
Resumen: Muchas veces se tiene una idea de un Imagen Personal como alguien que trabaja en ámbitos públicos con personas famosas o que solo se ocupa de la apariencia externa. En este trabajo se trata de demostrar todos los factores que inciden en la composición de la Imagen personal y de qué forma se articulan, exigiendo a su vez al Asesor profesional una mayor competencia en todos los ámbitos que compone la imagen y la necesidad de profesionalizar su carrera.

Palabras clave: Impacto - psicología - coaching - comunicación - color - ética.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 54]

(*) AICI CIM. Asesora de Imagen Certificada con la más alta denominación internacional, CIM, otorgada por AICI. Diseñador de Modas. Speaker internacional. Asesora a políticos, empresarios. Es Docente en Imagen y da conferencias en todo el mundo. Fue Presidenta del Chapter Guadalajara de AICI por dos periodos.

El desconocimiento de la profesión en la sociedad

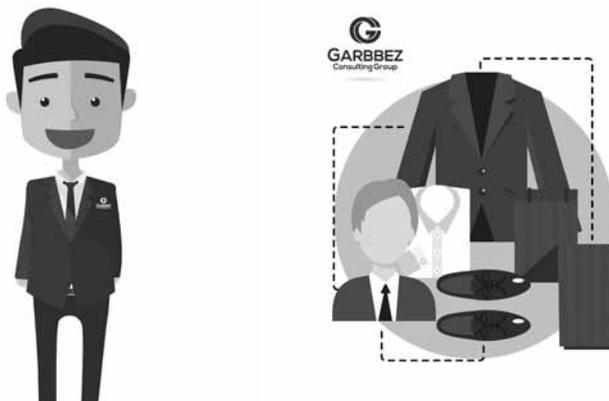
Mientras buscaba el cómo prepararme para ofrecer de manera más profesional mis servicios me encontré con que se vivía un gran desconocimiento en este tema desde entonces, buscaba ansiosa quien me pudiera guiar o instruir académicamente sin mucho éxito pero con la llegada del internet a nuestras vidas me cambió el panorama al encontrar en otros países personas que se dedicaban a esto de manera profesional al cien por ciento, así que tuve que emprender la odisea del conocimiento saliendo de mi país para irme a estudiar al extranjero sin importarme muchos de los cuestionamientos que me hacía toda persona a la que le comentaba de mi proyecto haciéndome dudar por momentos si esta sería una buena decisión, pero lo hice y fue un parte aguas en mi vida profesional al encontrar toda una industria en desarrollo en Norteamérica.

A 25 años de este inicio me sorprende que existan algunos programas de televisión donde supuestos Consultores de Imagen avergüenzan y evidencian a las personas sobre la elección de las prendas ya que lejos de aportar a la dignificación de la profesión produce

un efecto contrario, sigo encontrándome aún que muchas de las personas cuando escuchan la profesión de “Consultor de imagen” lo relacionan en automático con adjetivos descalificativos como son “banalidad”, creyendo que son cosas superfluas y carentes de valor en el ser humano. Me parece increíble que aún en la actualidad podemos encontrar personas que se limiten a creer que la imagen solo significa cambiar de lado el flequillo del cabello o posiblemente crear la combinación de la vestimenta y no lo dudo que para muchos que ostentan ser Consultores de Imagen lo hagan de esa manera, lo cual perjudica mucho a los verdaderos profesionales que trabajamos con altos estándares y con seriedad en esta industria, ya que en esta actividad los profesionales no solo nos enfocamos en la apariencia, sino que vamos más allá, porque la imagen se construye y sostiene por tres pilares importantes que soportan uno al otro, como son la apariencia, la comunicación y el comportamiento.



El que la gente siga desconociendo el gran impacto que genera en su vida contratar a un profesional en esta materia es preocupante para los profesionales que llevamos ya un camino recorrido, el que aún exista tanta gente que tenga indiferencia a lo que hacemos nosotros cuando no conocen a fondo nuestro trabajo.



