporativas, definitivamente es inapropiado el uso de "emoticones" o caritas que expresan tu estado de ánimo.

- Al recibir el correo es muy importante dar algún tipo de respuesta que le permita al remitente asegurarse de que lo recibiste.

- Definitivamente es de mal gusto dar continuidad a las "cadenas" que prometen bendiciones, premios y demás, especialmente frente a tus clientes. Esto podría interpretarse como exceso de tiempo libre y a la vez falta de negocios para tu empresa.

- Evita el uso de extranjerismos en la escritura del correo y cuida siempre la redacción y la ortografía.

H. ¿Cuál es la forma apropiada de usar el teléfono móvil?

Como toda herramienta tecnológica, ofrece ventajas y desventajas, y conocer las normas para darle un uso apropiado, permitirá que siempre demuestres respeto ante los demás y cuidado hacia tus interlocutores.

Algunas recomendaciones son:

- Si ingresas en una reunión, mantenlo en silencio y preferiblemente sin la opción vibrar; evita ponerlo sobre la mesa o escritorio.

- Modula el volumen de tu voz al establecer una conversación a través del teléfono; no es necesario que las personas que están cerca se enteren de tu charla.

- Con la llegada de los teléfonos inteligentes, las posibilidades de comunicación cada vez son mayores. Sin embargo, no puede desconocerse, también, que estos equipos han hecho aflorar la descortesía, pues cada vez es más común encontrarse ejecutivos sosteniendo charlas de carácter personal a través de los sistemas de *mesenger*, durante las reuniones. No sólo es descortesía, sino que también hace perder el hilo de la conversación, cuando no se es protagonista de la reunión.

- En todo caso, hay que dar respuesta de manera inmediata a un correo, o mensaje de texto, para asuntos laborales; lo indicado será retirarse a otro lugar para hacerlo.

- Si durante una reunión de trabajo debes atender una llamada urgente, informa previamente a todos los asistentes y solicita autorización de los interlocutores para responder, en caso de que se presente.

1. ¿Qué es la cortesía telefónica?

Es el conjunto de normas que deben aplicarse en la atención de los teléfonos en el ámbito empresarial.

Estas normas deben ponerlas en práctica todos los funcionarios de la empresa sin excepción y así generarán imagen corporativa para todos aquellos que hagan contactos telefónicos con la organización.

Algunos aspectos generales para tener en cuenta son:

- Contesta rápida y amablemente. Lo ideal es no dejar sonar más de 3 veces el teléfono, sin embargo, a veces el volumen de llamadas impide dar cumplimiento a esta recomendación. Modula tu tono de voz y que esta sea siempre amable.

- Establece un protocolo o guión de saludo. Empieza son el saludo, luego identifica la empresa, di claramente tu nombre y luego pregunta en qué puedes ayudar. Aunque esto puede parecer un poco extenso, genera ante los demás la imagen de organización, actitud de servicio y consideración por el cliente.

- Sonríe al hablar. Esta es una excelente práctica. El tono de voz cambia cuando se sonríe. Esta recomendación se les hace constantemente a funcionarios de *contact center*.

- No comas mientras hablas por teléfono y presta atención a la forma como lo hace tu asistente.

- Evita gritar para llamar a una persona que se encuentra retirada del teléfono.

- Dale un uso apropiado al aparato telefónico. No lo golpees, no lo dejes caer sobre la superficie de la mesa cuando otra persona va a tomar la llamada.

- No conviene hacer ningún tipo de referencia despectiva a personas que son poco agradables.

- Al finalizar la conversación, agradece por el tiempo y espera a que tu interlocutor cuelgue, antes de hacerlo tú.

J. ¿Qué debes tener en cuenta cuando eres invitado a un desayuno o almuerzo de trabajo?

- Si eres invitado, asegúrate de que estas ocupando el lugar correcto, para evitar correr riesgos de que quizá te retiren de esa silla porque estaba reservada para otra persona.

- Será el anfitrión quien marque la pauta para todo; por ejemplo, cuando él o ella tomen la servilleta, tú debes hacerlo. Esta se desdoblará sencillamente y se colocará sobre las piernas, nunca en el cuello.

- Usarás la servilleta antes y después de beber, o cuando sientas residuos de alimentos en tus labios.

- En la disposición de tu puesto de mesa, los elementos se distribuyen así: copas al lado superior derecho, plato de pan, mantequilla o acompañamientos en general al lado izquierdo.

- Los cubiertos se disponen así: cuchara y cuchillo con el filo hacia dentro al lado derecho; tenedores al lado izquierdo, cubiertos de postre en la parte superior. En todo caso, los cubiertos se usarán en el orden en que aparecen de afuera hacia dentro.

