

IMAGEN PROFESIONAL



INTRODUCCIÓN

El estudio de la imagen profesional está relacionado directamente con la disciplina de la imagen pública (que abarca la identidad /imagen/ reputación corporativa/ organizacional etc.).

De esta manera, la práctica de la imagen pública tiene una aplicación muy concreta que beneficia a cualquier persona inserta (o que va a estarlo pronto) en el ámbito profesional, sea éste de cualquier sector: político, artístico, empresarial o, incluso, deportivo.

Esta aplicación es la imagen profesional, la cual se refiere al manejo de la proyección de la identidad personal en un ámbito laboral.

¿Qué es la imagen profesional? ¿Qué elementos la determinan? ¿De qué manera se puede manejar? Como profesional de cualquier área, es imprescindible el conocer y manejar la propia imagen, pues de ello depende en gran medida el ser efectivo en el ámbito laboral. Lo quiera o no, lo conozca o no, cada persona estimula una cierta imagen en los demás.

La imagen profesional también ha sido llamada 'imagen ejecutiva' (Muniain, 2003) o simplemente 'imagen' (Vargas 1998). Muniain (2003) reduce la imagen ejecutiva al solo aspecto de la vestimenta, mientras que Gordo (2003) ha relacionado el concepto de la imagen profesional con la imagen de una institución: "Podemos definir la imagen profesional como la percepción que se tiene de una persona o institución por parte de sus grupos objetivo como consecuencia del desempeño de su actividad profesional" (p.225).

Lo interesante de esta definición es el que se introduce el concepto de 'percepción' (por parte de ciertos públicos o 'grupos objetivo') y que se hace énfasis en lo referente a la actividad profesional.

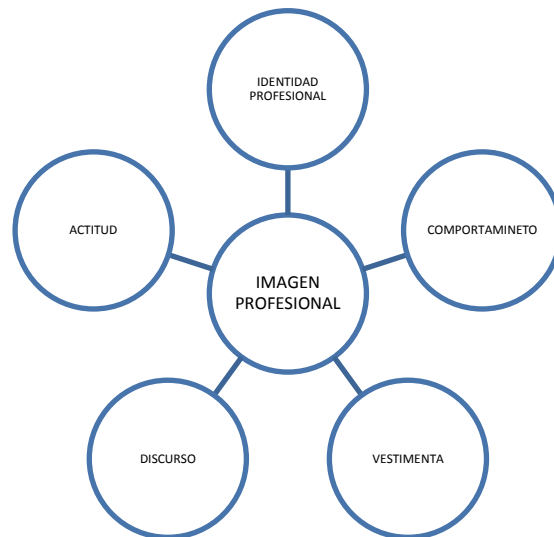
El estudio de la imagen profesional tiene, inevitablemente, un antecedente en las investigaciones realizadas acerca de la imagen (creada a través de la percepción) que ciertos públicos tienen sobre una organización. La literatura académica sobre la identidad corporativa examina los procesos por lo cual una organización crea, cambia, y maneja su identidad corporativa, para tener un impacto en su imagen pública. Estos procesos incluyen el examen de las capacidades únicas mentales, físicas y emocionales de una organización, y la forma en la que las audiencias perciben la identidad corporativa y desarrollan una imagen mental (Ackerman, 2000; Moffitt, 2001; Olins, 1989). Se ha dicho que una identidad poderosa es creada por una sistemática y bien planeada creación y difusión de símbolos. (Olins, 1989). Olins identificó cuatro áreas básicas de la identidad corporativa: La manifestación física de la organización; sus productos y/o servicios; su información y comunicación; y las actitudes y comportamientos de sus integrantes (1989). Precisamente, es en este último elemento en donde se da una relación directa con la imagen profesional. Es evidente que las actitudes y comportamientos de las personas que trabajan en una organización impactan en la imagen global que ésta proyecta. ¿Cómo, entonces, es que podemos abordar el análisis y estudio de la imagen de estas personas?

En general, al concepto de imagen profesional se le ha relacionado con cuatro aspectos: la comunicación no verbal, el lenguaje corporal, el discurso y la vestimenta (Gordoa 2003; Vargas, 1998).

Definición

Se considera imagen profesional a la consciente construcción, estimulación y manejo de una determinada percepción que ciertas personas, públicos o audiencias tendrán sobre una identidad personal específica, en un contexto y tiempo determinados, logrando una relación de beneficio mutuo. Esta identidad personal se proyecta a través de cinco factores: identidad-profesional, actitud, comportamiento, discurso y vestimenta. De aquí en adelante, este artículo estudiará a detalle las implicaciones conceptuales de esta definición. Al analizar estos cinco factores de la definición, vemos que tres son visuales (actitud, comportamiento y vestimenta), uno es oral (discurso, el cual también puede ser visual, a través de la escritura) y el último (la identidad-profesional) es dependiente de cualquiera de los otros cuatro (los cuales, a su vez, son elementos de la propia identidad personal, lo que será analizado en su momento).

Cada uno de estos cinco factores podrá tener un peso distinto en la percepción estimulada, no siguiendo ninguna jerarquía y variando en su importancia, dependiendo de la persona, la situación y el tiempo. Lo que sí es evidente es que el factor identidad-profesional será el más difícil de proyectar. Un profesionalista financiero excelente, por ejemplo, podrá tener un conocimiento excepcional en su área, pero eso no será suficiente para estimular una adecuada imagen profesional. Necesitará de transmitirlo a través de su discurso, su comportamiento, su actitud y/o su vestimenta.