El consultor de imagen contribuye en el logro de los objetivos y metas de su cliente

El impacto que tiene el consultor en la vida de los demás

Pocas personas conocen a profundidad del alcance que un consultor puede tener en la vida de los demás, en los diplomados que imparto hago consciencia a los participantes y futuros consultores sobre la importancia de la influencia positiva en la vida del cliente más que el beneficio económico que el Consultor de imagen pueda tener porque realmente el verdadero profesional está convencido de ser un “Transformador de vidas” pues con los diferentes estudios que realizamos en el cliente podemos identificar el mensaje que él desea proyectar a través de su imagen, el cómo desea ser percibido y está en nosotros los consultores hacer uso de la semiótica de la ropa para generar una percepción en los demás acorde a lo que se pretende lograr.

Hace algunos años, cuando le pregunté a uno de mis clientes que qué había sido lo que lo había motivado a venir a tomar una consultoría de imagen y me dijo que tenía muchos años en el mismo cargo sin ser ascendido en su trabajo en una institución bancaria, después de hacer un diagnóstico comenzamos a realizar cambios y mi sorpresa fue que después de tres meses de haber realizado la consultoría personal fue ascendido en su trabajo; ejemplos como este caso podría narrarles muchos en los que de manera palpable he confirmado la efectividad de proyectar una imagen que comunique un mensaje adecuado que confirme lo que la persona quiere o aspira ser.

En la consultoría de imagen lo que un consultor debe realizar primero es explorar a su cliente para identificar en qué etapa se encuentra de su vida, analizar el mensaje que trans-

mite y lo que desea lograr, cuáles son sus metas ya sean personales o profesionales, el consultor reúne toda la información para hacer un diagnóstico y a partir de ahí, diseñar un plan de acción. Entiendo que en esta área para muchos es muy fácil ver a sus clientes una sola vez, crearse una idea de lo que él necesita y ya está, pero a lo largo de mi vida profesional me he dado cuenta que el cliente debe de iniciar la consultoría y seguir viéndolo por varias sesiones para que vaya implementando los cambios que se le recomiendan y el consultor pueda ir revisando, de tal manera que se asegure de la correcta ejecución, que sea una realidad su nuevo estilo de vida, ya que si solo se ve una vez al cliente donde se le dan las recomendaciones y no se vuelven a ver, dudo mucho de la efectividad de la consultoría. Un consultor es como un terapeuta que ayuda a generar cambios y percepciones positivas en la vida de los demás. No existe algo más gratificante cuando al terminar el proceso de la consultoría un cliente me dice, -has marcado mi vida, con un antes y un después- que no necesariamente signifique que hayas hecho cambios radicales en su apariencia, sino que has contribuido en generar mensajes que lo potencien modificando en el cliente sus inseguridades y confíe más en él, la transformación se debe de hacer desde el interior al exterior.

Gran parte de las personas creen que ir con un consultor de imagen además de costoso van a cambiarles a ellos su forma de vestir, que les tirarán su ropa, etc., tal cual como lo ven en la televisión, lo que desconocen es que un consultor profesional debe respetar siempre la esencia del cliente, deben respetar el estilo, su forma de ser y estar, lo que el consultor hará, será hacer consciencia sobre la percepción y la semiótica que hay en la apariencia, el impacto de su comunicación y el comportamiento.

Cuando asesoramos a figuras públicas por lo regular no les gusta expresar abiertamente que tienen a un consultor de imagen por las connotaciones frívolas que hay acerca de esta profesión, pero es impresionante como nos convertimos poco a poco en un profesional esencial para sus logros y objetivos. Todo consultor debe tener conocimiento en psicología, sociología, “coaching”, además de todas las áreas que conforman la imagen y debemos entender sobre los mecanismos de defensa que muchas veces muestran nuestros clientes nos transmiten cuando interactuamos con ellos.