- La cuchara se usará únicamente para tomar sopas, cremas y caldos; se recogerá siempre se adentro hacia afuera y no se debe limpiar con el borde del plato, mientras estés tomando la sopa; en un momento de pausa, se dejará dentro del tazón o plato, una vez termines la dejarás en el plato base. Esto le indicará al personal de servicio que ya terminaste o que no deseas más.



El tenedor se usará con la mano derecha y la parte cóncava hacia arriba para recoger los alimentos; algunos, como la papa, el plátano, etcétera, se cortarán y consumirán únicamente con el tenedor, sin la ayuda del cuchillo.

- El cuchillo se usará única y exclusivamente para cortar las carnes; no es correcto emplearlo para cortar otros alimentos, o para "frenar" la comida que debe ser recogida con el tenedor. Una vez cortada la carne, se dejará en la parte superior del plato, sin que toque la mesa y siempre con el filo hacia adentro.

- Si estás en un restaurante de manteles, es de mal gusto retirar los platos tuyos para indicar que ya terminaste; el personal de servicio estará atento para retirar los platos oportunamente.

- Consume los alimentos con moderación, prestando atención a la velocidad a la que comen los demás para no ser el primero ni el último en acabar de comer.

- Si algo te desagrada, evita los comentarios desobligantes, respecto al plato o a la preparación.

- No es correcto consumir las salsas de los alimentos con el pan dispuesto para la entrada.

- El pan se consume con la mano izquierda, y no se empleará para recoger las salsas de otros alimentos.

- Las copas se tomarán por el tallo; los vasos pueden tomarse del medio, para llevarlos a la boca. Antes de consumir cualquier líquido, asegúrate de haber pasado todos los sólidos.

- Los espaguetis o pastas largas se consumirán únicamente con el tenedor; aunque es una práctica muy común, no es de buen gusto hacer uso de la cuchara para el consumo de la pasta.

- Evita hacer mezclas de los alimentos dentro de tu plato.

- Es fundamental ordenar un plato ligero, puesto que generalmente uno de los objetivos principales de estas reuniones es abordar y resolver asuntos de trabajo, aprovechando estos espacios de tiempo.

- Los celulares deberán estar en todo momento fuera del alcance de la vista de los comensales.

- La forma correcta de solicitar un servicio de los meseros es levantando la mano, para llamar la atención del encargado de la mesa o de uno de sus colegas; es inapropiado gritar, aplaudir o hacer cualquier tipo de ruido para llamar su atención. Al lograrlo, solicítale amablemente lo que quieres y da las gracias, una vez cumpla tu pedido.

- Sé cuidadoso en el consumo de alcohol. En este caso es mejor pecar de aburrido, que pasarse de copas y perder un buen negocio.

III. Imagen profesional

Recuerda: "Una imagen vale más que mil palabras" y sólo se tiene una oportunidad para causar una buena impresión, de manera que debes aprovechar al máximo esa oportunidad.

A. ¿Qué aspectos forman parte de la imagen profesional?

No puedes limitar tu imagen al simple hecho de vestir apropiadamente para la ocasión.

B. ¿Qué debes tener en cuenta para mejorar tu postura y tu lenguaje corporal?

Una buena postura habla de tu disposición de ánimo para hacer las cosas, por tanto, es importante proyectar seguridad y buena energía ante todo.

1. Al caminar

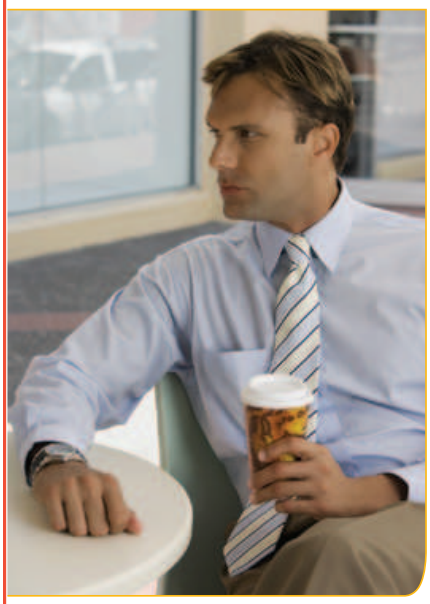
Es fundamental mantener la espalda recta, caminar sobre dos ejes paralelos, más cercanos en el caso de las mujeres que en el de los hombres (las únicas que caminan sobre un solo eje son las modelos, esto con el fin de dar mayor movimiento a la cadera); los brazos deben estar relajados cerca del cuerpo, cada brazo acompañará de manera automática la pierna contraria.