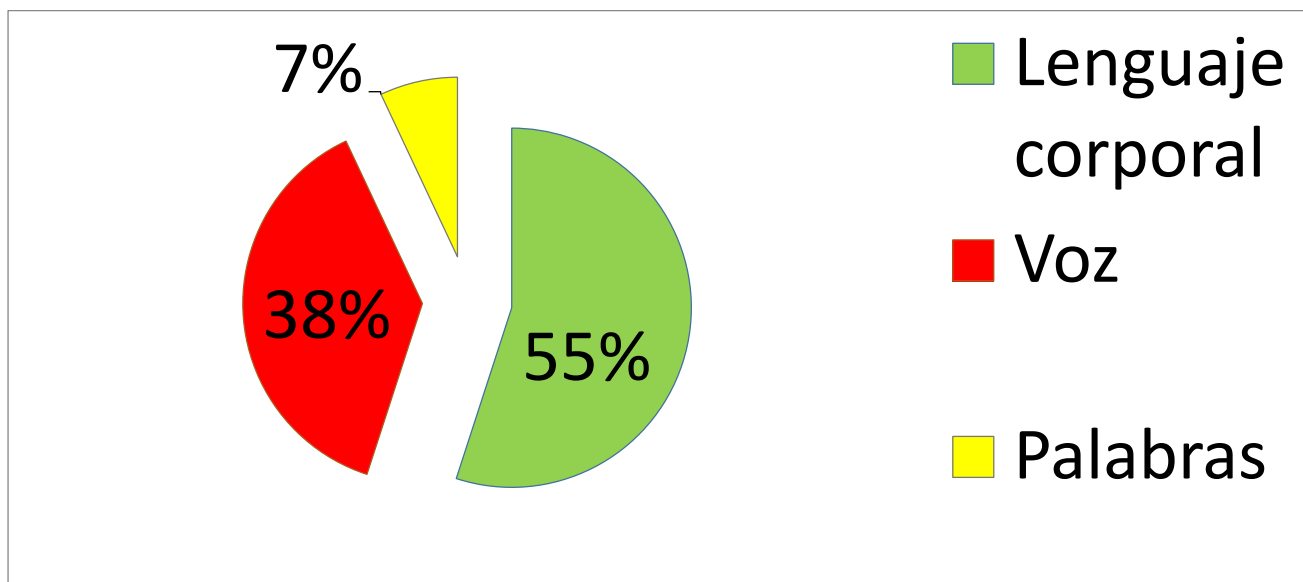


El valor de tu imagen personal en el ámbito profesional

La imagen personal habla por nosotros y en el ámbito profesional representa una herramienta que puede actuar a tu favor o en tu contra. Cuidar tu branding personal puede ser un valor agregado que contribuirá al logro de tus objetivos.

La imagen, además de ser un elemento personal, representa también un factor elemental para el ámbito profesional, pues tu vestimenta hablará por ti y podría contribuir a alcanzar los objetivos propuestos.

De acuerdo con estudios realizados el 55% de tu imagen está determinada por tu apariencia, el 38% por tu comunicación no verbal y el 7% por lo que se dice de ti. Por este motivo, es importante que tomes en cuenta que el 93% de esta impresión está determinado por la proyección que refleja tu imagen personal.



Según Karen Pine, Profesora de Psicología de la Universidad Hertfordshire (Reino Unido), lo que una persona viste causa un gran impacto en los demás y en sus oportunidades profesionales. Del mismo modo, “la gente inconscientemente asume algunos de los atributos y características asociadas con su ropa”, es decir que, cuando tu atuendo luce profesional, te muestras más seguro y responsable, en cambio, cuando tu apariencia es descuidada proyectas poca importancia a tu trabajo.

Por otro lado, en el mundo de los negocios es importante recordar esta regla: vístete para el puesto que quieres, no para el que tienes. Por lo tanto, tu imagen debe ser congruente con la actividad que realizas y, si además esperas ser promovido o tener un ascenso, tu proyección debe enviar ese mensaje.

Identidad Personal Específica

Para crear una imagen profesional, antes se debe trabajar en lo que es la identidad de la persona en cuestión. No es posible trabajar en la imagen profesional de una persona sin previamente haber analizado efectivamente su identidad. Existen agencias de relaciones públicas o consultorías en imagen pública que prometen crear la mejor imagen, pero que no consideran la evaluación misma de la identidad de la persona o que la realizan de una manera muy superficial. Esto solamente llevará al éxito efímero o al fracaso rotundo. Una imagen pública que no está

sustentada en una correspondiente identidad personal corre el riesgo de crear percepciones falsas y débiles que pueden caer en cualquier momento.

En el diseño de la estrategia de comunicación de la imagen profesional, los primeros tres pasos se refieren a la definición, simbolización y proyección de la identidad personal. Veamos primero cómo podemos definir la identidad. Como se dijo al inicio, la identidad es la esencia de una persona. La identidad de la persona está constituida, entre otros factores, por su propia genética; la información contenida en los cromosomas del genoma humano (el famoso “ADN”) hace que una persona sea auténticamente única y, hasta ahora, irrepetible. Aunado a esto, cada persona va adquiriendo ciertas características psicológicas, sociales, económicas, educativas, culturales y espirituales que la hacen especial. Incluso, aún y cuando la clonación hipotéticamente pudiera crear dos seres genéticamente idénticos, sus características contextuales y temporales podrían constituirlos con identidades diferenciadas.

La definición de la identidad personal, por lo tanto, abarca desde los orígenes mismos del ser individual, toda su historia (o autobiografía, incluyendo logros y fracasos), sus conocimientos, su educación, su salud, lo que actualmente se concibe y auto-percibe (en mentalidad, corporalidad, emoción, comportamiento y acciones) y lo que desea ser (sueños, deseos, metas, objetivos y misión en la vida), además de la concepción misma de lo que se cree que los demás perciben (en las tres temporalidades: pasado, presente y futuro).

Es importante señalar que cualquier decisión tomada con respecto al manejo de nuestra identidad y de su proyección, siempre estará condicionada a un contexto determinado y al tiempo en que se realiza, lo cual influirá de alguna manera en la afectación de la percepción y en la resultante imagen profesional. Las organizaciones podrán cambiar ciertas pautas de percepción, en cuanto a los referentes de lo que se considera como una conveniente imagen profesional, conforme va transcurriendo el tiempo. Sin embargo, no existen parámetros o reglas específicas de cómo se da este fenómeno.

Relación de Mutuo Beneficio

Un elemento conceptual más de nuestra definición sobre lo que es la imagen profesional se refiere al propósito de su manejo: ¿a quién debe beneficiar? En un

primer momento, cualquier persona podría creer que mantener una adecuada imagen profesional es sólo por beneficio propio. Aunque esta persona tendrá beneficios incuestionables, también es claro que la organización donde labora se beneficia igualmente de ello.

Desde el punto de vista de las relaciones públicas y el modelo bi-direccional simétrico (Grunig, 1984, 2001), el manejo de la imagen profesional es de beneficio doble, tanto para la persona como para su organización o público objetivo. Un empleado afectará la imagen global de su organización si su imagen personal no es la adecuada para la labor que desempeña. Un profesor universitario, por ejemplo, que piensa que la libertad de cátedra le “autoriza” el no dedicarle esfuerzo a su imagen personal, estará comunicando ciertos valores e identidad que no necesariamente serán los más convenientes para la imagen de la universidad en cuestión (más si se trata de una de tipo privado).

Al pensar en un manejo de la imagen profesional, debemos siempre partir de la concepción de que tanto la organización como la persona saldrán beneficiadas.

En el Cuadro, se enlistan algunas de las ventajas para la organización y de los beneficios para la persona, cuando se decide hacer un manejo de la imagen profesional. En determinadas circunstancias del manejo de la imagen profesional, no existirá una organización como tal, sino que posiblemente habrá un público objetivo o una audiencia específica, como se habló anteriormente. En estos casos, lo mismo debe considerarse en cuanto al beneficio de manejar profesionalmente una imagen, pues a final de cuentas se tiene un propósito de relación y se busca que ésta pueda darse de la mejor manera.