El impacto que se palpa de la imagen externa produce aún más impacto en la imagen interna de la persona, al ver reflejada una imagen exitosa en ellos, su energía se eleva y estará influenciado con mensajes a sí mismos positivos, lo cual pueden generar actitudes de cambio logrando mayor seguridad en el desempeño de sus actividades. Estoy convencida del efecto que produce la ropa en nuestra persona, somos altamente influenciados de lo que vestimos y es por ello la relevancia y sus repercusiones que tiene en nuestras vidas. La ropa es una extensión de nosotros como una segunda piel, por ejemplo, si estamos vestidos con un traje de gran gala nuestro comportamiento y movimientos serán más elegantes, más controlado, más erguida nuestra postura y nos sentiremos con mayor confianza de que nos vean los demás, pues tenemos la confianza de vernos bien, al gustarnos a nosotros mismos frente al espejo, por el lado contrario, si me visto con ropa holgada, deportiva estaremos afectados por la ropa que vestimos así que presentaremos posturas corporales más relajadas.

¿Por qué debe profesionalizarse el consultor de imagen?

Debido al alto impacto que se tiene en las personas, las compañías y las instituciones al realizar los cambios, no debemos permitir que se menosprecie esta profesión, por lo que también estoy consciente de que no será una tarea fácil, ya que muchas de las personas que se dedican a esto, usan el título de Consultor de imagen y no cuentan con una formación formal o real, que incluya un contenido aprobado por los organismos internacionales que regulan las certificaciones como lo son AICI Asociación of Image Consultants International, por consiguiente, la gente al encontrarse con personas que no están suficientemente capacitadas se quedan con la impresión de que el consultor de imagen no es un profesional. En mi país existe actualmente una proliferación de esta profesión, sin embargo, en algunos casos después de haber pasado cuatro años de estudio, los estudiantes que ahora están convertidos en profesionistas, se gradúan sin saber a ciencia cierta cómo se debe realizar una asesoría, de manera profesional.

Ser un profesional en Consultoría de Imagen significa usar un lenguaje apropiado siendo respetuoso en todo momento y situación con el cliente, ser prudente evitando hacer comentarios inadecuados, respetar las formas de ser y de pensar que son diferentes a las nuestras, tener una mentalidad abierta. Ser sensible a las necesidades y expectativas del cliente, pero sobre todo tener una excelente actitud para poder influir de manera positiva en la vida de los demás, al otorgarle estas grandes herramientas que son estrategias que pueden hacer uso en sus vidas

El perfil del consultor imagen TOP

Es un poco difícil transmitir las características que debe tener un Consultor de Imagen top porque abarca una gran diversidad de aspectos. Desde mi punto de vista un profesional en la materia debe primero tener:

1. Gran pasión por esta profesión
2. Entrega para hacer lo mejor posible su trabajo y que verdaderamente sea palpable el cambio en la persona, empresa o institución
3. Debe tener compromiso
4. Debe contar con los conocimientos de todas las áreas que conforman la imagen como son apariencia, comunicación y comportamiento
5. Tener la sensibilidad para interactuar efectivamente con el cliente
6. Comprender los conceptos básicos de sociología y psicología.

Debe estar abierto a nuevos retos, porque en esta profesión ningún cliente es igual y cada una de las consultorías que realizamos son casos completamente distintos a los que ya hemos realizado, pero es una realidad que a través de los años de experiencia, nos da mucha confianza comenzar con un reto distinto al conocer un poco más al cliente. A través de los años he tenido que desarrollar metodologías en consultoría de la imagen de los políticos, del medio artístico, para CEOs de las grandes compañías y eso me ha forzado a investigar

y a buscar los procesos adecuados para que realmente sea eficaz y no solamente quedarnos en el intento.

Un Consultor de Imagen Top debe ser un experto en las diferentes áreas que conforman la imagen como son:

- Aspectos teóricos de la imagen:

Incluye los diferentes aspectos psicológicos que ayudarán en el desarrollo de la consultoría ya que se integran al identificar los objetivos y metas del cliente. El consultor debe tener conocimiento que le ayuden a descubrir lo que lo motiva al vestirse, el nivel de auto estima en que se encuentra el cliente, la percepción que tiene de sí mismo para poder ser más asertivo durante el desarrollo de la consultoría.

