

Material Imprimible

Curso Cómo generar una imagen profesional exitosa

Módulo El ceremonial empresarial

Contenidos:

- Etiqueta corporativa y empresarial
- Reglas de cortesía y buenos modales
- Errores de etiqueta
- Los uniformes y su lenguaje institucional
- La etiqueta en las entrevistas de trabajo
- La imagen profesional en los entornos digitales

Etiqueta corporativa y empresarial

Mucha gente piensa que la etiqueta solamente tiene que ver con el código de vestimenta que se indica usualmente en las invitaciones a eventos protocolares, o en nuestro caso, con las reglas vestimentarias que se deben tener en cuenta en los diferentes entornos laborales.

La realidad es que también se conoce por **etiqueta** a esas reglas de conducta establecidas que nos hacen la vida social más llevadera, por lo que podemos definirla entonces, como el conjunto de normas básicas de comportamiento, cortesía y buena educación que deberían utilizar todas las personas que integran una sociedad.

Ahora bien. En el entorno laboral, la etiqueta se define para diferentes situaciones.

La etiqueta corporativa, por ejemplo, incluye a las normas básicas de convivencia en una oficina, o en las instalaciones de cualquier empresa.

Dicha etiqueta, a su vez, nos enseña a saludar a las personas que tienen nuestro mismo puesto, o que se encuentran en uno superior o inferior, de la manera correcta; a decir siempre por favor y gracias; a no hablar a los gritos; a no comer en nuestro puesto de trabajo; y a tener nuestro escritorio presentable y ordenado, entre muchas otras cuestiones.

Algunas empresas resumen estas reglas en manuales de convivencia que les otorgan a sus empleados, o simplemente las hacen visibles en los lugares adecuados, incluyendo indicaciones para el uso del microondas y la heladera, en la cocina de los empleados; las impresoras y fotocopiadoras; las salas de reuniones; los baños, y demás instalaciones de la empresa.

También hay una etiqueta, o código de comportamiento, para las reuniones y discusiones de trabajo. Más allá del lugar en el que debe sentarse cada integrante de la compañía en una mesa de reuniones, según su cargo, esta etiqueta establece ciertas pautas muy específicas.

Estas son:

- En primer lugar, ser puntual

- Luego le siguen aprender a no monopolizar la discusión o la negociación de la reunión, permitiendo que los demás expongan sus ideas y puntos de vista
- También lograr implementar la escucha activa, manteniendo el contacto visual con las otras personas, en lugar de ponerse a responder emails o mensajes de texto, mientras los otros hablan en el transcurso de la reunión
- Y ayudar a ordenar la sala, finalizada la reunión, para que quede tal cual como se la encontró, al iniciarla

En este sentido, se apunta a que las normas de cortesía y educación se apliquen en toda transacción comercial o de negocios, sin olvidar que estos últimos se llevan a cabo entre personas que buscan un acuerdo común que satisfaga los intereses y los objetivos de ambas partes.

Por este motivo, las reglas de etiqueta netamente empresariales están muy condicionadas por el contexto, siendo diferentes para cada sector de una misma empresa, y para cada región, país o cultura.

Igualmente, en el rubro de los negocios, hay normas básicas que siempre hay que tener en cuenta. Veamos algunas de ellas:

- Como decíamos anteriormente, vestir de forma profesional, aunque el encuentro sea más casual, y saber saludar, son las reglas prioritarias;
- Le siguen aprender a romper el hielo, evitando ciertos temas polémicos;
- Saber escuchar y expresarse de forma clara
- Manejar la sutileza y las habilidades blandas para relajar las tensiones durante negociaciones duras.
- También es importante cumplir con lo que nos hemos comprometido: esto va desde pagar las facturas en el plazo pactado, como ser puntuales en los plazos de entrega de los proyectos, productos y servicios.

Saliendo un poco de los espacios laborales tradicionales, tenemos que abordar el nuevo contexto que dejó el crecimiento exponencial de los entornos digitales y el uso de los sistemas informáticos en absolutamente todos los entornos empresariales.

Aquí se origina la llamada “netiqueta”, que, de acuerdo a los expertos, se puede definir como el conjunto de reglas que nos ayudan a manejar nuestro comportamiento y modo de comunicación, al redactar, por ejemplo, correos electrónicos y whatsapps; y al realizar posteos en las redes sociales. Ampliaremos este concepto más adelante.

La importancia de la etiqueta empresarial suele desarrollarse como eje temático durante eventos empresariales de integración, que en general se organizan en las compañías, para mejorar las relaciones interpersonales y el clima laboral.

Muchas empresas adhieren a la idea de que el correcto uso de la etiqueta es un factor determinante para distinguirse de la competencia y disponer de un sello exclusivo que marque las diferencias.

A su vez, la etiqueta surge de la necesidad de construir buenas relaciones interpersonales, que deben estar basadas en usos y costumbres que pueden manifestarse durante el desarrollo tanto de la vida familiar, como social y laboral de los empleados.