Ventajas organizacionales	Ventajas Personales
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mejora la imagen corporativa 2. Mejora la comunicación organizacional 3. Mejora la calidad del servicio 4. Mejora el comportamiento y actitud organizacionales 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Favorece el conocimiento y reflexión de sí mismo 2. Incrementa la seguridad en uno mismo 3. Ayuda a identificar fortalezas y áreas de oportunidad en la propia imagen

<p>5. Favorece un mejor clima organizacional</p> <p>6. Mejora las relaciones públicas con el personal</p> <p>7. Eleva el sentido de pertenencia del personal hacia la Institución</p> <p>8. Incrementa el orgullo organizacional</p> <p>9. Refuerza el sentido de dirección organizacional</p> <p>10. Contribuye a fomentar una favorable reputación corporativa</p>	<p>4. Ofrece mejores herramientas y medios para mejorar la proyección de la identidad</p> <p>5. Ofrece alternativas para mejorar la actitud, el comportamiento, el discurso y la vestimenta profesional</p> <p>6. Hace consciente la actitud profesional</p> <p>7. Mejora la comunicación personal</p> <p>8. Mejora las relaciones interpersonales</p>
--	--

Factores de Proyección de la Identidad Profesional

En la definición de lo que es la imagen profesional (y que se ofreció desde un inicio), comprende, igualmente, a los cinco factores de proyección de la identidad personal. Ahora los analizaremos de manera breve.

Identidad-Profesional. El factor identidad-profesional abarca no sólo el aprendizaje (serie de conocimientos) adquirido en el área específica laboral de una persona en particular, sino también las habilidades y competencias profesionales que posea. Podríamos decir que la identidad-profesional expresa, también, lo que un plan de vida y carrera conforma: conciencia sobre el cambio, equilibrio en las diversas esferas del ámbito personal, misión profesional, objetivos de carrera y la estrategia profesional a seguir. Desafortunadamente, no es fácil transmitir clara y adecuadamente este factor, a menos de que tengamos algunas evidencias que hablen de ello.

Actitud y Comportamiento. La diferencia entre la actitud y el comportamiento radica en que el primer factor está más relacionado con la postura corporal y la proyección de la energía (a lo que algunos podrían llamar “vibra”), mientras que el segundo tiene que ver con las decisiones y acciones a seguir en ciertas

circunstancias o contextos, además del dominio y efectividad de los protocolos profesionales (saludos, reuniones de trabajo, comidas, presentaciones y demás).

Es decir, la actitud va a estar siempre presente (se realice o no algo), mientras que el comportamiento tiene que ver con el dominio de los protocolos sociales, además de que va precedido de una decisión y seguido de una acción. La labor misma del profesional (sea de la profesión u oficio que sea) será parte de su comportamiento y afectará enormemente su imagen profesional.

Discurso. En el discurso, existen dos niveles de análisis, importantes por igual: el hablado y el escrito. En el hablado, no sólo se refiere a las cuestiones del mensaje y el manejo de la lengua en sí, sino también a las características paralingüísticas (pronunciación, dicción, modulación, tono, acento, volumen y timbre). En el escrito, el redactar efectivamente tendrá un impacto determinante para la imagen profesional de cualquier persona. De esta manera, el conocer los lineamientos básicos de la gramática (sintaxis, ortografía, acentuación y puntuación) será imprescindible.

Vestimenta. Sobre la vestimenta, podrán existir diversas interpretaciones e, incluso, descalificaciones acerca de su relevancia. Sin embargo, en el mundo profesional, de negocios o académico, este factor tiene un impacto que no puede soslayarse. Inclusive, en ocasiones, este factor puede ser el determinante para establecer, dañar o reforzar una efectiva imagen profesional. No existe un lineamiento general de vestimenta profesional, pues -según cada ámbito profesional- el código de cómo vestirse variará notoriamente. Por ejemplo, el código del ámbito de negocios -en cuestión de vestimenta- será mucho más tradicional y rígido que el código de vestimenta del ámbito artístico.

A continuación, te comparto algunas recomendaciones que ayudarán a que tu imagen sea favorable:

- Vístete con un objetivo en mente: cada mañana antes de ir a trabajar piensa en cuál es el mensaje que quieres mandar para los demás, ¿quieres verte más formal y maduro o más juvenil y accesible?
- Evita las prendas arrugadas o sucias: inspecciona tu ropa con regularidad para que evites sorpresas desagradables a la hora de vestirte.

PRIMER INSTITUTO PARAGUAYO DE ESTUDIOS DE PROTOCOLO Y CEREMONIAL

Reconocido por el MEC Resolución Nº 106 (03/02/94) y Ampliado s/ Resolución 64/01

- Aprende el lenguaje de los colores: los colores oscuros proyectan mayor poder y liderazgo, los claros denotan accesibilidad y cercanía.
- Cuida tu higiene personal: cada aspecto de ti es importante, desde tu cabello hasta las uñas. Por esta razón, el cuidado personal juega un papel fundamental.
- Pon atención a los detalles: ya sea el largo de tu corbata o falda, prendas bien planchadas, accesorios adecuados, zapatos boleados, etc. Si cuidas los detalles en tu imagen, las personas también pensarán que lo harás en tu trabajo.

Recuerda que tu imagen es una herramienta para alcanzar el éxito y su cuidado contribuirá a alcanzar tus objetivos, ¡cuida de ella!

Imagen Profesional – Vestimenta Laboral



La primera recomendación general es que tengas presente que la vestimenta es una herramienta de comunicación no verbal, habla de vos te lo propongas o no, teniendo en cuenta lo anterior lo mejor que puedes hacer es vestirte con intención

La vestimenta laboral debe cubrir 4 puntos:

- El Rubro
- El Rol o cargo y las aspiraciones (el puesto al que deseas ascender)
- El lugar físico donde se desarrolla tu actividad
- Lo que el cliente espera ver

1. RUBRO

Si trabajas en profesiones o puestos relacionados a estas áreas:

- Moda, Diseño en todas sus variantes desde el Industrial hasta el de Interiores, Periodismo, Arquitectura, Publicidad, Informática tu código de vestimenta (aunque no esté escrito en un manual de vestimenta) es Smart Casual o Casual Inteligente

Mensaje Creatividad, Cercanía, Desenfadado, Relajado, Amigable

No es necesario el uso de blazer (saco), se puede usar moda en ropas, accesorios y complementos sin exagerar

- Ventas, Consultorías, Salud, Docencia Universitaria, Comerciales tu código de vestimenta es Profesional o Profesional Casual

Mensaje Eficiencia, Confiabilidad, Experto, Conocedor

Clave: Blazer (saco)

La Moda puede ser incorporada en pequeñas dosis

- Banco, Casa de Bolsas, Corporaciones Multinacionales, Abogados, Notarios, Empresarios, Cargos Gerenciales tu código de vestimenta es Formal

Mensaje: Poder, Autoridad, Seguridad, Formalidad, Liderazgo

Clave: Traje Sastre

Colores Oscuros y Fríos en general tanto como para Hombres y Mujeres

En el caso de los Hombres Reservar el negro solo para proyectar máxima autoridad durante el día. El blanco y Celeste van en camisas

Zapatos:

Mujeres: cerrados sin plataforma con tacos/tacones de 5 a 7 cms.