- Personalidad y estilo:

Contar con estudios sobre las diferentes categorías de estilo, rasgos de personalidad nos ayudará al consultor a diagnosticar de acuerdo a las actividades, los roles y el estilo de vida en el que deberá mostrarse según la estrategia y metas que se establecen.

- Análisis de cuerpo:

El estudio de la antropometría y la antropomorfología son básicos para poder definir lo que le favorece para generar armonía y no enfatizar rasgos o características de su cuerpo que les causan conflicto o no desean que se vean más obvias.

- Guardarropa:

Un Consultor debe dominar las telas, las texturas, la psicología de color para que pueda generar un guardarropa adecuado al estilo de vida del cliente, que sea favorecedor y ad hoc a las necesidades que debe cubrir con las diferentes actividades y roles que tiene.

- Personal Shopper:

El consultor debe saber trabajar con otras personas y en equipo, ya que tendrá la necesidad de seleccionar como un experto las prendas adecuadas según el mensaje que desea proyectar en su cliente.

Debe saber diferenciar las categorías de prendas que existen para complementar el guardarropa de un cliente y hacerlo funcional. Debe conocer las diferentes formas en que un cliente podrá darle versatilidad a una prenda y así pueda optimizar el guardarropa, pero sobre todo debe estar abierto a las necesidades y expectativas del cliente y poder ajustarse para lograr el objetivo en conjunto con el cliente.

- Análisis de rostro:

Otra de las áreas que un Consultor profesional debe tener dominio es saber identificar las medidas y proporciones de un rostro (carametría), ya que a través de ella en el caso de las mujeres les podrá dar recomendaciones en cuanto al maquillaje y el uso de los accesorios, así mismo, es importante tener el conocimiento de los tipos de rostro (caramorfología) ya que se podrá lograr el balance y la proporción al hacerlos parecer más simétricos logrando con ello más armonía.

- Maquillaje:

Aunque muchas de las escuelas que hoy imparten la profesión de Consultor de imagen no le dan importancia a esta área porque se considera el ser maquillista otra profesión, yo la considero imprescindible, conocer sobre visagismo y maquillaje ya que, así como en la ropa tenemos a través del conocimiento la facultad de dirigir y hacer correcciones. El consultor de imagen como gestor de la imagen muchas veces cuenta con un equipo en cada una de las diferentes áreas que lo componen y dirige dependiendo de la estrategia.

- Arreglo personal:

Como no solo una buena combinación de la ropa incluye el tener una positiva apariencia, también el consultor debe conocer sobre el “grooming” o arreglo personal, si se tiene un mal aliento por ejemplo tendrá un impacto aún mayor que sobre la imagen positiva que se tenía de alguien, ya que esa sola característica repercute aún más que la buena apariencia; lo mismo sucede con el olor corporal, cuando nos acercamos a alguien que admiramos y que deseamos conocer a ese líder o persona pública y olfateamos un aroma desagradable, parte de la construcción de imagen que habíamos percibido, se desmorona, algunas veces con cierto rechazo o hasta cierta desilusión.

- Análisis de color:

Un consultor que no conoce los alcances de los estímulos y sensaciones que producen los colores en nuestra vida, no será un consultor completo. Los colores son una estrategia poderosa en la percepción y la comunicación, la manera en que los seleccionemos en nuestro día a día y dependiendo el evento y el mensaje que deseemos comunicar causarán cambios radicales en las personas que nos ven, así como en nosotros mismo, hasta en nuestro estado de ánimo. El uso de los colores con los que estemos en contacto afectará psicológicamente.

- Comunicación verbal:

Esta área es uno de los pilares que construyen la imagen integral, ya que si no hablamos de manera efectiva, podremos caer en graves errores como en el caso de las figuras públicas que con las famosas preguntas de asalto que suelen hacer los periodistas y al no contestar inteligentemente da pie para que de manera amarillista se burlen por haber respondido así, por ello es fundamental que un Consultor de imagen le proporcione el conocimiento y le muestre las estrategias sobre cómo debe responder o qué hacer en determinadas circunstancias y los diferentes escenarios.

