



Buscar...



Buscar Trabajo

Buscar Cursos

Portada Mercado Laboral Desarrollo de Carrera Opinión

Portada > [Desarrollo de Carrera](#)

Profesionales con etiqueta propia

Publicado el 23-04-2005 por M. Mateos / Madrid.

El personal branding o marca personal permite al profesional sacar partido de sí mismo a través del desarrollo de sus valores y habilidades con un objetivo, ser diferente.

"Tú decides, te dejas llevar o tomas el control". No, no se trata del argumentobarato de una película de ciencia ficción. Este slogan soporta buena parte del personal branding –marca personal –, un método de autodesarrollo profesional que ya está dando de qué hablar. "Los valores, las habilidades y la forma de ser que los demás asocian con nosotros influyen en nuestra carrera profesional, determinan nuestra marca, la etiqueta que todos llevamos colgada", explica Andrés Pérez, experto en la materia.

En definitiva, con el personal branding se persigue la creación de una marca propia, una señal de identidad que permita el autodesarrollo. "Se pretende que el profesional se defina como independiente, como una persona capaz de tomar las riendas y escribir el guión de su propia vida a partir del desarrollo pleno de sus habilidades".

Con estas palabras explica Pérez esta filosofía con la que se pretende huir de lo que él denomina profesionales de marca blanca: "Individuos de calidad pero perfectamente reemplazables y baratos". En su opinión, existe un potencial personal que se está desperdiciando en las organizaciones, ya que "los empleados no se han parado a analizar cuáles son sus deseos, qué objetivos persiguen y cuáles son sus valores. Estos ingredientes determinan su marca personal". A través de estas herramientas se desarrolla el personal branding.

Sin embargo, Pérez matiza que la marca no es patrimonio del profesional, "son los demás los que cuelgan la marca. En las manos del individuo está crear su propia identidad y aprender a comunicar cuáles son sus inquietudes y qué puede aportar a la organización para conseguir un beneficio común".

En la actualidad, según Pérez, "el miedo a perder el puesto de trabajo trae consigo que los profesionales eviten tomar la iniciativa, ser creativos o tomar decisiones fuera de lo marcado en el manual". Y concluye, "es hora de recuperar el verdadero motor de los negocios, las personas. Son los profesionales los que hacen que las cosas se hagan, los que generan confianza, los que crean y los que toman iniciativas".

Más información: www.marcapropia.net

Ofertas Destacadas

| Puesto/Empresa | Población |
|---|--------------------|
| INGENIERO DE PROYECTOS/ PLANTAS TERMOSOLARES INITEC ENERGIA | Nacional Madrid |
| ONLINE MARKETING MANAGER Robert walters | Madrid Madrid |
| DIRECTOR DE FÁBRICA Human Development | Badajoz Badajoz |
| QUALITY SYSTEM & AUDIT MANAGER Tea-Cegos Selección | Madrid Madrid |
| JEFES DE PROYECTO Psicosoft | Madrid Madrid |

[Ver todas las ofertas de empleo](#)

Noticias más leídas

Últimas noticias

Consejos para una profesión segura y con futuro
"El 'coaching' no es el elixir mágico del líder"
El paro juvenil frena la recuperación
La soberbia del directivo
Lecciones de la crisis

ESPECIALES



El emprendedor ambiental se consolida como una nueva clase de empresario. Contribuye a mitigar los efectos del cambio climático y en ocasiones reportan fortunas millonarias.

Otras webs del grupo UNIDAD EDITORIAL

Quiénes somos | Publicidad | Contacto | Newsletter | RSS | Facebook | Twitter | © 2010 Unidad Editorial Internet, S.L.

Publicación controlada por