Además, su práctica da lugar al posicionamiento del nombre de las organizaciones, no solo por la calidad profesional que se puede proyectar, sino por la educación, apariencia, principios, conductas y habilidades sociales que comunican.

Al mismo tiempo, los estudiosos en la materia, aseguran que la etiqueta funciona como una guía que provee los principios que se deben seguir, para actuar de manera oportuna y asertiva en cada uno de los espacios y momentos de la vida, brindando las capacidades necesarias para proyectar una imagen positiva, empática, segura y exitosa.

Por lo tanto, siguiendo este concepto, podemos decir que en la actualidad, el conocimiento de la etiqueta corporativa es un asunto esencial en las organizaciones, ya que las exigencias del mundo empresarial son cada vez mayores y demandan procesos que faciliten la productividad y el rendimiento personal.

Esto quiere decir que las empresas de hoy no solo necesitan contar con profesionales competentes, sino con colaboradores con excelentes actitudes y aptitudes sociales para lograr respeto, armonía y convivencia, entre otros valores imprescindibles, que pueden impactar positivamente tanto en el clima laboral interno, como en las relaciones externas, es decir, con los clientes, los proveedores y las personas en general.

En relación a lo que conlleva trabajar en la etiqueta empresarial, les compartimos algunos consejos útiles para su buena práctica:

- En primer lugar, saludar sin distinciones, de manera cordial, y teniendo en cuenta la posición, a todo el personal
- Como mencionamos previamente, ser puntual y no hacer esperar a ningún colega, sea del equipo que sea
- También podemos celebrar el buen desempeño de compañeros y subalternos
- Otro concepto clave es corregir siempre en privado.
- Mantener un absoluto respeto por la privacidad de los demás.

- No intentar averiguar cuál es el sueldo de compañeros ni jefes.
- No estar pendiente del celular durante las horas laborales, salvo en caso de extrema urgencia y necesidad.
- Tampoco ingerir platos copiosos, o alimentos olorosos, en el puesto de trabajo.
- Es importante evitar masticar chicle.
- Moderar el vocabulario, y desterrar el uso de términos groseros durante las conversaciones laborales.
- Aprender a criticar menos y aportar más, lo que incluye evitar el rumor y el chisme
- Cuidar la postura, la manera de caminar y la forma de sentarse
- Anunciarse antes de entrar a cada oficina
- Ofrecer atención oportuna y pertinente, que es lo que decíamos previamente de la escucha activa
- Y finalmente, procurar que las comunicaciones formales, tanto escritas como verbales, mantengan el adecuado formalismo empresarial.

Reglas de cortesía y buenos modales

Estas reglas, desarrolladas por los especialistas en protocolo, difieren de la etiqueta social, ya que el mundo corporativo tiene sus propias normas. Pero primero avancemos con todo lo relacionado al momento de presentarnos a la otra persona.

Sabemos que la presentación es esa situación clave en la que generamos en el otro una primera impresión, que debería ser siempre impecable.

Sin dejar de lado nunca la cordialidad, se debe mencionar, en el momento del saludo, el nombre completo y el puesto que se ocupa en la empresa.

Si el nombre o el apellido son complicados, se puede repetir, o aprovechar el mismo momento para ofrecer la tarjeta personal donde se lo podrá ver por escrito. Aquí la otra persona responderá de la misma manera, por lo que podemos ser nosotros los que no entendamos bien su apellido si es muy complicado, por ejemplo. En ese caso muy amablemente, y siempre seguido de un adecuado por favor, deberemos pedir que nos lo repitan.

Sigamos con el saludo. Si estamos sentados, siempre debemos ponernos de pie para saludar a una persona que nos van a presentar, o que nosotros vamos a presentar a un tercero.

Y, aquí es donde aparece la regla número uno de la etiqueta: no se saluda ni se presenta a nadie permaneciendo sentado. Y aunque ya no se sigue mucho esta norma, tampoco uno debería saludar o presentar a alguien, con una mesa interponiéndose en el medio de las personas involucradas.

Ya que hablamos del comienzo, ahora pasemos al cierre. El final de un encuentro empresarial, es tan importante como su inicio. En primer lugar, hay que saber cuándo se debe terminar, tanto una conversación con los compañeros, como una reunión con los directivos.

En una reunión que involucre a varias personas uno se debe despedir de los presentes, agradeciendo las atenciones recibidas. Sepan que, dependiendo del grado de confianza y del cargo, es posible que la persona que se retira sea acompañada hasta la puerta del despacho, o hasta la mismísima entrada de la empresa.

También es importante destacar que, tanto en el momento de los saludos y las presentaciones, como en cualquier otro tipo de interacción dentro del entorno laboral, se trata de no ser demasiado reiterativo en la utilización del por favor y del gracias. Es suficiente mencionarlo sólo en los momentos justos, para no terminar resultando molesto, o incluso pedante.