Es importante tener en cuenta a tu acompañante, en caso de tenerlo, para no ir demasiado lento o a prisa. La cabeza

debe ir levantada, mirando al frente y teniendo en cuenta el terreno que vas a pisar.

Los hombres deben estar atentos para evitar llevar las manos en los bolsillos.

2. Al sentarte



Especialmente en las salas de espera, te observa una serie de personas, que muchas veces no ves. Entonces, debes prestar atención a tu postura para no dar la impresión de estar cansado o aburrido o quizás, en el peor de los casos, proyectar una imagen de arrogancia, que no resultaría nada conveniente en el mundo de los negocios.

Al sentarte debes ocupar toda la silla. En el caso de los hombres es incorrecto separar demasiado las piernas; en el lenguaje corporal, esto puede proyectar una imagen agresiva. Si vas a cruzar las piernas, ten en cuenta que nunca debes mostrar la suela de los zapatos; esta también se conoce como la "posición del vaquero", que en el ambiente laboral puede dificultar la comunicación, porque se establece una barrera física, representada por la pierna.

En algunos casos puede reflejar arrogancia, aspecto definitivamente inconveniente.

La postura de la mujer debe estar asociada a la delicadeza y feminidad, lo cual no implica de ningún modo proyectar una imagen frágil; la espalda debe permanecer recta, apoyándose en toda la cadera y no solamente en la base de la espalda, como acostumbran muchas mujeres.

Si vas a cruzar tus piernas hazlo con delicadeza y recuerda que a diferencia del hombre las piernas irán cruzadas formando una diagonal.

Si está en la sala de espera evita mover constantemente el pie; esto puede indicar impaciencia; así mismo, evita el movimiento de tus manos para no demostrar ansiedad o nerviosismo.

C. ¿Qué importancia tiene el tono de la voz en la imagen profesional?

Es fundamental, especialmente cuando el único contacto que se ha tenido ha sido a nivel telefónico.

A través del teléfono, la única referencia que tiene el interlocutor de tu apariencia se da por la voz. Seguramente te ha pasado que escuchas voces que hacen que te imagines a las personas de cierta manera y al conocerlas te llevas una gran sorpresa cuando te das cuenta de que no coincide en nada con sus voces.

Por esta razón es fundamental prestar atención a la vocalización. Al abrir la boca para pronunciar correctamente las vocales, permites que te escuchen con mayor claridad.

No es necesario fingir la voz, siempre debe ser natural y espontánea. Recuerda que la sonrisa contribuye en gran medida a imprimirle un tono agradable a la misma.

Ten en cuenta el entorno donde te encuentras. Si los espacios en tu empresa son pequeños debes usar un volumen bajo, y siempre muéstrate paciente con personas de otras regiones, que pueden hablar muy rápido o muy despacio.

D. ¿Por qué las fragancias son importantes al hablar de imagen?

A todos nos encanta oler bien. Sin embargo, esta es una posición muy subjetiva, probablemente el olor que a ti me parece agradable, quizá a otra persona puede molestarle, y esto, en materia de negocios, podría convertirse en un problema.

Observa que el término fragancia no solo se refiere al perfume, sino a todos aquellos productos que pueden generar algún tipo de aroma.

1. Los productos de cuidado e higiene personal

Elementos como el jabón, el desodorante, el champú, cremas de afeitar, bloqueadores solares, etcétera, suelen tener un olor característico. Estos aromas, al mezclarse unos con otros, pueden generar efectos negativos; al elegirlos, prefiere aquellos que no tienen olor o, de ser necesario, que sea muy suave. Trata de guardar la línea en todas las fragancias. Por ejemplo, si te gusta el aroma a manzana, evita mezclarlo con productos que tengan olores de otras frutas.

2. Los alimentos

No se puede desconocer que olemos a lo que comemos. Una alimentación basada en un producto en particular hará que tu olor personal te delate (por ejemplo, aquellas personas que consumen ajo en exceso). Recuerda que el olor del ajo no se elimina tan solo a través del aliento, sino por cada poro de piel. Si de reuniones de negocios se trata, evita el consumo de este alimento por lo menos 24 horas antes; como te imaginarás no a todos les agrada este aroma y podría ser un aspecto en tu contra.

3. El perfume

Los seres humanos tenemos la capacidad de sentir el olor de todos, menos el nuestro. Por esto, a la hora de usar el perfume, muchas veces no lo sentimos y por eso decidimos usar un poco más, generando en algunos casos efecto “zorrillo”.