Hombres: Con Cordones/Agujetas

Medias

Hombre: Del color del pantalón o zapato, largo hasta debajo de la rodilla

Mujer: Natural (transparente)

Cinto/cinturon debe ser de cuero/piel, del mismo color que el calzado y la cartera en el caso de la mujer.

Para ambos: Los lentes (gafas) de receta deben ser de colores neutros, en lo posible montados al aire o de poco peso visual, de cristales antireflex

Joyería: Solo de Color Plateado o Dorado, estilo clásico, tamaño mediano

El cabello y las unas deben estar impecables

2. ROL/CARGO o ASPIRACIONES

Debes vestirte acorde a tu puesto actual o al cargo que deseas obtener

3. EL LUGAR FISICO:

No es lo mismo trabajar en una oficina que visitar una obra

4. LAS EXPECTATIVAS DEL CLIENTE

Pregúntate: ¿qué es lo que espera ver el cliente cuando va a la oficina o tiene agendada una reunión de trabajo?

Como reflexión final

Mujeres Tener presente que en ninguno de los códigos de vestimenta se debe mostrar demasiada piel mientras se esté en el rol o dentro del horario de trabajo

A pesar del calor asegúrate de que tu vestimenta laboral juegue a tu favor.



Cuidado Personal

Presta atención a tus manos. Las mismas deben mostrar unas uñas recortadas, de un largo apropiado y discreto. El uso de esmaltes de uñas de colores no vistosos. Mantener una imagen de buena higiene, entre ellos el uso adecuado de desodorante y aromas moderados. De contar con vello facial, su barba debe estar recortada y ofrecer un aspecto de cuidado. Lleve el cabello limpio y bien peinado. De desear utilizar algún pasador, se recomienda que sea uno pequeño y de tonalidad sobria.

Decidiendo que vestir

Al momento de la vestimenta profesional existen dentro de la dinámica laboral unos llamados básicos. A continuación, te mencionamos esos elementos de vestimenta que debes considerar al momento de seleccionar tu atuendo profesional.

- Faldas de corte recto a la rodilla (negro, azul oscuro o tonalidades grises)
- Pantalón holgado, no teñido a la silueta del cuerpo (negro, azul oscuro o tonalidades grises)

PRIMER INSTITUTO PARAGUAYO DE ESTUDIOS DE PROTOCOLO Y CEREMONIAL

Reconocido por el MEC Resolución Nº 106 (03/02/94) y Ampliado s/ Resolución 64/01

- Materiales recomendados para los elementos como faldas y pantalones, la combinación de rayón y algodón
- Camisas con manga (puede ser manga corta, $\frac{3}{4}$ o manga larga)
- Zapatos limpios y cerrados (negro, tonalidad café)
- De utilizar tacones, deben tener una altura no mayor de 2 pulgadas
- Su ropa debe estar limpia y planchada.

Accesorios

“Menos es más”, es una frase que debemos recordar al momento de seleccionar los accesorios que llevaremos en ese día de la entrevista. Es considerado accesorio a todo elemento fuera de la vestimenta, que resalte la apariencia. Es importante, mantener una imagen neutral. Para ello recomendamos, el uso de relojes de colores neutros (dorado, plateado, negro o café). De usar pulsera que sea pegada al brazo. El uso de un solo anillo en una sola mano. Corbatas, de colores enteros (negro, colores cafés, grises, azules o de líneas). Correa para los caballeros, ya que siempre su camisa deberá de ir por dentro. Las pantallas deben de ser recatadas.

Elementos que debemos evitar

Uso de ropa con escotes o transparencia. Uso de faldas cortas (por encima de la rodilla), uso de mahones o *leggings*. Uso de *t-shirts*, camisas playeras o de material promocional. Accesorios llamativos. Pantalones cortos, tenis o calzado deportivos. Evite el uso de ropa ceñida a su estructura de cuerpo. Uso de bolsos u artículos promocionales.

Una imagen profesional en tiempos de home office



A pesar de que adaptarnos a cambios exige de un proceso natural que conlleva tiempo y esfuerzo, el optimismo resulta clave para superar los retos

Cuando las contingencias se presentan nos obligan a cambiar muchos de nuestros hábitos y rutinas, de manera imprevista, volviendo necesaria una adaptación rápida a las nuevas circunstancias. Tal ha sido el escenario producido por la actual crisis sanitaria relacionada con el Covid-19, que nos impone retos importantes de cara a futuro en sentido amplio.

Así, decenas de miles de profesionistas se han visto forzados a abandonar sus oficinas y edificios de trabajo, para trasladar sus actividades laborales diarias a su propio domicilio particular, ante la urgencia de quedarnos en casa con el propósito de reducir significativamente el riesgo de contagio masivo.

Si bien el llamado *home office* no es un concepto nuevo, lo cierto es que hasta antes de la presente contingencia eran relativamente pocas las empresas y organizaciones en México que ya empleaban esta modalidad de forma cotidiana entre sus colaboradores.

Por tanto, para un número mayoritario de mujeres y hombres en edad productiva, el teletrabajo sí es algo nuevo en sus vidas, lo cual implica, en varios casos, la falta de atención hacia determinadas consideraciones cuya inobservancia puede perjudicar su reputación profesional e incluso poner en riesgo su empleo o negocio. Entonces, se torna imprescindible revisar algunos aspectos que nos ayudarán a mantener el profesionalismo en tiempos de *home office*.

En primer lugar, debemos recordar permanentemente que, aún cuando nos encontramos en la comodidad de nuestro hogar y no en la oficina, ello no implica que debamos asumir una conducta de descanso o relajación similar a la que adoptamos en períodos vacacionales.

En otras palabras, dentro del horario laboral, debemos contar con una entera disposición de trabajo y diligencia, pues de lo contrario, se reflejará en un rendimiento deficiente. En congruencia, evitemos pasar todo el día en pijama y desaliñados, ya que incluso este tipo de detalles tiene un efecto psicológico que impacta en la productividad laboral.

En el mismo orden de ideas, es relevante subrayar que la forma en que nos comportamos y nos presentamos ante los demás habla mucho sobre el tipo de profesionales que somos.

¿Cómo gestionar tu imagen profesional frente al teletrabajo?

Desde que se dio inicio al estado de emergencia en el Perú, producto del COVID-19, el *home office* es una de las alternativas de trabajo más empleada, pero también recién implementada por las organizaciones; llevando a muchos colaboradores a olvidar el valor de una adecuada gestión de la imagen profesional.

Esta perspectiva que tiene una persona sobre otra, denominada imagen profesional, no solo se basa en desarrollar conocimientos y habilidades, sino en adicionar una impecable presentación y comportamiento personal para lograr el éxito laboral.

PayU Perú te comparte 10 consejos para mejorar tu imagen profesional durante el *home office*:

Evita sentarte delante de una fuente de luz: De esta forma no habrá contraluz y evitarás verte oscura, propiciando contacto visual y una mejor comunicación.

