

## » Carreras & capital humano.

# ANDRÉS PÉREZ ORTEGA

Impulsor de la 'marca personal'

## “Cualquiera puede crear su propia profesión”

BORJA VILASECA

El sistema capitalista se está desmoronando. Empresas que quiebran. Oficinas bancarias que cierran. Despidos masivos. Incertidumbre. Inseguridad. Y miedo. Cada vez más miedo por lo que pueda llegar a pasar. Muchos economistas coinciden en que se avecinan cambios económicos y sociales imparables e irreversibles. Y es precisamente este temor al cambio lo que pone de manifiesto una verdad que muy pocos están dispuestos a reconocer y mucho menos a aceptar: que la mayoría de personas no son ni quieren ser responsables de sus vidas.

Así piensa el impulsor del concepto *Marca Personal*, Andrés Pérez Ortega (Madrid, 1967), pionero en España de *Personal Branding* ([www.marcapropia.net](http://www.marcapropia.net)), que pretende fomentar un cambio de paradigma en la forma en la que los profesionales se relacionan con el mercado laboral. Debido a la necesidad de cambio y reorientación profesional de cada vez más españoles, este concepto se está poniendo de moda.

En su opinión, “la crisis actual puede ser una buena oportunidad para dejar de ser víctimas de nuestras circunstancias y empe-

zar a liderar nuestro propio camino profesional con confianza, madurez y autenticidad”. Autor del libro *Marca personal* (ESIC Editorial), Pérez Ortega es consultor de empresas y escuelas de negocios y asesora a personas motivadas en alinearse con su verdadera vocación.

**Pregunta.** ¿Cuál ha sido su cambio personal?

**Respuesta.** Tras pasar por varias empresas y negociar decenas de productos de marcas blancas, hace unos años descubrí que para que algo se valore debe sobresalir y ser reconocido por sí mismo. Mi visión fue extrapolar esta conclusión al ámbito de la gestión personal y profesional en España, tal y como se venía haciendo en los países anglosajones. Eso sí, para desarrollar una marca personal, primero hemos de ser lo suficientemente humildes y honestos con nosotros mismos para hacernos una simple pregunta: “¿Quién manda en nuestra vida?”. Y segundo, hemos de tener la confianza y el coraje de comprometernos con la respuesta obtenida.

**P.** ¿A qué se refiere?

**R.** Me refiero a ser libres interiormente, es decir, a ser valientes para enfrentarnos y superar los miedos e inseguridades que



Andrés Pérez Ortega.

“La confianza en uno mismo y en la vida es la verdadera clave del éxito”

nos condicionan y limitan. Lo digo porque nuestras circunstancias son un reflejo de cómo lidiamos nuestro diálogo interno. La mayoría de profesionales se conciben a sí mismos con la demanda, con lo que llevan a cabo una búsqueda laboral reactiva: se amoldan a lo que el mercado les ofrece, convirtiéndose casi sin darse cuenta en esclavos de sus

circunstancias. Delegan su felicidad y su éxito en aspectos externos, que escapan a su control.

**P.** ¿Y cuál es la alternativa?

**R.** Formar parte del nuevo paradigma, que se sustenta sobre la responsabilidad y el liderazgo personal, que es lo que posibilita que cualquiera de nosotros pueda crear su propia profesión. Eso sí, para ello tenemos que saber quiénes somos, para qué servimos y qué valor añadido podemos aportar a la sociedad.

**P.** ¿Y en eso consiste crear la *marca personal*?

**R.** Exacto. Se trata de ser capaces de reinventarnos, de convivir con el cambio permanente y de redescubrir que somos únicos.

Este proceso de autoconocimiento y desarrollo profesional consiste en comprender el valor de la autoconfianza y la autenticidad, de pensar por nosotros mismos, de llamar la atención aunque nos hayan dicho que no debíamos hacer ruido y de aprender a vender nuestro trabajo para no tener que vendernos a nosotros mismos. Los expertos de producto lo llaman “marca” o “posicionamiento”. Yo lo aplico a las personas y lo llamo “marca personal”.