Cuando uses tu perfume, con una sola aplicación es suficiente. Las mujeres deben prestar especial atención a este asunto, pues algunas llegan a cargar su perfume en el bolso para replicarse varias veces durante el día, lo cual produce un efecto bastante negativo y, en algunos casos, molesto.

Con aplicarlo una vez en la mañana es más que suficiente y en caso de tener alguna cena de negocios, es importante bañarse antes de volver a usar el perfume.

E. ¿Qué debes tener en cuenta al elegir el vestuario para el ámbito empresarial?

En primer lugar, ten en cuenta tu edad, la hora del día, la actividad que vas a realizar, el clima y la forma de tu cuerpo. Estos aspectos te darán guías claras respecto a la selección de un vestuario acorde con el ámbito empresarial.

F. ¿Qué es la moda y cómo puede beneficiar o perjudicar tu imagen?

Según el *Diccionario* de la Real Academia Española, moda se define así: "Uso o costumbre que está en boga en determinado momento o lugar y que generalmente se refiere a los trajes, telas y adornos". Así las cosas, moda es lo que se usa en una temporada, lo cual no significa que todo aquello que está de moda sea lo conveniente o indicado para el mundo de los negocios.

G. ¿Tener estilo puede ayudarte a proyectar mejor tu imagen y la de tu empresa?

Según el *Diccionario* de la Real Academia Española, el estilo se define como "gusto, elegancia o distinción de una persona o cosa". Esto no quiere decir que todo aquel que tenga un estilo particular, luzca siempre de manera apropiada. La persona elegante sabe adaptar las tendencias de la moda a su estilo personal y al entorno en el que se mueve.

Las empresas de todo el mundo tienen diversos estilos, y este es un aspecto muy importante al momento de preparar tu primera reunión de negocios, para no ir demasiado formal, si se trata de un escenario de negocios informal, o por el con-

trario, mostrando descuido en tu arreglo personal, frente a un ámbito empresarial conservador y elegante.

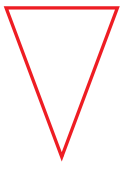
Es importante prestar atención a la indumentaria general de la empresa que visitas y el tipo de negocio que tú proyectas. Por ejemplo, si su empresa presta servicios de mantenimiento a maquinaria industrial y te invitan a la planta para hacer una inspección, elige un vestuario cómodo, lo cual es más apropiado que ir elegantemente vestido con un traje completo y corbata.

Cabe destacar en este aspecto, la nueva tendencia de muchas compañías, de usar prendas casuales en viernes e incluso declararlo "*jean day*". Esto no quiere decir que como empresario debas seguir la norma al pie de la letra, pero tampoco que debas presentarse a una reunión de trabajo formalmente vestido.

H. ¿Qué es el biotipo o configuración anatómica?

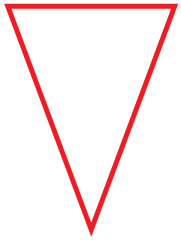
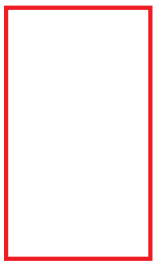
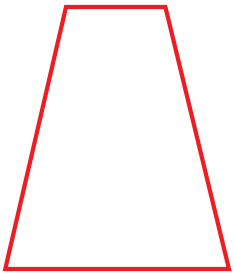
Son las diferentes siluetas anatómicas tanto para hombres como para mujeres. Conocer estas configuraciones puede darte una idea clara de lo que te conviene o no a la hora de vestir, para sacarle el mejor partido a tu figura y a través de ella potenciar la imagen corporativa (*ver* cuadros 3.1 y 3.2).

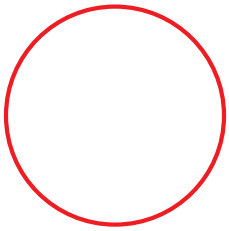
Cuadro 3.1

Configuración	Características
	Silueta atlética: posee la espalda más ancha que la cadera; suele ser una figura trabajada en el gimnasio.
	*Ectomorfo o silueta ideal*: es la más común en el hombre y se caracteriza por guardar proporción entre el pecho y la cadera.

Configuración	Características
	*Mesomorfo o cuerpo del abandono*: común en hombres que por descuido, empiezan a ganar volumen del pecho hasta la cadera.