- Comunicación no verbal:

El lenguaje corporal, los gestos, los movimientos y las micro expresiones delatan al ser humano y expresan la verdadera realidad de lo que está sintiendo. Muchas veces lo que se dice no corresponde a lo que está sintiendo y es ahí cuando el interlocutor percibe que no hay relación o sintonía de lo que está escuchando con lo que está observando y entonces no cree y comienza el juicio. Ante la falta de congruencia existe una falta de credibilidad y es ahí cuando los consultores apoyamos en el que sepan comunicar nuestros clientes de manera adecuada, ya que cuando conocemos lo que realmente están sintiendo las perso-

nas con las que interactuamos tenemos más herramientas para tener mayor control del escenario y poder ser más asertivos comunicándonos.

- Imagen ambiental:

Tener los conocimientos de los estímulos no verbales que influyen en la percepción de una persona o una institución en los espacios y entornos, incluye la luz y tipo de iluminación, los aromas, etc., todo lo que influye para modificar o alterar nuestros pensamientos de algo o de alguien.

- Imagen para caballeros:

Existe un código internacional del buen vestir y muchos de los líderes no conocen sobre los lineamientos que hay por ejemplo al vestir ciertas prendas ni lo que comunican, la tarea del consultor es contribuir en que logre el mensaje correcto a través de las líneas, formas, colores, texturas y estampados de la ropa que usa en determinado evento y ocasión.

- Etiqueta:

Estos conocimientos aportan al consultor el saber comportarse en los diferentes escenarios que se le presenten, así mismo asesorar sobre las reglas de etiqueta en las diferentes culturas que muchas veces son opuestas en los distintos países. Para tener una buena percepción es necesario no solo comunicar sino comportarse a la altura y con educación.

- Protocolo:

Existe protocolo monárquico, protocolo eclesiástico, protocolo gubernamental, protocolo diplomático, protocolo internacional, entre otros. El dominarlo ayudará al consultor a que pueda asesorar en muchas áreas tanto a instituciones, diplomáticos, jefes de gobierno, etc.

- Coaching:

El consultor debe contar con las herramientas necesarias de saber leer en el cliente su lenguaje corporal, saber escuchar, ser un profesional capaz de inspirar al cliente a lograr sus objetivos y usar la consultoría como una aliada para lograr el fin en común.

Además de tener conocimiento en diferentes áreas que complementan los conocimientos para su buena aplicación son las habilidades para relacionarse en las que incluyo la empatía, el carisma, el carácter firme, ser persuasivo y convincente, entre otras.

Actualmente en Latinoamérica ha tenido un “boom” esta profesión y eso ha hecho que se vayan creando especialidades como lo son los Consultores de imagen especializados en Políticos, Artistas, etc., lo cual me ha llevado a desarrollar metodologías especializadas en estas áreas ya que solo a través de la experiencia y conocimiento se pueden lograr.

Uno de los aspectos más importantes que debe tener el perfil de un Consultor es nunca dejar de estudiar y lo peor que a un consultor le puede pasar es tener la idea que lo sabe todo, aunque tengamos gran dominio al hacer nuestro trabajo por el número de veces que lo hayamos hecho por muchos años, debemos estar conscientes que siempre podemos aprender algo nuevo, que podemos siempre implementar algo para mejorar nuestra me-

metodología en la construcción de la imagen de nuestros clientes de manera personal o través de la empresa que asesoramos.