PRIMER INSTITUTO PARAGUAYO DE ESTUDIOS DE PROTOCOLO Y CEREMONIAL

Reconocido por el MEC Resolución Nº 106 (03/02/94) y Ampliado s/ Resolución 64/01

Coloca la pantalla en un sitio fijo: Evita los movimientos con el teléfono o la laptop para no distraer al resto y verte poco profesional.

Posiciona la cámara a la altura de tus ojos: Esto permitirá que no te veas como una persona sumisa (si tienes la cámara encima de los ojos) ni intimidadora (si el lente está enfocando de abajo hacia arriba)

Intenta mirar a la cámara: Esta es una señal de que estás prestando atención y dejando de lado otras actividades.

Evita ruidos de fondo: Ubícate en un espacio aislado de ruidos ambientales con la finalidad de poder tener una comunicación efectiva.

Prepara lo que está atrás de ti: Sabemos que la cámara no solo enfoca tu rostro, sino lo que está detrás de ti; por ello ordena tu espacio o de lo contrario retira las cosas innecesarias para no perjudicar tu imagen.

Usa ropa apropiada: Es decir, acorde a la ocasión, evitando prendas brillosas o que generen un reflejo o ruido visual durante la comunicación.

Si compartes pantalla, cierra las pestañas innecesarias: Esto evitará distraerte y distraer a tus partners, además de resguardar tu privacidad.

No te retires sin motivo: Al igual que en una conversación face to face existe un saludo y una despedida, en el trabajo remoto es importante que avises si te desconectarás.

Sonríe: Recuerda que la comunicación no verbal transmite más que la verbal, por tanto sonríe y haz la conversación más llevadera.

Identidad digital

Al igual que la identidad humana, la identidad digital se compone de las siguientes características, datos y atributos:

- Nombre de usuario y contraseña
- Fecha de nacimiento
- Número de seguridad social
- Historial médico
- Actividades de búsqueda online, como transacciones electrónicas,
- Historial de las compras y del comportamiento online

Cualquier interacción que ocurra en el contexto digital proporciona datos sobre lo que hemos hecho y el ámbito en el que lo hemos hecho; esto es muy relevante a la hora de seleccionar a un candidato atendiendo a su comportamiento, personalización o marketing, dirigido a un público específico, y otras redes sociales servicios de gráficos. En otros términos, dejamos una huella digital tan grande como el número de individuos con los que interactuamos.

La identidad digital se puede definir como el conjunto de información y datos online sobre un individuo.

La identidad digital se compone de cuatro categorías de información/datos:

1. Elementos de autenticación: dirección de correo electrónico, nombre de usuario, contraseña, apellido(s), nombre, pseudónimo, IP, dirección, etc.
2. Datos: personales, administrativos, profesionales, bancarios, sociales, etc.
3. Identificadores: fotografía, logo, imagen, avatar, etc.
4. Trazas digitales: contribuciones a sistemas de gestión de contenidos públicos como Twitter, YouTube, Wikipedia, etc.

La identidad digital es la identidad online o de redes adoptada en el ciberespacio por una persona física, una organización o un dispositivo electrónico. En términos de gestión de la identidad digital, las cuestiones clave son la seguridad y la privacidad. Redes sociales como Facebook y Twitter permiten a las personas mantener una identidad online en la que algunos elementos del mundo real coinciden con algunos elementos del mundo virtual.

A menudo estas identidades son creadas para reflejar un aspecto específico o una versión ideal de uno mismo. Las representaciones incluyen fotos, conversaciones con otros “amigos” y pertenencia a grupos y redes.

La identidad digital describe únicamente a una persona a través de la información sobre las relaciones e interacciones de este sujeto. Un problema importante es saber con quién se está interactuando en el ciberespacio. Actualmente no hay medios que puedan detectar la identidad de una persona en el espacio digital (la identidad se puede cambiar, ocultar, abandonar y reemplazar por una nueva). Los usuarios digitales también pueden crear más de una identidad en las distintas comunidades a las que pertenecen. Aunque haya muchos sistemas de identificación digital que intenten abordar este problema, todavía se necesita un sistema de identificación que funcione y que sea único.

Desde sus comienzos, Internet se ha convertido en una entidad global para millones de personas que aportan cada día más y más información. “Internet permite que el flujo de información circule de una forma mucho más libre que antes” (Solove, 17). Vamos camino de una sociedad en la que toda la información sobre nosotros está grabada, queda registrada forma permanente (incluyendo delitos), está disponible en línea, y seguirá “persiguiéndonos” por lo que hemos hecho.

Por esta razón, cuando utilizamos Internet tenemos que entender su enorme poder.

Una vez que una información ha sido colgada en Internet, ya no habrá manera de eliminarla. Por lo tanto, tenemos que ser prudentes a la hora de subir a la red información sobre nosotros, pues nuestra identidad digital es tan importante como nuestra identidad física. Por suerte, hay distintas maneras para gestionar la percepción que los demás pueden tener de nosotros en el contexto digital.

Te sugiero decidir cuál de tus redes sociales quieres utilizar para objetivos personales y cuál a nivel profesional.

Esto te llevará a publicar montones de post en Facebook de forma privada y a “limpiar” los contenidos que compartes en otras plataformas. Es prácticamente imposible esconder nuestras redes sociales a nuestros futuros jefes.

Para poder crear tu identidad digital profesional y enseñar al mundo quien eres, necesitas entender qué es lo que refleja tu personalidad.

Cómo definir la identidad digital

1. Antes de todo, necesitas saber quién eres, cuál es tu historia y, lo más importante, quedarte con esta historia. Necesitas ser sincero contigo mismo. Una vez hayas entendido cuáles son tus puntos fuertes y tus debilidades, serás capaz de destacar aquellos aspectos que te diferencian de los demás sin tener que hacer un gran esfuerzo por ser lo que no eres. Tienes que ser coherente en lo que se refiere a tu persona, tanto físicamente como online.
2. Intenta reflejar quién eres realmente en todo lo que haces, o correrás el riesgo de no resultar creíble. Esto significa gestionar las distintas plataformas y redes sociales a las que ya perteneces. Intenta hacer un uso adecuado de las redes sociales para asegurarte de que las plataformas digitales se ajusten a tu personalidad y a cómo quieres que los demás te perciban. No hagas tú esto sólo, y déjate aconsejar.
3. Crea tu marca personal eligiendo antes de todo las herramientas que vas a utilizar. Puedes usar herramientas horizontales: estas redes sociales no se identifican por temas específicos. Son generalistas y se basan en contactos. Las más conocidas son Facebook, Twitter, Google+, etc. También puedes elegir herramientas verticales: estas son sectoriales y se dedican a temas específicos. Por ejemplo LinkedIn o Researchgate, una red social para científicos e investigadores en la que los usuarios pueden compartir documentos, preguntar o contestar a preguntas y encontrar colaboradores. Es la red para científicos, profesionales de la investigación y otros apasionados por excelencia. Fue creada en 2008 por el virólogo y experto informático Ijad Madisch, encargado de redes profesionales como Flickr, Instagram o Youtube, siendo estas dos últimas de carácter _____???