Cuadro 3.2 Configuraciones anatómicas femeninas

Configuración	Características	Sugerencias	Qué evitar
	*Triángulo invertido*: su espalda es más ancha respecto a la cadera; suele lucir corpulenta aunque sea delgada.	Colores oscuros arriba; claros abajo. Prendas superiores muy básicas. Prendas inferiores un poco más amplias.	Uso de hombreras, blusas o muy elaborados. Prendas inferiores ceñidas.
	*Rectángulo*: la cintura no es muy evidente; no necesariamente está asociada a sobrepeso.	Prendas que insinúen la cintura. Elegir blusas con detalles en el cuello o arriba.	Cinturones delgados. Cambios bruscos de color en la línea de cintura. Prendas muy cuadradas.
	*Trapecio*: de espalda angosta y piernas prominentes (conejos), cintura muy marcada y generalmente poco busto.	Uso de hombreras pequeñas. Colores claros arriba; oscuros abajo. Pantalones y faldas con líneas verticales.	Prendas inferiores con prenses o con volumen. Escotes.

	*Pera*: similar a la anterior; sin embargo, la zona problema no se encuentra en las piernas, sino en las caderas; tiene un poco más de busto que la anterior.	Uso de hombreras pequeñas. Colores claros arriba; oscuros abajo. Pantalones y faldas con líneas verticales. Escotes discretos.	Prendas muy amplias abajo. Cuadros.
	*Ocho*: podría pensarse que es la silueta ideal, pero sus proporciones son muy exageradas: busto muy grande, cintura pequeña, cadera ancha.	Prendas que insinúen la silueta sin ajustarla.	Colores llamativos. Prendas elaboradas en licra.
	*Redonda*: generalmente con serios problemas de sobrepeso; la cintura desaparece por completo y supera la medida de hombros y cadera.	Colores de medios a oscuros. Prendas sueltas pero que delineen la silueta.	Estampados grandes Colores llamativos. Prendas ajustadas.
	*Reloj de arena*: es la silueta ideal en donde hombros y cadera están alineados y la cintura luce proporcional.	Todo tipo de prendas le resultan favorables.	

I. ¿Existe algún método para mejorar tu aspecto a través del vestuario?

Sin duda, el vestuario puede ser tu mayor aliado o tu peor enemigo. Las siguientes claves te ayudarán a corregir aquellos aspectos de la figura que no te agradan tanto.

- *Uso de las líneas*: el ojo sigue la línea, por tanto, conviene elegir las que más convengan según el caso; las líneas verticales crean el efecto óptico de alargamiento, mientras que las horizontales generan la sensación se ser más anchas y cortas.

- *Manejo del color*: los colores claros atraen; los oscuros disimulan. Esto es clave a la hora de querer destacar o disimular alguna zona del cuerpo.

- *Cuidado con las proporciones*: las personas de baja estatura o contextura pequeña, deben preferir accesorios discretos y estampados pequeños; los más corpulentos deben buscar elementos adecuados a su tamaño, sin que luzcan exagerados.

J. ¿Qué debes tener en cuenta para elegir el vestuario apropiado para clima frío?

Las ciudades de clima frío se caracterizan por ser más formales y conservadoras que las de clima cálido. Tener un guardarropa básico con prendas fácilmente combinables entre sí, permiten lucir siempre de forma apropiada y salir airosos en todo tipo de reuniones y eventos.



1. Vestuario masculino

El vestuario masculino, por ser tan tradicional, es más fácil de mantener que el

femenino, que evoluciona constantemente. Nunca debe faltar en tu guardarropa:

- *Trajes completos*: preferiblemente de colores oscuros como negro, azul o gris, que pueden complementarse muy bien con camisas de color claro; los de líneas delgadas, conocidos como raya tiza, son clásicos que nunca estarán de más.

  Evite los trajes combinados (chaqueta de un color y pantalón de otro), así como el guardapolvo (doblez que se hace eventualmente en la bota del pantalón) que sólo favorecen a hombres altos.

- *Camisas*: se recomienda tener cinco opciones de camisa por traje, preferiblemente de color claro: dos blancas, dos en tonos pastel y una con diseño discreto (rayas o pequeños cuadros). Las camisas oscuras deben evitarse en escenarios muy formales y conservadores, pero podrían funcionar si tu negocio tiene que ver con medios artísticos o creativos. Evita combinarla con corbatas muy claras (blanca o amarilla, por ejemplo).

  Las camisas que tienen botones en la punta del cuello también conocidas como "*button down*" no debes usarlas con corbata, pero funcionaran perfectamente para la indumentaria casual, siempre de manga larga.

  Si acostumbras usar camiseta debajo, ten en cuenta que por ser parte de sus prendas íntimas, nunca debe verse en el cuello. Por eso es importante recordar que para las camisas de corbata, la camiseta interior sea de cuello redondo, mientras que para el vestuario casual, el cuello de la camiseta será en "V".

