

ANÁLISIS

'Tú', la enseña que se debe potenciar

Publicado el 11-05-2010, por Luis Solís

La tendencia de que las personas se casaban con la empresa ha terminado. Según los analistas de la firma especializada Personal Branding, presentes en el primer encuentro de gestión de la marca personal, organizado por la Asociación para el Progreso de la Dirección (APD), lo que impera hoy es que cada persona potencie su propia marca y se pueda convertir en su propio jefe.

Según los expertos, todo cambió desde que las personas empezaron a perder credibilidad en las empresas. Son los trabajadores los que generan marcas a las entidades; por lo tanto, las compañías son las que tienen que volcarse en las personas, determinaron.

Para Andrés Pérez Ortega, especialista en esta materia, la marca personal es la mejor tarjeta de presentación de uno mismo. Lleva implícita los valores que definen la reputación del individuo, tanto a nivel personal como profesional, y va incluso más allá de las propias instituciones y empresas en la que se pueda trabajar en cada momento.

El experto añadió que la marca personal trata de una carta de presentación que, bajo el paraguas del nombre y apellidos, transmite nuestros valores, sentimientos y habilidades, y que actualmente cobra más importancia porque facilita el acceso al mercado laboral.

José Manuel Casado, presidente de Casado Consulting (2C), explicó que la empresa más importante en la vida es uno mismo. Por tal razón, las personas deben saber mercadearse. "Con buenas relaciones sociales, aprender a diferenciarse y, lo más importante, marcarse un objetivo claro de lo que se quiere hacer", señaló.

La marca personal no se logra en quince días. Otro de los retos que tienen las personas al crear su enseña es que tienen que aprender a ser juzgados para lograr, de esta manera, tener mayor credibilidad y que crezca la confianza, manifestó Casado. "El Personal Branding no es una asesoría de imagen. Nadie puede influir en lo que será la marca personal de cada uno", afirmó el experto.

Además, lo que se vende en la marca personal es lo que se hace como profesional. Casado agregó que se debe analizar hasta qué punto se está dispuesto a sacrificar por crear una marca personal, "porque, al principio, no todo es color de rosas".

La marca personal en España no está, sin embargo, valorada y todavía las personas se siguen casando con las empresas, por lo que es difícil que se desarrolle la cultura de ser jefe propio, señaló Pérez Ortega. Además, existen negocios que se resisten a que las personas sean creativas, por lo que se dificulta que sean más los que se animen a crear su propia marca.

Las oportunidades de la Red

Según estas teorías, todas las empresas tienen un mismo departamento de recursos humanos, un buscador online. Los currículum dejaron de existir, y en la actualidad, son muy numerosas las empresas que, antes de contratar, escriben el nombre de la persona en Google, para ver qué historia tiene, según Pablo Melchor, socio fundador de Honest&Smart, una consultora de marketing e innovación.

Melchor explicó que la Red es una gran ventana por donde todo el mundo puede ver lo importante que es tener algún contenido en la Red. Y, si no se tienen contenidos propios online, lo más seguro es que alguien lo introduzca y que no sean positivos.

Para saber lo que representa Internet en la marca personal, lo primero que se debe hacer es escribir el nombre de una persona en un buscador. Después, se debe analizar si los primeros enlaces que salen sobre ese dato son de elaboración propia o no.

Dado el caso de que no haya ningún contenido, lo más apropiado es que se desarrolle información web, como un blog o un perfil en LinkedIn, una página web donde se registra un currículum virtual. Determinó Melchor. "No hay que tenerle miedo a Internet", afirmó el experto.

PUBLICIDAD [Cuenta Euribor Self Bank Alta Rentabilidad, 0 comisiones](#)[Anuncios Google](#)[Cómo influir en los demás](#)

Experto revela secretos y técnicas para conseguir cualquier objetivo.

www.wtselections.com/persuasion[¿Buscas un Broker Online?](#)

Elige el Mejor Broker. Compara aquí comisiones, cuotas y condiciones

www.iahorro.com/broker[Futuros Ibex 35: Interdin.com](#)

Opera vía Web o por el Móvil Futuros, Opciones, CFDs bolsa

www.interdin.com

LA TIENDA Expansión.com



CONSERVADOR DE VINO V-GAUGE

POR SÓLO

44,95 €

1' ▶ ◀ ◂ ◃ [VÉALO >](#)