4. Gracias a las nuevas aplicaciones que se crean cada día, tienes a tu disposición una cantidad infinita de opciones para presentar tu identidad digital al resto del mundo. Da igual que sea a través de una infografía, un video u otros medios. Lo importante es que seas tú mismo!

Qué significa una reputación digital y cuáles son las reglas para crear una buena reputación

Todos los padres lo saben: en la era de Secret y SnapChat, que los chicos lleguen a entender los peligros potenciales de Internet es muy difícil. Y es que los adultos también usan las redes sociales, porque para ellos es un modo de hacer negocios, o de poner en práctica estrategias de marketing.

No olvidemos que también sirven para relacionarse con otras personas. Y mientras a los chicos se los regaña porque son poco cautos cuando navegan por internet, en realidad son los propios padres los que no saben cómo gestionar su reputación en la red. “Internet es como un pequeño pueblo de dimensión global que nunca olvida nada”, explica Janine Warner autora de más de 25 libros, entre ellos Social Media Design For Dummies.

Esta memoria tan duradera es la causa principal de nuestras preocupaciones cuando hablamos de reputación online y de redes sociales. Sin embargo, otros elementos como los spambots que engañan a los usuarios de Twitter y les hace clicar enlaces de cuentas hackeadas, pueden afectar tu imagen digital. Puede parecer una estupidez – ¿cómo es posible que una cuenta falsa de otra persona afecte nuestra reputación online? – pero simplemente pulsando un enlace de una cuenta spam puedes quedarte sin acceso a tu propia cuenta. O incluso puedes enviar inadvertidamente una gran cantidad de mensaje spam a tus amigos, a tu familia e incluso a tu jefe.

Para evitar los spams es importante que gestiones tu reputación online y que prestes atención a tu comportamiento online.

Hoy en día, tener una buena reputación digital es tan importante como tener un Curriculum Vitae bien redactado, o tanto como obtener una buena posición para conseguir un crédito. Además de ser un medio para poner en contacto a las personas, las redes sociales son también el medio a través del cual potenciales

clientes y empleadores pueden conseguir más información sobre ti y no te extrañes si no les gusta lo que descubren.

Hay cuatros maneras principales para proteger tu buena reputación online:

1. Ser sincero
2. Ser exacto
3. Ser coherente
4. Mantener el perfil actualizado

Si puedes hacer esto, podrás conseguir una reputación digital intachable y válida. Esta es la respuesta a muchas preguntas que la gente hace sobre este tema. Vigilar tu perfil en las redes sociales actualizándolo constantemente te ayudará a detectar incoherencias. Además, si eres sincero y coherente, tendrás más posibilidades de que la gente te perciba como una persona respetable y profesional. En pocas palabras, tu objetivo es ser todo lo contrario de que lo que es un spammer.

Ten una foto de perfil tuya, una biografía real, detallada y da una imagen de ti que sea positiva y verdadera. Acuérdate de que gestionar tu reputación online es algo que tendrás que hacer siempre; incluso cuando empieces a notar resultados positivos, es importante que no dejes de estar activo en las redes sociales y que actualices tu sitio web con cierta regularidad

El último consejo es probablemente el más sencillo pero merece la pena repetirlo: no digas nada online que no dirías a un amigo, a tu madre o a tu jefe. Aunque se trate de un comentario que no lleve asociado tu nombre, rastrear su origen que quede ligado a tí es mucho más fácil de lo que piensas.

Muy pocas cosas son verdaderamente secretas o anónimas incluso cuando se supone que deberían serlo. Y cuando se ha dicho o hecho algo inapropiado, ya no se puede volver atrás. “No se puede construir una buena reputación online de un día para otro, pero sí que se puede destruir rápidamente” avisa Janine.

<http://blog.creativelive.com/how-to-manage-your-online-reputation/>

Cómo proteger y mejorar tu reputación

Construir una buena reputación online requiere meses o años, sin embargo se puede destruir en sólo unos segundos. Las personas pueden tener una percepción equivocada de tí sólo porque alguien pueda querer manipular tu información personal y darte una mala imagen. Por eso es importante estar al tanto de tu reputación online y tomar medidas para protegerla y mejorarla.

La mejor manera de mantener y mejorar tu reputación digital es a través de las conversaciones. Por eso es necesario que participes y contestes.

Puedes participar de dos maneras distintas:

- Creando contenidos y compartiéndolos en la web o apoyando la difusión de contenidos creados por otras personas utilizando las plataformas elegidas
- Participando en conversaciones de terceros, a través de comentarios

Es igual de importante empezar unas conversaciones y subir tu propio contenido a la web, como participar en conversaciones que hayan sido empezadas por otras personas, pues el conocimiento compartido y creado por los usuarios es uno de los elementos clave de la Web 2.0. Los principios de cooperación y del compartir son fundamentales en la cultura 2.0: para que puedas recibir, tienes que estar dispuesto a dar. Para crearte una buena reputación digital es importante aportar contenidos relevantes a la Web sobre los temas a los cuales queremos que se nos asocie.

Antes de mejorar tu reputación, es importante conocer lo que ya está escrito sobre tí, tu producto, tu empresa o tu página web. Lo puedes hacer utilizando las herramientas ya mencionadas (alertas, buscadores, etc.).

Para mantener y mejorar nuestra reputación digital es necesario:

- Construir relaciones con otras personas. Es importante que seas activo y participativo, que aportes contenidos que sean valiosos para los demás: comentarios, recursos, enlaces y cualquier otra cosa que consideres interesante. Tómate tu tiempo agradeciendo todos los comentarios que recibas online, la gente lo tendrá en cuenta y hará lo mismo con los tuyos. Cuanto más amplia sea tu red de contactos, más efectos positivos tendrás en lo que se refiere a tu reputación digital.

PRIMER INSTITUTO PARAGUAYO DE ESTUDIOS DE PROTOCOLO Y CEREMONIAL

Reconocido por el MEC Resolución Nº 106 (03/02/94) y Ampliado s/ Resolución 64/01

- Expón los contenidos con claridad, sinceridad, humildad, cortesía y tolerancia. Cultiva una buena relación con los demás, muestra sentido del humor y amabilidad. Perder el control puede dañar tu reputación; así que aunque te provoquen o alguien haya dicho algo que te haya hecho enfadar, piénsatelo dos veces antes de actuar.
- Edita los contenidos con mucho cuidado, evita los errores ortográficos y las expresiones que se pueden percibir como ofensivas.
- Acepta las críticas y tómatelas como una oportunidad para mejorar. Es necesario aprender a contestar haciendo ver que respetas las opiniones de los demás y que evitas los descalificativos.
- Intenta participar en las comunidades que son relevantes en tu trabajo. No solo adquirirás una increíble cantidad de información, sino que además mejorarás tu reputación digital.
- Evita ser impertinente y autoritario tanto si tienes éxito como si no. Tenemos que reconocer el buen trabajo desarrollado por otras personas. Tener demasiado orgullo perjudicará tu reputación. Tienes que actuar con humildad y reconocer que no eres perfecto, así los demás entenderán que no sólo estás interesado en ti mismo, sino en el bien de la comunidad.
- Fragmenta los contenidos sobre un tema específico en el mismo día.
- Presta atención a tu imagen y al ambiente en el que te mueves.
- Selecciona bien los contactos. No busques contactos a toda costa para hacerte notar. Esto puede ser autodestructivo para tu reputación.
- Establece normas claras de compromiso con los demás, evitando cambiar constantemente de criterio

Participación activa

En la mayoría de los casos, los empleadores buscan personas activas y evalúan tu participación en las redes sociales.