- *Corbatas*: son el complemento perfecto del traje masculino; pueden destacarse dentro de todo el conjunto, optando por colores vivos o, por el contrario, pueden ser complemento del traje, manejando tonos del traje, la camisa o ambos. En cualquier caso, es importante recordar que

la corbata debe estar siempre bien anudada y respecto al largo, debe rozar la hebilla del cinturón sin cubrirla.

- *El cinturón*: debe ir siempre a tono con los zapatos.

- *Los calcetines*: deben ser del color exacto del pantalón o en su defecto de los zapatos; si se trata de la indumentaria formal, resultaría muy conveniente el uso de medias largo ejecutivo, estas son más largas que las tradicionales y así evitará que se escurran y se vean arrugadas. Para la indumentaria formal, las medias no deben tener, en lo posible, ningún tipo de diseño.

- *Calzado de amarrar o de hebilla*: perfectamente lustrado, preferiblemente más oscuro que el color del pantalón. Zapatos cómodos deportivos o tipo mocasín, de cuero, para el vestuario casual.

- Para la indumentaria casual, dos pantalones en dril o gabardina, en tonos caqui, azul, gris o negro, que se pueden combinar fácilmente con camisas de algodón de un solo tono o con diseños.

- Los accesorios permitidos al hombre son: argolla matrimonial si es casado y desea lucirla, un buen esfero; si desea usar una cadena, esta deberá mantenerse por dentro de la camisa.

- Dos suéteres de buena calidad.

- Dos chaquetas en pana, gabardina o dril, para la indumentaria casual, que no sean en material impermeable o con puños y pretina resortados, tipo chompa.

2. Vestuario femenino

- *Sastres*: así se denomina a los conjuntos elaborados en el mismo color y material; son de corte muy clásico y siempre estarán vigentes. Pueden ser de dos o tres piezas; prefiere los tonos os-



curos como negro, azul, café gris, vinotinto. Evita los de tonos muy llamativos como amarillo, rojos, verdes brillantes, etcétera.

Conjuntos: se arman combinando pantalones y faldas con chaquetas con las cuales se guarde armonía. Al elegirlos se puede experimentar un poco en la combinación de colores y materiales, pero evita excederte y resultar demasiado "llamativa".

- *Blusas*: las blancas siempre vigentes, un par de tonos pastel y otras dos en tonos vivos, pueden complementar de forma apropiada los conjuntos y sastres que tengas. Al elegirlas, es importante que no sean muy escotadas, transparentes o ajustadas; ten en cuenta que en esta categoría clasifican también las camisas de corte tradicional, suéteres y *tops* que pueden complementar el vestuario.

- *Faldas*: destacan la feminidad sin duda alguna. El largo es importante. En este momento se llevan apenas sobre la rodilla o debajo de ella; sin embargo, si decidieras llevarla más corta, ten en cuenta que en el ambiente de negocios, la discreción es lo indicado y no debe ser más de cuatro centímetros arriba de la rodilla. Toma en cuenta que no te queden muy ajustadas, pues podría perjudicar tu figura.

- *Medias*: siempre. Aunque se impone últimamente una tendencia por la cual las mujeres jóvenes no usan medias con ciertos tipo de calzado, en el ámbito empresarial, ésta definitivamente no es una buena práctica. Opta en cambio por medias con diseños discretos, que le impriman un toque moderno a tu apariencia.

- *Calzado*: en colores como negro y café son los básicos que combinan con todo. Si decides arriesgarte a usar aquellos tonos de moda como amarillo, rojo o aguamarina en tus zapatos, debes ser de estatura alta, para que no afecte tu

apariencia y luzcas más bajita. No obstante, vale la pena insistir en que el entorno de negocios es determinante y si tus interlocutores son personas mucho más tradicionales y conservadoras, no necesariamente te verán con buenos ojos.

- *Bolso:* no es indispensable que sea del tono de los zapatos, pero sí resulta clave tener en cuenta el tamaño, respecto a tu estatura, para no quitarte el protagonismo que te mereces. Mantenlo siempre en orden, de manera que puedas ubicar fácilmente tus objetos personales.

- *Chaquetas*: si eres alta y tu abdomen no es pronunciado, puedes usar cualquier estilo de chaqueta; pero si no gozas de buena estatura o quizá tienes el abdomen pronunciado, es mejor optar por las de corte clásico que cubren la parte media superior de la cadera y estilizan todo tipo de figura.