<p>Formación formal: contar con una metodología probada para que el profesional se sienta capaz de realizar su trabajo con altos estándares</p>
<p>Uso de tecnología: en estos tiempos se debe tener los conocimientos básicos para poder comunicarse de manera eficaz, comunicarse a través de las redes sociales, teniendo apertura y disposición de mantenerse actualizado.</p>
<p>Una visión global: los consultores que ven solo a los clientes que viven en su ciudad difícilmente se convertirán en consultores internacionales. En la actualidad vivimos en la era de la comunicación, tenemos posibilidades de estar en contacto con personas de diferentes partes del mundo, eso le da al profesional en la Consultoría de imagen facilidad de asesorar a clientes de todo el mundo.</p>
<p>Información de vanguardia: es fundamental para conocer hacia donde está yendo mi mercado de clientes potenciales, qué está sucediendo a nivel global y cuáles son las tendencias en tecnología, si el consultor se conforma estando en su zona de confort seguro no logrará sobresalir haciendo siempre lo mismo y esta profesión como muchas requiere estarse actualizando en las diferentes áreas para mantener un crecimiento.</p>
<p>Educación Continua: se debe seguir estudiando y actualizando nuestros servicios que permitan seguir creciendo e implementando nuevos conocimientos a nuestra metodología es por ello que el seguir estudiando, nos abrirá a nuevas ideas para generar nuevas formas y evolucionar en lo que ofrecemos a nuestros clientes con una visión siempre hacia la excelencia.</p>
<p>Ética y valores: ante la carencia de valores cada día son más apreciados en cualquier profesión, pero aún más en el consultor de imagen que ese precisamente es nuestro trabajo, ya que contribuimos en el crecimiento personal o profesional de los demás.</p>

La importancia de la ética en la vida del consultor

Es de primordial importancia no solo en esta profesión sino en todas mantener buenos estándares éticos lo cual incluye actuar con integridad ante nuestros clientes, colaboradores y colegas.

El actuar de nuestro comportamiento en nuestros modales y educación deben reflejar la seriedad de la profesión, es por ello que debemos dignificarla.

No engañar a los clientes con respecto a la experiencia que se tiene ya que, si un consultor dice ser el más profesional, pero en su trabajo demuestra lo contrario, no solo estará hablando mal de él sino del gremio en conjunto. ¿Cómo podríamos decir que somos consultores de imagen cuando nuestros valores están lejos de ser un ejemplo? ¿Cómo podríamos sentirnos bien, ostentando títulos o certificaciones cuando no se actúa de manera íntegra

y con ética? Por esa razón considero que un Consultor de imagen top debe tener firmes valores que dignifiquen esta profesión y fomenten a los clientes los principios de civilidad. La discreción en esta profesión es vital, ya que nuestros clientes ponen ante nosotros los consultores mucha información que debemos mantener bajo estricta confidencialidad, por lo que con mucha seriedad se deben respaldar y concientizar a todo el equipo que labore con nosotros sobre la responsabilidad que tenemos al guardar esa información. Un profesional debe cumplir con todo lo que le promete al cliente, por ningún motivo se debe engañar o timar, haciendo pasar al cliente por malos momentos y desprestigiando al gremio, tal como cuando los consultores usan palabras ofensivas o despectivas al sentirse superiores por tener el conocimiento de lo que favorece o no a alguien y creen que eso les da derecho a burlarse de los demás, lejos de transmitir una buena imagen, se están denigrando ellos mismos.

Abstract: Many times you have an idea of a Personal Image as someone who works in public spaces with famous people or who only deals with the external appearance. This work tries to demonstrate all the factors that affect the composition of the personal image and how they are articulated, demanding in turn the professional consultant greater competence in all areas that make up the image and the need to professionalize their career.

Keywords: Impact - psychology - coaching - communication - color - ethics.

Resumo: Muitas vezes você tem uma idéia de uma imagem pessoal como alguém que trabalha em espaços públicos com pessoas famosas ou que lida apenas com a aparência externa. Este trabalho procura demonstrar todos os fatores que afetam a composição da imagem pessoal e como são articulados, exigindo, por sua vez, que o consultor profissional tenha maior competência em todas as áreas que compõem a imagem e a necessidade de profissionalizar sua imagem.

Palavras chave: Impacto - psicologia - coaching - comunicação - cor - ética.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]