Pasemos a la regla número dos. Los especialistas en protocolo dicen que no hay que ser demasiado educado, ya que todos los excesos son malos. En este sentido, tampoco hay que olvidarse de los poderosos mensajes que genera la comunicación no verbal, porque su lenguaje revela cuestiones muy interesantes que un buen profesional debe evitar.

Por ejemplo: cruzar las piernas o los brazos, es una forma de expresar cierta incomodidad, de establecer una barrera o escudo frente al interlocutor. También, desviar la mirada puede ser interpretado como una forma de mostrarse incómodo o esquivo; señalar algo con el dedo índice es un gesto agresivo, es preferible hacerlo con la palma de la mano abierta, o directamente no señalar.

Continuemos con la regla número 3: cuidar nuestro lenguaje gestual y corporal. En este sentido, los expertos afirman que la mesa es un excelente medidor de buenos modales; de hecho, hay seleccionadores de personal que invitan a comer a los candidatos para ver cómo se desenvuelven durante un almuerzo o desayuno de trabajo. Pero, ojo, porque en este punto las reglas empresariales no difieren mucho de las sociales. Veamos por qué.

En la invitación a una comida de negocios, se consulta sobre los gustos gastronómicos del invitado y, fundamentalmente, si tiene alguna restricción alimentaria por celiacía, diabetes, veganismo, etc.

En esta línea, es clave que los invitados sean completamente honestos sobre lo que no pueden comer. No piensen que pueden quedar mal, todo lo contrario.

Y también sepan esto: como invitado, nunca se deben pedir los platos más caros de la carta, por mucho que a uno le guste, o quiera probarlos.

A su vez, por muy nervioso que uno esté, hay que evitar jugar con los cubiertos, el pan o las copas. El pan, justamente, se debe trocear con la mano en pequeños pedazos para comerlos en el momento; no hay que cortarlo con el cuchillo, y mucho menos hacer migas.

Bien, avancemos con la regla número 4 señalada por los especialistas en protocolo: evitar querer demostrar gustos demasiado exquisitos. Con respecto al uso de los cubiertos, algo que aterra a más de uno, el hecho es tan sencillo como utilizar primero los más alejados del plato, y luego seguir el orden hasta llegar a los cubiertos más cercanos al plato.

Igualmente, en general, en la mayoría de los restaurantes, se disponen los cubiertos correspondientes con cada cambio de plato.

Y, por último, vamos a referirnos a la regla número 5, que indica que nunca hay que generar una pulseada para ver quien termina pagando. Esa no es la forma de corresponder a la invitación que se ha recibido; invitar posteriormente al anfitrión a un nuevo encuentro, sí lo es. Si quiere corresponder a esa invitación, lo hará con una invitación posterior. La cuenta la paga el anfitrión, ya que es la persona que nos ha invitado.

Errores de etiqueta que pueden cometerse en un ámbito laboral empresarial

Dichos errores son:

- La falta de puntualidad
- El uso de aromas muy fuertes y en exceso
- La queja constante
- El tono inadecuado y el volumen elevado de la voz
- Hablar mal o empezar rumores sobre otros compañeros de trabajo

La falta de puntualidad es relevante para las empresas, ya que no solo se toma en cuenta en relación al tiempo que el empleado no está trabajando, sino que se percibe como un indicador de falta de responsabilidad y de desmotivación para aquellos trabajadores más comprometidos con la institución.

Esta falencia también está asociada a la prontitud para entregar un trabajo con el que uno se ha comprometido, por lo que directamente promueve la cultura del retraso en la empresa.

Otro de los errores radica en el uso de aromas muy fuertes y en exceso. Sabemos que el sentido del olfato es altamente subjetivo: quizás el perfume que a uno lo enloquece, le parezca sumamente molesto a otras personas, convirtiendo su uso en un motivo de rechazo a acercarse e interactuar con nosotros.

Teniendo en cuenta lo reducidos que son ciertos espacios laborales hoy en día, hay que tener en cuenta que ciertas fragancias pueden producir desde migrañas hasta alergias, desde uno o dos metros de distancia.

En este sentido, y, en la medida de lo posible, se recomienda usar un perfume o colonia muy suave durante la jornada de trabajo, dejando los aromas más fuertes para ambientes personales o sociales, preferiblemente en la noche.

Las fragancias se aplican también a ungüentos y cremas para el cuerpo, y a los aromas ambientales, que a veces algunos empleados colocan en sus estaciones de trabajo.

La queja constante es otra cuestión para revisar. Quejarse constantemente del lugar de trabajo y menospreciar todo lo relativo al empleador es una de las peores prácticas.

Esta actitud nos puede hacer lucir como profesionales insatisfechos y desmotivados, afectar nuestro rendimiento, y el clima laboral que nos rodea día a día.

Si uno llega a la conclusión que es imposible lidiar, adaptarse, o cambiar ciertos aspectos que nos desagradan de nuestro lugar de trabajo, no nos quedará otra opción que cambiarlo por uno nuevo.

