



■ Textos: Justo Grau
redaccion@economia3.info

■ Imágenes: Archivo Stilus Vitae

Por mi experiencia profesional como gerente de **Stilus Vitae** (www.stilusvitae.es), sin duda defiende la existencia de un código de vestimenta que determine la imagen de los empleados. No olvidemos algo muy importante: los empleados son la imagen de la empresa para la que trabajan en todo momento. Es decir, si una empresa invierte recursos en la imagen de sus empleados, está invirtiendo en su propia imagen.

Empecemos por definir qué es el código de vestimenta de una empresa. Es el conjunto de reglas que definen la manera correcta en que deben vestir sus empleados. El objetivo de un código de vestimenta es que los trabajadores se vestan de manera adecuada en el ámbito profesional, reflejando la imagen que la compañía trata de establecer o mantener, conforme a su estrategia empresarial.

Consideraciones relevantes

Establecida la definición, tengamos en cuenta algunas consideraciones de importancia en el tema que nos ocupa:

1º. ¿Qué queremos comunicar? En este punto es importante saber algunas cuestiones relacionadas con las líneas, formas y colores de la vestimenta.

Por ejemplo, ¿saben ustedes que la chaqueta cruzada denota mayor superioridad? Sería por tanto propia de directivos de una empresa. ¿Saben que las líneas redondeadas sugieren cercanía y amabilidad en el trato? Según esto, una camisa de picos redondeados sería apro-

Ventajas de un código de vestimenta en la empresa

Siempre he considerado importante y necesaria la existencia de un código de vestimenta en el ámbito empresarial; esto es, que las empresas inviertan en normas de estilo de sus empleados. Dichas normas podrían abarcar varios ámbitos relacionados con la asesoría de imagen como el aspecto, la comunicación, la conducta y el protocolo pero, en esta ocasión, me centraré en el primero de ellos, el aspecto.

El objetivo de un código de vestimenta es que los trabajadores se vestan de manera adecuada en el ámbito profesional, reflejando la imagen que la compañía trata de establecer o mantener

piada para las personas que trabajan en el departamento de atención al cliente.

Es importante también la situación, el contexto, pues nada tiene que ver una situación en la que el ejecutivo trata de motivar a su equipo de comerciales, que una situación en la que el ejecutivo está reunido negociando la fusión de dos empresas.

En el primer caso, nuestro personaje podría desprenderse de su chaqueta, remangarse y aflojar su corbata, con el objetivo de trasladar el mensaje de trabajo “*codo con codo*” con sus comerciales.

En el segundo caso, el ejecutivo deberá estudiar muy bien los colores de su vestuario para resultar convincente y que su

imagen esté acorde con el mensaje que pretende trasladar a sus contertulios.

2º. ¿A qué sector profesional pertenece su empresa? Dependiendo del sector de la empresa para la que trabajamos, los códigos de vestimenta pueden variar mucho.

No es lo mismo un despacho de abogados, donde todos los días deberemos vestir de traje, que una agencia de publicidad, un sector muy informal en su modo de vestir. El código de vestimenta se adaptará, por tanto, al sector de la empresa y estará acorde con este.

3º. Jerarquía en la empresa. Las exigencias en cuanto a la formalidad también varían en función del rango profesional en la jerarquía de la empresa.

Cuanto más alto sea el cargo, más estricta será la exigencia. Por contra, es comprensible que, si se tiene poca vinculación con la empresa –por ejemplo, un colaborador externo–, la exigencia en cuanto a la formalidad sea menor.

Efectos buscados

Y todo esto, ¿para qué? La definición y respeto del código de vestimenta en la empresa trae consigo efectos positivos.



1º. Productividad. Si la empresa invierte en el empleado (en este caso en la imagen ofrecida por el empleado), la motivación de este, su trabajo y productividad, aumentarán; precisamente, porque se siente considerado y necesario.

2º. Compromiso. Del mismo modo, la inversión de la empresa en la imagen de sus empleados trae consigo la mejo-

ra del compromiso de estos y así se refuerza la confianza y el vínculo empresa-empleado.

3º. Mejora de las relaciones profesionales. Un empleado que se siente más competitivo y necesario desarrollará mejores vínculos con el resto de personas de su entorno laboral.

Ponderar en la justa medida

Todo esto debemos valorarlo siempre en su justa medida y sin olvidar la efectividad en los negocios, que es el fondo del tema analizado en este artículo.

Tal y como siempre decimos en los servicios de asesoría de imagen para empresa de **Stilus Vitae**, invertir en la imagen de sus empleados es invertir en uno de los mejores prescriptores de la empresa que podremos encontrar. ●

*Todo esto debemos valorarlo siempre en su justa medida y sin olvidar la efectividad en los negocios. Tal y como siempre decimos en los servicios de asesoría de imagen para empresa de **Stilus Vitae**, invertir en la imagen de sus empleados es invertir en uno de los mejores prescriptores de la empresa que podremos encontrar*