- *Accesorios*: recuerda siempre: menos es más y esta premisa es fundamental para las ejecutivas. A veces, con la intención de realzar tu apariencia, te excedes en el uso de accesorios o en su tamaño. Se recomienda que la mujer lleve sólo cinco (5) accesorios a la vez, como máximo: un par de aretes; un collar al cuello de ser necesario; máximo dos pulseras y que no hagan mucho ruido; en la mano contraria de las pulseras reloj discreto, a tono con la indumentaria; un anillo por mano. De los siete (7) mencionados anteriormente, puedes elegir cinco como máximo, del mismo material o color, por ejemplo, todos en tono plateado, todos artesanales, etcétera.

K. ¿Qué debes tener en cuenta para elegir el vestuario apropiado para clima cálido?

Los climas cálidos permiten experimentar más con el color y los materiales; sin embargo, siguen manteniéndose algunos parámetros que debes tomar en cuenta.

1. Vestuario masculino

Es definitivo recordar que existen ciudades que, aunque de clima cálido, sus reuniones se hacen a puerta cerrada con aire acondicionado. Por esta razón es común el uso de traje completo como en Medellín y Cali. Otras, en cambio, especialmente en la costa Caribe, no suelen usar el traje completo.

- *Traje completo:* en tonos gris claro, caqui o beige, en materiales livianos como el lino y la gabardina.

- *Camisas de colores claros*: preferiblemente en algodón. La guayabera es considerada una prenda elegante y apropiada para eventos formales en ciudades de clima cálido y húmedo, de manga larga, para estos casos o corta, si el evento es casual.

- *Pantalones* en dril, gabardina o lino, en tonos medios y claros.

- *Zapatos* de suela suave; estos zapatos pueden ser útiles en ocasiones casuales o informales, mas no en escenarios formales. Si se trata de un evento formal, los zapatos serán de color café o negro de amarrar o de hebilla.

- Las normas de accesorios son las mismas que para los climas fríos.

2. Vestuario femenino

Si bien es cierto que los colores pueden ser un poco mas "alegres", esto no significa que estés de carnaval; no te excedas.

- *Conjuntos*, en lino algodón, que pueden ir perfectamente desde el blanco, pasando por todas las tonalidades de colores vivos. Evita los estampados muy llamativos.

- *Pantalones*: prefiere los de largo clásico, es decir, que cubran el empeine del pie y dejen ver la mitad del tacón. Por

ser el lino el material preferido para estos climas, debes estar atenta, pues en algunos casos puede ser un tanto traslúcido y revelar a través del pantalón las prendas íntimas. En este caso es mejor optar por los pantalones con forro en algodón.

- *Faldas*: si las usas es mejor llevar medias superveladas, con el fin de emparejar el color de la piel y brindar firmeza a las piernas. Evita las minifaldas y juega con los largos desde la rodilla hasta media pierna. Las que llegan al tobillo solo convienen para eventos casuales.

- *Blusas*: puedes usarlas de manga corta, o tres cuartos; la manga sisa no es bien vista en todos los ambientes.

- *Calzado cómodo*: si optas por zapatos tipo "boca de pescado" o abiertos en la punta, presta atención al arreglo de los pies. Las sandalias muy descubiertas son perfectas para las fiestas o para ocasiones muy informales.

- *Accesorios:* aplican las mismas normas que para el clima frío.

L. ¿Cuáles son las principales recomendaciones en arreglo del cabello?



El cabello es el marco del rostro y, por tanto, merece los mejores cuidados. Para ello, ten en cuenta:

Limpieza: la frecuencia en el lavado depende en gran medida del tipo de cabello. Algunas mujeres pueden esperar varios días entre cada lavada; otras, en cambio, debido a que su cabello es graso deben lavar el pelo a diario. Esto es de suma importancia, pues de nada sirve lucir un cabello cepillado, pero

sucio; recogerlo tampoco es la mejor opción, pues existe una clara diferencia entre los cabellos recogidos limpios y los que lucen sucios y opacos (además del mal olor).

Corte: un buen corte favorece las facciones, permite que el cabello luzca sano y brillante; dependiendo del largo se determina la frecuencia en el corte: cabellos cortos, cada mes; cabellos medios (hasta los hombros), cada dos meses y cabellos largos, máximo cada tres meses deben despuntarse.

Peinado: el cabello debe lucir siempre arreglado. Al peinarlo, evita presentarte a trabajar con el pelo húmedo o cogido de cualquier manera. Es conveniente dedicar el tiempo prudente al arreglo del pelo, eligiendo como accesorios elementos discretos y en colores neutros.

Color: elegir acertadamente el color para el cabello no es tarea fácil; sin embargo, una vez se logra se convierte en nuestro mejor (o peor) aliado. Es necesario mantener la coloración para evitar que se noten las raíces. A este respecto es bueno recordar que los cambios de color no deben ser tan radicales, es decir, no es adecuado que una mujer morena elija un tinte rubio, pues el contraste sería muy fuerte y el mantenimiento más exigente que de costumbre.