Sigamos con otro error: el tono inadecuado y el volumen elevado de la voz. En este sentido, es necesario tomar en cuenta la dimensión y la disposición de los espacios de trabajo al hablar, sobre todo si los mismos son pequeños, tipo cubículo.

Igualmente, aunque nos encontremos en una inmensa sala de reuniones, siempre deberemos procurar hablar con un volumen moderado que denote profesionalismo,

seguridad y serenidad; además de pronunciar correctamente y con el tono adecuado nuestras palabras, para que el mensaje llegue a los otros con claridad y sin malos entendidos.

Esto en general no es tomado en cuenta cuando se habla por teléfono, ya que en el fragor de la conversación casi siempre uno va elevando el tono de voz, sin darse cuenta de que, por un lado, no tenemos que hablar alto para que nos escuche un interlocutor que se encuentra al otro lado de la línea, y, por el otro, que estamos distraendo de sus tareas al resto de los empleados.

Por último, uno de los errores más frecuentes y cuestionables es hablar mal o empezar rumores sobre otros compañeros de trabajo. Para contribuir con un buen clima de trabajo es necesario mantener un espacio positivo; por este motivo, ser portador de rumores o chismes en la empresa puede afectar la productividad de todo el entorno y poner seriamente en duda nuestra profesionalidad.

Ante cualquier inconformidad, situación o problema no resuelto, hay que invitar a los demás involucrados a dialogar sobre el tema con respeto, antes de que el efecto bola de nieve y teléfono descompuesto contribuya a que el problema pase a mayores.

Si la habladuría se refiere a nosotros, y nos enteramos de ella, se aconseja mantener la calma y no entrar en el juego de comentar por detrás, porque solo lograríamos extender los rumores.

Si el chisme, lisa y llanamente, afecta nuestro trabajo, poniendo en riesgo nuestra posición en la empresa, directamente hay que tratar la situación con la debida profesionalidad y respeto ante la autoridad competente.

Los uniformes y su lenguaje institucional

Los uniformes tienen dos objetivos principales:

- en primer lugar, lograr la diferenciación de la marca o empresa del resto de los competidores, como parte de la estrategia de marketing
- y en segundo lugar, controlar el *dress code* de los empleados, algo que está tratando de manejarse desde un lugar más positivo, con la apertura a la incorporación de algunos toques personales, y la visibilización de la ayuda económica que pueden representar para los trabajadores.

Lo cierto es que hasta no hace mucho tiempo, el uniforme se asociaba a las ideas de identificación, uniformidad, homogeneidad y control, olvidándose que también connota

cuestiones tan importantes como la seguridad, la credibilidad y la buena imagen profesional. Sin embargo, en muchos ámbitos laborales, todavía se continúa relacionando al uniforme con una imagen anticuada y aburrida.

Hoy, la industria de los uniformes ha tenido una gran evolución, brindando toda clase de prendas y estilos al mercado corporativo.

En la actualidad, los uniformes pueden ser creativos y diferenciales, sin dejar de poseer las características técnicas más exigentes. Además, ayudan a proyectar seguridad, diferenciación y posicionamiento, de forma directa o indirecta, en cualquier puesto de trabajo u oficio. Y también brindan información institucional, desde mucho antes de que el cliente haya tenido un primer contacto cara a cara con el representante de la marca o empresa.

Tomando como base esta premisa, podemos pensar en que las áreas de marketing y comunicación, el personal de recursos humanos, y los propios empresarios, tendrían que dedicar el tiempo necesario para elegir cómo tiene que ser el uniforme que representará a la compañía, además de brindar información a sus trabajadores sobre el uso, la integración y lo que comunica institucionalmente dicho uniforme.

Hay que tener en cuenta que, en empresas grandes, un mismo uniforme tiene que funcionar para plantillas numerosas de trabajadores. Esto quiere decir, que tiene que cubrir muchas tipologías corporales y faciales, y muchas personalidades diferentes.

Si un mismo uniforme, a un profesional del equipo le permite proyectar una imagen de jovialidad, y a otro de despreocupación, algo está fallando en su diseño, integración y adaptación.

El uniforme correcto es el que transmite los valores, las cualidades, y las competencias de la empresa y del profesional que la representa, dotándolos de identidad.

Recordemos que los empleados, cualquiera sea su rango dentro de la compañía, forman parte de la imagen corporativa de la empresa y son sus mejores embajadores. Por lo tanto, hay que tener mucho cuidado con el aspecto comunicacional de las prendas que se les va a requerir utilizar durante sus horas de trabajo.

Dress code

Si como profesionales estamos trabajando para una empresa que planea comenzar con un *dress code* que incorpore el uso de uniformes, o modificar el que posee en la actualidad, tenemos que tener en cuenta diversas cuestiones.

Como primera medida, tenemos que evitar cometer el gran error de encargar talles y estilos únicos. Ya vimos que la imagen profesional no se compone de un traje y un par de zapatos de vestir. Va más allá, porque depende de las características anatómicas y de personalidad de cada individuo que la construye.