Aquí encuentras algunas reglas muy valiosas:

- Las opiniones personales son fundamentales a la hora de publicar noticias flash u otros contenidos;
- Las preguntas generan interacción (es importante saber lo que opina el público);
- Los posts acompañados por imágenes consiguen muchos mas “Like” que los textos sin imágenes;
- La frecuencia de los mensajes en las redes se define por el perfil del público al que te dirijas;
- Es importante conocer las “horas punta”;
- Educación, política y el “jet set life” son los temas más candentes;
- Para los usuarios que tienen una fan página en Facebook, es importante crear una welcome page (página de bienvenida);

Redes sociales (Twitter – Facebook - Google+)



A finales del siglo XX, en 1997, Andrew Weinreich teorizó el paradigma de los Seis Grados de Separación, que se basa en la teoría según la cual cada ser humano está conectado con otro en el planeta a través de una serie de conocidos que no tiene más de 6 enlaces (aunque ahora, gracias a Internet, se supone que los enlaces son 5)

Hoy en día las 3 redes sociales más influyentes y que cuentan con mayor número de usuarios son: Twitter, Facebook y Google +.

La creación de una cuenta (asociada a tu dirección de correo electrónico) es un proceso muy sencillo.

Lo que has de tener en cuenta a la hora de crear una cuenta es la importancia que ésta puede adquirir en futuro. Aunque en principio, puedas pensar que será sólo para uso personal, tarde o temprano, las compañías intentarán asociar el contenido y la información para construirte un perfil que seguramente será usado para determinar si eres un buen candidato.

Hoy en día la mayor parte de los reclutadores utilizan la selección a través de las redes sociales como parte de su estrategia de búsqueda de personal, así que es fundamental para las personas que estén buscando trabajo adquirir nuevas habilidades.

Facebook

Facebook es una red social de uso libre. Es el lugar en el que encontrar viejos amigos, seguir los pasos de tus estrellas preferidas, e involucrarse con marcas populares.

Utilizando Facebook, podrás comunicarte en tiempo real a través de una chat, crear contenidos y ponerte al día sobre otros temas y contenidos creados por otros usuarios utilizando distintas funcionalidades y de forma bastante sencilla.

Los usuarios pueden crear sus perfiles incluyendo fotos y un listado de intereses personales, pueden intercambiar mensajes de forma pública o privada y participar en grupos de amigos. El acceso a la información detallada de los usuarios puede ser limitada a las amistades previamente aceptadas, a miembros de la misma red o a cualquier usuario. Facebook es una Buena herramienta para enseñar tus habilidades y competencias. Ten en cuenta que los responsables de la selección del personal miran el perfil de Facebook antes de contratar a un nuevo empleado.

Twitter

Twitter es un servicio gratuito de microblogging que permite a los usuarios registrados emitir post cortos llamados tweets. Los miembros de Twitter puede emitir tweets y seguir los tweets de otros usuarios utilizando múltiples plataformas y aparatos. Los Tweets y las respuesta a los tweets pueden enviarse a través de

mensaje de texto desde móvil, el desktop o escribiendo en la misma página web Twitter.com. En Twitter la información enviada es pública por defecto.

A diferencia de Facebook o LinkedIn, que piden a sus usuarios aceptar los contactos, en Twitter los usuarios pueden seguirse uno a otro sin previa aceptación. Para entrelazar tweets en una misma conversación o asociarlos a un tema general, los miembros de la red pueden añadir un hashtag a la palabra clave de sus post. El hashtag que funciona como un meta tag está formado por #palabra clave.

Twitter es una buena herramienta para mostrar al resto del mundo cuáles son tus competencias y para seguir a otros profesionales de tu mismo sector.

Google+

Google* (Google Plus) ha parecido en el escenario de las redes sociales relativamente tarde y todavía no ha logrado la popularidad o la misma posición en el mercado de otras redes sociales.

Google+ es una combinación de Facebook (amigos, conocidos, grupos, etc.), Twitter (post cortos, hashtag, seguidores, etc.) y las redes profesionales como LinkedIn. Google+ conecta contenidos procedentes de distintas fuentes: Gmail, YouTube, Blogger.com, Google Maps, Google Translate, Google Flights, Google Play, Google News, Google Books, Google Scholar, Google Calendar, Waze y muchas más.

Una de las razones por la que Google puede crear conexiones de una forma tan eficaz es que utiliza un perfil unificado.

Estas tres plataformas son utilizadas mucho más en los contextos sociales que en ámbitos profesionales así que es muy importante que sus usuarios sean conscientes de su presencia en la red y sobre todo del tipo de imagen que proyectan. Cada vez más empresas utilizan Facebook, Twitter y Google+ para la selección del personal.

Portfolio Professional (LinkedIn - Slideshare)



LinkedIn es la red más utilizada para la selección del personal. Reúne varios elementos como el CV, la carta de presentación, las referencias y una base de datos de experiencias y competencias del usuario.

Un perfil de LinkedIn muy bien hecho es una buena herramienta para construirte una identidad profesional y darte publicidad. LinkedIn es tu portfolio profesional. Es una combinación de tus experiencias profesionales, intereses y competencias, diseñado para llamar la atención de las personas que te están buscando online: empleadores potenciales, contactos de otras redes. Etc.

Un perfil valido es el elemento clave que marca la diferencia en el mercado laboral. Aquí encontrarás algunas sugerencias para aprovechar al máximo LinkedIn en la búsqueda de empleo:

- Utiliza titulares – Describe lo que te caracteriza utilizando palabras clave: cocinero, programador, presidente, director, etc.
- Usa el encabezado - descríbete a tí mismo y utiliza palabras clave como: "cocinero", "programador", "presidente", "director"

Escribe un resumen de ti mismo con un amplio vocabulario que sea lo más conciso y específico posible: Soy programador en la empresa "___" poseo conocimientos de Inglés e Italiano en niveles C1 y B2, respectivamente. Tengo experiencia en programación de páginas web, diseño web, gestión de proyectos, hablar en público y trabajo en grupo. Haz que resalten tu educación, tus matrículas de honor y tus actividades.