M. ¿Cuáles son los aspectos claves para lograr un maquillaje de alto impacto?



Maquillar el rostro no significa convertirlo en una máscara. Lo que se pretende es destacar los puntos fuertes y hacer menos notorios, los que no te gustan tanto.

Es importante que el maquillaje que uses no te exija pasar largas horas frente al espejo.

N. ¿La afeitada es importante en el arreglo personal?



Definitivamente sí. Un hombre puede estar muy bien vestido pero si no luce bien afeitado puede dar la sensación de estar enfermo. Existen diversos tipos de barba, algunas más exigente que otras.

O. ¿Cuáles son las principales recomendaciones en el arreglo de las manos?



Tus manos son, sin duda, tu principal herramienta de trabajo. Su cuidado constante garantiza la buena salud y apariencia de las mismas.

- Las uñas cortas son las más adecuadas para las mujeres, siempre limpias, bien limadas y parejas.
- Evita a toda costa las decoraciones en las uñas; si te gustan, puedes usarlas en actividades ajenas al trabajo.
- Aunque los colores oscuros en los esmaltes están de moda, debes tener en cuenta que son muy exigentes en su cuidado y no les lucen bien a todos los tonos de piel.
- Cuanto más discretos sean los tonos del esmalte, mayor duración tendrá el arreglo.

- Los tonos llamativos hacen que tus uñas se conviertan en las protagonistas, restándole importancia a los productos que promocionas.

- Los hombres deben llevar las uñas siempre cortas y no olvidar que el uso de esmalte transparente ya no es conveniente; en su lugar, lo correcto será hacer la "polichada", sencillo procedimiento que pule las uñas y da brillo natural a las mismas.

Referencias Bibliográficas

BORDIN FILHO, Sadi (2002). *Marketing personal. 100 claves para valorar su imagen.* México, D. F.: Editorial Quarzo.

CASTAÑO, Pilar (2009). *Señor Espejo*. Bogotá: Editorial Aquilar.

CLAYTON, Peter (2007). *Lenguaje corporal en el tra*bajo. Bogotá: Editorial Panamericana.

CORTELEZZI, Edith (2009). *Buenos modales, buenos negocios*. Buenos Aires: Editorial Suramericana.

CORREAS SÁNCHEZ, Gerardo (2004). *La empresa y su protocolo. El procedimiento de calidad en la organización de sus actos*. Madrid: Ediciones Protocolo.

ESCUDERO COLL, María & ROYO-VILLANOVA, Carla (2004). Recibir en casa y saber vestir en cada ocasión. Barcelona: Belacqva Ediciones y Publicaciones.

FALQUEZ, Lía de (1995). *Eternamente bella*. Santafé de Bogotá: Intermedio Editores.

FOX, Susan (2008). *Etiqueta para Dummies*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.

NEIRA, Diana (1995). *Imagen de hombre*. Santafé *de* Bogotá: Círculo de Lectores.

NEIRA, Diana (2005). *Manual imagen de mujer*. Bogotá: Villegas Editores.

QUANT, Mary (1997). *El libro del maquillaje y la belleza*. Gran Bretaña: Butler and Taner, Ltd.

STRAUSS CORTISSOZ, Hilda (2010). *El gran libro de la etiqueta*. Bogotá: Intermedio Editores.

PINCUS, Marilyn (2001). *Proyecte una imagen positiva*. Barcelona: Editorial Gestion 2000.

SWAN, Rupert L. (2009).El *método Obama. Barcelona: Ed*itorial de Bolsillo.

ZÚÑIGA, Ana Eloísa (1996). *Moderno manual de etiqueta y protocolo*. Santafé de Bogotá: Círculo de Lectores.

Para mayor información llama a la Línea de Respuesta Inmediata
visita nuestro portal
www.bogotaemprende.com
o nuestro Centro de Emprendimiento, Cámara de Comercio de Bogotá
Sede Kennedy Avenida Carrera 68 Nº 30-15 Sur - Piso 4
Sede Chapinero Calle 67 Nº 8-44 - Piso 4
Sede Salitre Avenida Eldorado 68D-35 - Piso 2
Teléfono: 5941000 Ext.: 2237 y 2238

Bogotá Emprende es un programa de la Alcaldía Mayor y la Cámara de Comercio de Bogotá

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
DESARROLLO ECONÓMICO
Secretaría de Desarrollo Económico

BOG BOGOTÁ POSITIVA
GOBIERNO DE LA CIUDAD

CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA
Por nuestra sociedad