A pesar de que, en definitiva, el fin de la implementación de uniformes sea la homogeneidad, no se puede, ni se debe, evitar que el trabajador proyecte su personalidad y algo de su estilo. Por esto se aconseja encargar a los proveedores varios diseños, en lugar de uno solo.

A su vez, debemos cambiar al menos una pieza del uniforme por año. Actualizar no implica renovar al 100% el atuendo, eso puede ser demasiado agresivo, tanto para el empleado como para el cliente.

Una pequeña variación, o un cambio progresivo, si la sustitución inevitablemente tiene que ser integral, evitarán una crisis comunicacional e identitaria.

Sepan que los cambios deben implementarse para todos por igual: en un mismo sector no podemos dejar que los clientes se crucen con empleados con partes del uniforme antiguo, o con un uniforme completo que ya está en desuso, o con trabajadores vestidos 100% a nuevo. De nuevo, lo único que reinará aquí es la confusión.

Asimismo, es fundamental cuidar que las características del *outfit* elegido no sean motivo de problemas de imagen, al asociarse o confundirse con el de marcas que ya tienen fuerte presencia en el mercado. Ante cualquier idea, por más elitista, vanguardista e innovadora que sea, hay que realizar serios estudios de mercado para no caer en la copia no intencional.

Al mismo tiempo, tenemos que pensar en la comodidad de los empleados, ya que su productividad depende del grado de confort que experimentan mientras están realizando sus tareas.

La clave es la practicidad, teniendo en cuenta principalmente tres aspectos: los tipos de telas, la adaptabilidad a los cambios de temperatura, y los parámetros de diseño ergonómicos y seguros, sobre todo en actividades de riesgo.

Para elegir la mejor opción es ideal tener en cuenta la opinión, y el consenso, de los empleados que, en definitiva, son los que van a usar esas prendas al menos ocho horas diarias.

También es importante dar pautas de estilo a los empleados, para que sepan cómo coordinar las monoprendas, en el caso de implementar solamente el uso de una campera o saco, una gorra, o un delantal con el logo de la empresa, para ofrecer una imagen profesional integral y creíble, que potencie la imagen corporativa. Un empleado mal uniformado es igual de informal que uno en bermudas y ojotas.

Y, finalmente, lograr que los empleados usen uniformes solo en caso de necesitarlos. No todos los ambientes laborales son aptos para implementar la uniformidad, ya que pueden prescindir del formalismo. En estas situaciones alcanza con dejar en claro algunas pautas del *dress code* casual que la empresa quisiera que sus empleados sigan.

La etiqueta en las entrevistas de trabajo

En muchas facetas de la vida, como en la laboral o profesional, se prepara muy bien a las personas en conocimientos teóricos, técnicos o profesionales; pero se las capacita muy poco en el campo de las habilidades sociales y las buenas maneras. Esto aplica, por ejemplo, en relación a las entrevistas de trabajo que, de más está decir, tienen mucho más valor que la presentación de un currículum vitae.

En general, los formadores se preocupan por enseñar cómo redactar una carta de presentación y un currículum aceptable; pero a veces se pierde el foco en saber responder las posibles preguntas que les pueden formular los reclutadores, o cómo se debe ir vestido.

En este sentido, podemos decir que son muy pocos los formadores que hablan también de las reglas de etiqueta y buenos modales en las entrevistas de trabajo.

Esto incluye: saludar de forma correcta, ponerse de pie cuando alguna otra persona entra en la oficina en la que se está llevando a cabo la entrevista, preguntar de forma educada, y saber despedirse. Esos gestos son tan importantes como la preparación técnica y los méritos profesionales que el candidato puede tener.

Dicho esto, ¿qué les parece si analizamos algunos puntos valiosos a la hora de concurrir a una entrevista laboral?

En principio, tenemos que saludar de forma educada. La mejor manera de empezar una entrevista de trabajo, es con un saludo correcto, educado y elegante. Un apretón de manos, firme y breve, sin que esté acompañado de ninguna otra acción como una palmada en la espalda, o en el brazo, es ideal.

No hay que pasarse con la cordialidad y la cercanía, y también hay que acordarse que se debe saludar al término de la entrevista, agradeciendo el tiempo que nos han dedicado.

Como siguiente medida es conveniente hablar con corrección y a tiempo. Evitemos empezar a hablar de nosotros, de nuestra experiencia laboral, o de cualquier otro tema sin que nos lo hayan preguntado.

En una entrevista laboral no hay lugar para los monólogos, sino para establecer un diálogo con los entrevistadores, basado en intervenciones breves y concisas.

Si en algún momento de distensión, o al finalizar se genera algún tipo de charla sobre temas de actualidad, hay que procurar evitar temas complicados o conflictivos, como pueden ser la política, la religión, o eventos sociales de relevancia. Si los temas surgen inevitablemente, se debe procurar ser lo más neutral posible.