- Incluye detalles importantes como títulos. Cuelga en contenido en slideshare y crea una carpeta con tus proyectos profesionales. Es un modo de completar tu portfolio profesional. Pídele a tu supervisor de prácticas, a un profesor o a un asesor cartas de recomendación e inclúyelas.
- Crea contactos. Tu participación en LinkedIn será evaluada positivamente. Pide a otros usuarios que te agregue.
- Asegúrate de que formas parte de grupos que están relacionados con tus perfiles profesionales y también de otros que tengan intereses afines a los tuyos . Utiliza la herramienta de búsqueda que está en la esquina superior derecha de la página de inicio y encuentra organismos que te interesen.

- Entra en la página LinkedIn de la empresa y sigue a las personas que trabajan allí.

Multimedia (Pinterest - Instagram - Youtube)



En Internet hay muchas páginas web que tienen una finalidad de combinar varios media, pero vamos a poner énfasis en "Pinterest", "Instagram" y "Youtube".

Pinterest consiste en colocar nuestras imágenes en varias pizarras virtuales. Éstas se pueden ordenar según lo que necesitemos (ya sea hacer un informe de algún evento, algún pasatiempo...)

Instagram fue comprado por Facebook en el momento exacto en el que se convirtió en el servicio líder para colgar y compartir fotos. Instagram está más orientado al individuo y a la moda del selfie y se ha convertido en un gran nicho de mercado que muestra fotos de nuestra vida cotidiana.

YouTube es la red social de difusión de videos online y de publicidad más importante; fue absorbida por Google en 2006. Te permite subir contenido audiovisual y visionarlo en cualquier parte del mundo.

Con YouTube ha nacido el fenómeno de de la transmisión live a través de un medio de transmisión streaming específico. Los Youtubers son personan que realizan videoblog con el objetivo de ser famosos en la red o que quieren influir en una parte de la población y que aspiran a ganarse la vida con la publicidad que generan a través de las visualizaciones. Es aconsejable que nuestro perfil profesional tenga un enlace a un videocurriculum o un canal para mostrar nuestros trabajos más destacables.

Cómo mejorar

La creación de tu identidad y de tu reputación digital no es la parte más difícil ni la que requiere más esfuerzo de tu parte. Lo más exigente es seguir mejorando tu identidad y proteger tu reputación todos los días. Se trata de un proceso cíclico: cada día tendrás que esforzarte y hacerlo lo mejor que puedas para que tu marca (junto con tu CV y tu portfolio) aparezca como el perfil ideal de candidato que una cierta empresa pueda estar buscando para un puesto de trabajo. No merece la pena abrirse una cuenta para luego dejarla inactiva; es preferible darse de alta en una red social cuando sabemos exactamente el uso que vamos a hacer de ella y así rellenar el formulario de registro con información que puede resultar interesante y un valor añadido para toda la comunidad digital.



Resumir y planificar

Las redes sociales revelan tu personalidad y tu actitud en ámbito laboral y pueden determinar al mismo tiempo el éxito de tu carrera profesional. Esto requiere evitar de cometer errores colosales, como:

1. No tener un plan o estar en las redes sin un objetivo;
2. Aunque sean gratuitas, las redes sociales puede costar tiempo y dinero para quienes las utilizan a diario o para los empresarios que las utilizan de forma inadecuada. El primer paso es establecer cuál es tu objetivo y a quiénes quieres llegar con esa herramienta;

3. Conseguirlo todo a la vez. Después de establecer un plan estratégico, es normal que quieras implementar todas las acciones al mismo tiempo pero esto puede convertirse en una sobrecarga. Antes de todo, haz una búsqueda para determinar cuáles son las redes que mejor responden a tus objetivos;

4. No medir el retorno que tu inversión debería generar. Antes de empezar a utilizar las herramientas, decide cuáles son tus objetivos y cómo controlar el tráfico en las redes sociales. Muchas de ellas ofrecen funcionalidades que señalan el alcance por regiones demográficas y averiguan la procedencia de tus visitantes y cuantas visitas estás logrando;

5. No insertar información relevante en los perfiles. Es muy importante completar todos los campos del perfil porque la información que ponemos es la que parecerá a la hora de la búsqueda en Internet.

Los perfiles en las redes sociales a menudo requieren varias información como foto, logo, etc. Algunos usuarios solamente rellenan los apartados que consideran los más importantes y acaban dejando el perfil incompleto. Cuanto más completo es tu perfil, más oportunidades tendrás que te encuentren en la red.

6. Descuidar las opiniones de los demás. Intenta interactuar con tus contactos. Si ya te has encontrado en al situación en la que sólo una persona habla y no deja a los demás expresarse, ya sabes lo molesto que puede ser no recibir la atención debida. En las redes sociales las dinámicas son las mismas: si un usuario sólo se dedica a la autopromoción y no interactúa con los demás puede acabar perdiendo seguidores. Así que si alguien deja un comentario en tu perfil o sube una contenido, no olvides que tienes que contestarle.

7. Eliminar comentarios negativos y críticas. Hay usuarios que utilizan las redes sociales para quejarse o criticar algunas acciones o actitudes. En la mayoría de los casos, la primera reacción es borrar el comentario para que los demás contactos no lo vean. Sin embargo, cuando borras un mensaje, los usuarios pueden pensar que estás ocultando algo o que pretendes enseñar siempre una imagen positiva de ti mismo. En lugar de quitar los posts, intenta contestar cortésmente y estate a la espera de que alguno de tus contactos te defienda.

8. Se utilizadas de forma equivocada, las redes sociales puede destruir tu carrera profesional. No borres las críticas. Intenta entender quien ha podido ser y por qué te

está criticando. Orienta la conversación de manera que acaben subiendo comentarios contradictorios con sus mismas críticas.

9. No darle importancia a perfiles ya existentes. Investiga siempre Internet para averiguar dónde aparece información asociada a tu nombre. ¿Sabes ya que mucha de la información sobre ti ya está en Internet sin que tú lo sepas? Una simple búsqueda te mostrará perfiles de Google Places, número de empresas y sitios web con información de tu contacto. Lo importante es actualizar estos perfiles, pues aunque no tengas una página web o un perfil en las redes sociales, tus jefes siempre pueden encontrar información sobre ti.

10. No tener tiempo para actualizar los perfiles. Crear una marca en Internet necesita tiempo y dedicación. Para ampliar tu red de contactos online, tienes que estar listo a dedicar un par de minutos al día a actualizar todos tus perfiles. Si piensas que no tendrás tiempo para hacerlo de forma constante, es mejor que no empieces.

Recuerda que no basta ser profesional sino que hay que parecerlo, que el éxito profesional va de la mano con la gestión de una correcta imagen personal y que el 97% de nuestra comunicación es no verbal. Por tanto, en tus manos está la imagen que deseas proyectar en digital o en persona.

Hasta pronto!

Prof. Li. Tamara Gómez.