**P.** ¿Qué les dice a las personas que todavía no han encontrado su vocación?

**R.** Que no desistan. Que como todo en la vida, es cuestión de persistencia, disciplina, voluntad y planificación. Encontrar la vocación es un trabajo en sí mismo. Lo más importante es que aprendan a creer en ellos mismos, en lo que son capaces de ofrecer a los demás. La confianza en uno mismo y en la vida es la verdadera clave del éxito que se pretende cosechar desarrollando la marca personal. El objetivo es que tu profesión sea un fiel reflejo de lo que eres. En este caso, triunfar es sinónimo de ser auténtico.

**P.** ¿Todo el mundo tiene algo que aportar?

**R.** Todo el mundo. Sin excepción. Todos tenemos cualidades innatas que podemos desarrollar. Experiencias, conocimientos, habilidades y pasiones con las que podemos crear una profesión útil y con sentido. La trampa es esperar a que surja una oferta de empleo. Cuando sabemos quiénes somos, de forma natural terminamos por crear nuestra profesión. No hace falta ser empresario para ser emprendedor. Lo más maravilloso, y también lo más difícil de comprender, es que todo lo que necesitamos para impulsar nuestra marca personal ya está dentro de nosotros. Es una revelación, un autodescubrimiento. ■



LA ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA AGRICULTURA Y LA ALIMENTACIÓN

solicita candidaturas para el puesto de

Inspector General  
en su Sede en Roma, Italia

Rindiendo informes directamente al Director General, el Inspector General concibe, organiza y dirige independientemente un programa coordinado de supervisión interna de los programas y las operaciones de la Organización a través de la auditoría interna y la investigación.

El candidato ideal deberá contar, entre otros requisitos, con un título universitario y certificación de un organismo de auditoría y contabilidad reconocido internacionalmente (como los institutos de contables públicos titulados, contables colegiados o auditores internos, o título equivalente en otros sistemas nacionales), o título universitario superior en administración de empresas o administración pública con especialización en contabilidad o auditoría u otra materia relacionada con la supervisión; amplia experiencia de dirección en una función compleja de supervisión a nivel internacional, incluyendo al menos 10 años a nivel de dirección, y un conocimiento profundo del español, el francés o el inglés y conocimiento de uno de los otros dos idiomas, o del árabe, el chino o el ruso.

Antes de presentar la candidatura se ruega consultar la descripción detallada del puesto y los requisitos esenciales en el sitio web [HTTP://WWW.FAO.ORG/VA/SENIOR\\_ES.HTM](http://www.fao.org/va/senior_es.htm). Para obtener información general sobre la Oficina del Inspector General se ruega consultar el sitio web [HTTP://WWW.FAO.ORG/AUD/ES/INDEX\\_ES.HTML](http://www.fao.org/aud/es/index_es.html).

**Presentación de solicitudes:** Las solicitudes, incluido un curriculum vitae completo y un formulario de antecedentes personales de la FAO (disponible en [HTTP://WWW.FAO.ORG/VA/SENIOR\\_ES.HTM](http://www.fao.org/va/senior_es.htm)), deberán enviarse, citando el número de anuncio de vacante ODG/184/09, al Director de la División de Gestión de Recursos Humanos (AFH), Viale delle Terme di Caracalla, 00153 Roma (Italia), o remitirse por correo electrónico a [SENIOR-VACANCIES@FAO.ORG](mailto:SENIOR-VACANCIES@FAO.ORG) o por fax al número de Italia 06-5705 5131.

Vencimiento del Plazo de Admisión de Solicitudes: 31 de agosto de 2009



### CHRONOEXPRES, S. A. SOLICITUD DE OFERTAS

Nº Expediente: CO-2009065

**Objeto:** Cobertura de vacantes de personal a través de Empresas de Trabajo Temporal (ETT's).

**Precio máximo:** Un millón de euros (1.000.000,00 euros), IVA excluido.

**Documentación:** El pliego de condiciones está disponible en [www.chronoexpres.com](http://www.chronoexpres.com)

**Presentación en:** Chronoexpres, S. A. Departamento de Compras y Control.

**Presupuestario/D. Finanzas**  
Avda. de Europa, n.º 8,  
28821 Coslada (Madrid).

**Plazo de presentación:** Último día recepción ofertas 7 de septiembre de 2009, a las 14 horas.

Los gastos de publicación de este anuncio y cuantos origine el concurso serán por cuenta del adjudicatario.



La información  
del tiempo más  
precisa

EL PAÍS.com  
Donde vive la noticia