También está bien vista la discreción, evitando críticas y malas palabras. Hablar mal, mencionar detalles privados de otros compañeros, de los jefes, de otras empresas, o de la de la compañía en la que se trabajó anteriormente, puede ser un punto muy desfavorable en este tipo de entrevistas.

Otra cuestión clave es practicar la escucha activa. Cuando el entrevistador está hablando, debemos escucharlo con atención e interés, para poder evaluar tanto su lenguaje verbal como no verbal, y poder brindar un *feedback* adecuado.

Y para prestar atención plena hay que intentar librarse completamente de las distracciones que pudieran proveer el contexto en el que se está desarrollando la entrevista, como observar lo que hacen otros empleados de la empresa, por ejemplo. También se aconseja silenciar o apagar el celular durante toda la conversación.

Al mismo tiempo, en una entrevista de trabajo, resulta fundamental brindar siempre el tratamiento correcto al interlocutor. Como seguramente estaremos ante la presencia de

un desconocido, no hay que dudar en tratarlo de usted, sea cual fuese su edad, salvo que se nos indique lo contrario. Sepan que el tuteo no nos hace más cordiales, cercanos o modernos.

Acompañar el discurso con gestos y movimientos prudentes también es una acción notable en este tipo de espacios. Por más ansiosos que nos encontremos, ante una oportunidad laboral muy esperada o necesitada, tenemos que poder controlar nuestros nervios, que pueden quedar en evidencia no solo a través de las palabras, sino también por el movimiento de los ojos o los brazos, y al fruncir el entrecejo o reír sin razón aparente, por ejemplo.

Tampoco se aconseja cometer el error de sentarse antes de que nos inviten a ello, ser muy efusivos en el saludo inicial, y cruzar las piernas o los brazos, interponiendo barreras entre nosotros y nuestro interlocutor.

Ahora bien. Los especialistas en recursos humanos afirman que buscar trabajo es un trabajo en sí mismo. Por eso, como les decíamos, para la entrevista se debe estar preparado en todo sentido.

Algunos especialistas aconsejan organizar ciertos preparativos el día o la noche anterior a la entrevista, que van mucho más allá de alistar la ropa y los accesorios que vamos a lucir. Veamos.

En primer lugar, se recomienda hacer un autoanálisis de nuestros puntos más fuertes y de los más débiles, para poder potenciar los primeros, y disimular los segundos.

En relación con el puesto de trabajo en sí, se indica intentar recopilar toda la información posible sobre la empresa que solicita la vacante para la que nos estamos postulando y, si es posible, se puede averiguar un poco más sobre la cultura general de la empresa, para conocer mejor su filosofía, su identidad corporativa, y su modo de operar.

A su vez, como parte de los preparativos previos, también resulta de suma utilidad redactar una lista de posibles preguntas que nos puedan llegar a formular, para intentar tener una respuesta adecuada a todas ellas. Se desaconseja mentir, pero también hay que tratar de no decir algo que nos pueda perjudicar.

Al mismo tiempo, podríamos armar una lista de mínimos aceptables en relación al trabajo específico, como ser: retribuciones, horario laboral, departamento al que se

pertenece, funciones a desarrollar, etc. Salvo que uno se encuentre en una situación sumamente desesperada, nunca es bueno rebajar demasiado las expectativas laborales. Tengan en cuenta que todo lo que se programe antes de una entrevista de trabajo, sirve para evitar cometer esos errores que después no tienen arreglo, o son muy difíciles de sobrellevar.

Una buena preparación brinda una seguridad y una tranquilidad extras, porque internamente sabemos que estamos dispuestos para afrontar cualquier tipo de situación ante el entrevistador, sin tener que sortear incómodos silencios y confusiones o malentendidos.

Las entrevistas de trabajo también tienen un código de vestimenta, que no difiere mucho del corporativo propiamente dicho, pero que puede tener variantes según el rubro al que se dedique la empresa a la que nos estamos acercando en la búsqueda de trabajo.

Hay compañías que no nos generan muchas dudas, ni opciones, en relación al vestuario, ya que, como vimos, son aquellas que incluyen el uso de uniformes obligatorio para sus empleados.

Dejando de lado esta situación particular, y si bien hay premisas que en general se respetan en todos los ámbitos corporativos, no hay ninguna norma específica que pueda valer para todas las entrevistas laborales, ya que, en pocas palabras, cada empresa es un mundo.

Pero tengan en cuenta lo siguiente: si realizamos una investigación previa del lugar de trabajo, podremos tener cierta noción de cómo presentarnos en la entrevista. Profundicemos este punto.

Si vemos que lo más probable es que en esa empresa debamos usar uniforme, hay que optar por ir a la entrevista respetando las principales normas del código de vestimenta corporativo, más formal y clásico.

Lo mismo ocurrirá si, sin uniformes a la vista, la conclusión de nuestro relevamiento nos marca que estamos ante una compañía muy tradicional.

