



Un portal de
expansion.com y
elmundo.es



Especial Masters Especializados
No se equivoque de master
La búsqueda minuciosa asegura una apuesta ganadora con índices de colocación muy eficaces.

E&E, página de inicio
Quiénes somos
Publicidad
Atención al cliente
Newsletter

Martes, 16 de Septiembre 2008

[EMPLEO](#) | [FORMACIÓN](#) | [EMPRENDEDORES](#) | [DESARROLLO PROFESIONAL](#)

DESARROLLO PROFESIONAL

- Asesor laboral
- Calendario laboral
- Conciliación
- Diversidad
- Habilidades directivas
- Jóvenes talentos
- Nombramientos
- Observatorio laboral
- Profesiones
- Retribución
- Salud en el trabajo
- Tu carrera
- Trabajar en el extranjero
- Trayectorias de éxito
- Tendencias en RRHH
- Estrategias de formación
- La tertulia de E&E
- Diccionario de RRHH

PUBLICIDAD

OTROS SERVICIOS

- Quién es quién
- Foros
- Newsletter
- Libros
- El tópico de Pilar Cambra
- El ojo crítico
- Lucy Kellaway
- Los Blogs

ENCUESTA

¿Cuál es el mejor momento para coger vacaciones?

Agosto

Julio y Septiembre

Otros meses

OPINIÓN

¿Qué es el sueldo?
Aunque la pregunta parece tener una respuesta obvia, lo que cobramos a final de mes, si indagamos un poco en la trascendencia de esta cifra pronto observaremos que hay unas "externalidades" que tienen tanto o más peso que una cantidad de euros.

[Ver más opiniones](#)

Expansion.com

elmundo.es

E&E > Desarrollo Profesional > Tu carrera

16-09-2008
RED

Yo mismo S.A.

Cualquiera puede tener influencia y un crecimiento que era impensable hace poco tiempo. Algunas herramientas en la red facilitan el impulso de la marca personal, pero ésta no es nada si detrás de esa promoción global y a veces demasiado fácil no hay nada que ofrecer.

 Tino Fernández / Madrid.

Los cinco minutos de gloria que Andy Warhol reclamaba en la vida de cualquier mortal no son nada comparados con las posibilidades que las nuevas tecnologías ofrecen a quienes desean impulsar su marca personal.

Para ello, florecen en la red herramientas como Brandego.com o Checkyourimage.com. El primer sitio facilita a cualquiera la tarea –ahora sencilla– de promocionarse de manera global. En el segundo, aquellos que no se fíen demasiado de la opinión subjetiva de su pareja, de su madre o amigos (que no tiene por qué ser buena), pueden acudir a la objetividad y franqueza de una red de analistas sobre la propia personalidad y méritos. Este sitio asegura que, lo mismo que los focus groups pueden analizar un producto, también la supuesta marca personal de cualquiera puede ser objeto de escrutinio.

Análisis preciso

Checkyourimage.com ofrece una gran variedad de test en los que "expertos interactivos" opinan sobre la imagen, la inteligencia o las capacidades de quien está dispuesto a pagar 25 euros por un servicio básico, 49 euros por uno intermedio, o 490 euros por el servicio premium, que incluye la posibilidad de que hasta mil personas participen en el análisis de quien se somete a él y pueda beneficiarse de las valiosas conclusiones.

Hasta hace bien poco era muy difícil superar la comunicación de uno a uno cuando se trataba de mostrar a los demás nuestras capacidades o al intentar influir sobre otras personas. Hoy, gracias a las nuevas tecnologías, cualquiera puede ser como Sony, Coca-Cola o Adidas, aunque esa posibilidad tiene un reverso tenebroso: si cualquiera puede llegar a tener influencia, cualquiera podría influir en la reputación de una compañía.

Proyectos reales

Nos hemos convertido en CEO de nuestras propias empresas, que somos nosotros mismos, y una de nuestras principales preocupaciones debería ser la de impulsar la propia marca. Es algo que hasta ahora parecía reservado sólo para los llamados líderes mediáticos –personajes como Richard Branson o Donald Trump–, aquellos que "son" su propia empresa y que encarnan la imagen de su compañía, sobre todo cuando se trata de transmitir valores y emociones.

Henry Ford solía decir que no se puede construir una reputación sobre lo que uno cree que va a hacer o dice que puede hacer. Tom Peters recogió este guante en su día y se convirtió en pionero de las teorías sobre la marca personal. "Yo soy mis proyectos", aseguraba Peters, refiriéndose a lo que uno logra poner en movimiento en realidad. Lo que uno puede hacer sólo es visible en lo que hace.

Andrés Pérez, fundador de Marcapersonal.es, explica que "la marca no es la imagen. El currículum no es una marca, y lo importante es que tengamos algo que ofrecer". Pérez añade que la marca tiene que ver con cómo ser el profesional con el que todo el mundo quiere trabajar, y aquí entran en juego conceptos como la relevancia –que se sea útil–; la confianza –hay que preguntarse si una persona muy visible es fiable–; y la notoriedad: Si alguien no es relevante y es visible, la notoriedad no sirve para nada. "Un doctorado ya no te hace relevante. Hay que ser fiable y hay que demostrarlo. Las nuevas tecnologías permiten hacer esa demostración, porque ya no sólo basta con decir que se hace algo. Eso puede probarse".

Publicidad

VI EDICIÓN

PREMIOS E&E

A LA INNOVACIÓN EN RRHH



La Feria Oficial de los Masters

inscríbete

Las más leídas Últimas noticias

1. Pasos a evitar en una entrevista laboral
2. Diez claves para escribir una carta de presentación
3. Consejos para superar una entrevista de trabajo
4. Pasos para crear una empresa
5. Instrucciones para hacer un buen currículum

Humanos con Recursos



Buscadores Expansión&Empleo

B

Buscador de empleo

Consulte las mejor selección de ofertas de empleo para personas con formación universitaria y FP Superior.

Franquicias y emprendedores

Encuentre la mejor selección de franquicias del mercado con descripciones y datos detallados.

Cursos de formación

Acceda a todos los programas que imparten universidades, escuelas de negocios y empresas de formación.

© 2008, Unidad Editorial Internet, S.L.

[EMPLEO](#) | [FORMACIÓN](#) | [EMPRENDEDORES Y FRANQUICIAS](#) | [DESARROLLO PROFESIONAL](#) | [SERVICIOS](#)

Otras webs del grupo UNIDAD EDITORIAL

Publicación controlada por 