Ahora bien, si la empresa es más de vanguardia, ya que se relaciona con el rubro tecnológico, creativo o de diseño; o pertenece a la categoría pyme, podremos ir a nuestra entrevista vestidos con un código más casual o sport.

Por otro lado, un aspecto importante a tener en cuenta en relación al *dress code* para una entrevista laboral es el color de las prendas que vamos a seleccionar, puesto que en cualquier situación social, el color de la ropa que llevamos puesta transmite mucho más que nuestros gestos y palabras.

En este sentido, los expertos afirman que, gracias a disciplinas como la psicología del color, nos vestimos con diferentes colores dependiendo de si estamos de buen ánimo, o algo deprimidos.

Por este motivo, los colores que elegimos cada mañana para afrontar nuestra jornada, también demuestran emociones e intenciones comunicacionales para con los otros.

Todo esto es tan importante a la hora de interactuar con la persona que nos puede elegir para un puesto de trabajo, que se recomienda tratar de lucir lo más discretos y neutrales posibles, llevando prendas lisas y moderadas.

Por eso, colores como el azul marino, el gris o el negro, para las capas vestimentarias más superficiales, acompañados por tonos claros, e incluso el blanco, para las más cercanas al rostro, son los más aconsejados.

En ámbitos muy formales, para las entrevistas laborales, los hombres deben ceñirse a la sencillez más extrema, mientras que las mujeres pueden sumar al look sobrio un detalle de color más personalizado en los accesorios.

La idea es que nada de lo que uno se ponga sea excesivamente estridente, para que no confunda tanto al entrevistador, que le termine prestando más atención a un par de aros, o a una corbata, y no a lo que nosotros le estamos diciendo sobre nuestras aptitudes profesionales.

Para que nos quede un poco más en claro el porqué de la elección de determinados colores, veremos a continuación qué emociones y sensaciones transmiten algunos de los más usados en las entrevistas laborales:

- El gris transmite racionalidad y lógica
- El azul marino es el color ideal para una entrevista de trabajo, ya que transmite confianza y tranquilidad.
- El amarillo es utilizado con mucha precaución y en pequeños detalles, ya que da idea de innovación.
- El negro demuestra la gran capacidad de liderazgo que poseen algunas personas. Pero debe usarse con cuidado porque también se relaciona con el luto.
- Y, por último, el rojo, muestra a una persona creativa y atrevida. Sumando detalles en blanco o rosa aporta una cuota de sensibilidad.

La etiqueta corporativa en los entornos laborales de teletrabajo

La **Netiquette**, o su castellanización netiqueta, se refiere a las reglas de etiqueta para comunicarse adecuadamente en el ambiente virtual, ya sea en interacciones del tipo social como comercial y empresarial.

Virginia Shea, autora del libro *The core rules of Netiquette*, plantea que deben existir ciertas reglas para comunicarse adecuadamente cuando estamos conectados de forma virtual, puesto que seguimos conviviendo con personas.

Tomar en cuenta valores como el respeto, la empatía, la ética, o la comunicación asertiva, es indispensable, sobre todo después de que la pandemia en 2020 haya favorecido el crecimiento exponencial de las relaciones empresariales a distancia.

La realidad es que la tecnología es una herramienta que en los últimos años ha permitido y facilitado cada vez más la comunicación online de las sociedades. Por ello, hay que tener el mismo cuidado en la forma en que nos presentamos e iniciamos un diálogo con una persona que se encuentra delante de nosotros o detrás de una computadora o un celular. En concreto, la palabra netiqueta es un acrónimo coloquial del inglés *network etiquette*, que significa etiqueta de la red, y engloba un conjunto de convenciones sociales que incluyen desde chats y correos electrónicos a blogs y foros, pasando por reuniones de negocios y todo tipo de eventos empresariales.

Teniendo en cuenta este contexto, tal vez el mayor obstáculo para la comunicación en línea sea la falta de señales emocionales físicas, o dicho de otra manera, de lenguaje no verbal.

Pensemos en lo que ocurre durante una conversación presencial: los gestos faciales de las personas indican el estado de ánimo real, algo que no siempre muestran las palabras. A su vez, durante las interacciones telefónicas, es el tono de la voz el que comunica las emociones de la persona que se encuentra al otro lado de la línea.

Sin embargo, en las salas de chat, en las aplicaciones de mensajería instantánea, y en los mensajes de texto, las señales que indicarían el tono de las palabras de una persona, o sus emociones, se encuentran claramente ausentes.

Debido a esto, lo primero que se implementó fueron algunos comportamientos de compensación, como el uso de emoticonos y abreviaturas. Los primeros empezaron utilizando los signos de puntuación para intentar reproducir señales faciales sencillas. Por

ejemplo, al combinar los dos puntos y un paréntesis para crear el símbolo de una cara sonriente.

Estos símbolos evolucionaron hacia las imágenes que hoy conocemos todos como emojis, y que se han popularizado sobre todo con el uso de WhatsApp, aunque están presentes en todas las redes sociales.

Como hemos mencionado, las normas de netiqueta varían en función del canal digital utilizado, de la época, e incluso de la cultura de una zona determinada.

En base a la gran variación entre lo que se considera un comportamiento aceptable en diversos entornos profesionales, y en las redes profesionales propiamente dichas, existen manuales internos de forma y estilo, que son tenidos cada vez más en cuenta en las estrategias digitales de empresas y medios de comunicación. No obstante, hay ciertos aspectos básicos compartidos como paradigma dentro del marketing digital y de la etiqueta empresarial.

Una de las normas más antiguas es evitar escribir todo en mayúsculas, porque este formato evidencia la intención de gritar con las palabras escritas, y resulta normalmente agresivo.

Por otra parte, desde siempre se ha considerado una falta de respeto el envío de spam al e-mail, sobre todo si llega desde la dirección de personas conocidas.

Tampoco se recomienda el uso de firmas electrónicas simples, y acciones tales como el *multiposting*, es decir, publicar exactamente el mismo contenido en páginas, blogs, y redes sociales; el *cross-posting*, que resulta de enviar un mensaje similar a grupos distintos de comunicación instantánea, foros, chats; la publicación fuera de tema, entre otras cuestiones.

Del mismo modo, algunas pautas de netiqueta rechazan las abreviaturas en el lenguaje, un hábito que se generalizó con el uso de los SMS y los mensajes de WhatsApp y que los usuarios más jóvenes utilizan con regularidad.

A su vez, como ocurre en la vida real, las normas de netiqueta no son de cumplimiento obligatorio, solo se tratan de pautas que se recomiendan seguir para no incomodar a otros usuarios y para no transmitir una impresión o una imagen corporativa equivocada en Internet.

Igualmente son de suma importancia para los profesionales que manejan la identidad y la imagen de una marca; para los responsables de gestionar las conversaciones con los clientes en las redes sociales y a través de los chats en línea; y para los empleados en general que gracias a los sistemas de intranet, hoy también se encuentran interconectados en sus respectivos entornos laborales.

Bien. Para cerrar, vamos a compartirles algunas de las normas básicas de netiqueta que los expertos en comunicación digital sugieren, no sólo para la vida laboral cotidiana, sino también, en el mundo de los negocios y las relaciones comerciales en general. Veamos.

En primer lugar, se aconseja seguir las mismas reglas de comportamiento estando en línea, que en el mundo real. Esto es tan simple como conservar la buena educación.

Esta es una norma básica que, aunque parezca evidente, no siempre lo es en la comunicación que no se produce cara a cara. Un claro ejemplo de esto puede verse en Twitter, donde los usuarios redactan todo tipo de agresiones e insultos.

Otra norma básica surge de interiorizarse y conocer cuál es la forma de comunicación adecuada para interactuar en los diferentes espacios virtuales. Tengan en cuenta que lo que es recomendable para un mensaje enviado por mail, puede no serlo para otro tipo de interacción o plataforma.

También se recomienda cuidar la redacción y, principalmente, la ortografía. Este es uno de los puntos al que menos atención se le presta actualmente. Sin embargo, en los e-mails hay que intentar conservar la estructura del correo tradicional, incluyendo asunto, saludo, tema a desarrollar, despedida y firma; y mencionar si hay algún archivo adjunto. Sepan que en todos los canales y formatos hay que hacer un esfuerzo por exponer nuestra opinión con respeto, sin atacar a los demás.

Sigamos con otra regla fundamental: no compartir información privada propia, y mucho menos de otras personas, incluyendo imágenes o vídeos, sobre todo si son de carácter personal o íntimo, con el resto de los compañeros de oficina.

Asimismo, es importante respetar el tiempo de los demás. El ritmo de vida y el número de mails, mensajes, posteos, con los que nos cruzamos día a día ha complicado nuestra vida. En un entorno laboral esto puede ser aún más complejo, por lo que hay que tener en cuenta que cualquier tipo de comunicación debe ser clara, concisa y breve.

En relación a este tema, también hay que tener en cuenta que el teletrabajo debe tener un horario estipulado de realización: que trabajemos desde casa no implica que estemos disponibles todo el día para la empresa.

Continuemos. Respetar el ancho de banda de los demás también es crucial. Esto implica no enviar por email o mensajería instantánea archivos de mucho peso o difíciles de descargar.

Y, finalmente, debemos respetar los códigos de vestimenta, formales o casuales, según corresponda, cuando el contacto con la otra persona se vaya a mantener por videollamada o videoconferencia.

En estos casos, también hay que cuidar el entorno. Si no se utiliza una imagen de fondo, el ambiente que nos enmarca debe ser lo más pulcro, ordenado y luminoso posible, para que proporcione un marco adecuado sin distraer.

No hay que olvidarse, además, de minimizar los ruidos que pudieran interferir en el desarrollo del encuentro, manteniendo los celulares en silencio o vibrando.