

Como gestionar tu marca personal

Barragán de la Parra, Rocío

2022-06-29

<https://hdl.handle.net/20.500.11777/5791>

<http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf>

COMO GESTIONAR TU MARCA PERSONAL

**Por: Mtra. Rocío Barragán de la Parra*

Los desafíos actuales del mercado laboral demandan nuevas formas de interactuar y relacionarse. Ya está en el pasado el tiempo el que un egresado universitario buscaba una empresa con el deseo de obtener tener un empleo seguro y permanente; pues, aunque esto es posible, actualmente el desarrollo laboral está enmarcado en una dinámica diferente que supone la capacidad de adaptarse al entorno en el que el profesionista se desenvuelve

La integración a la vida laboral implica no sólo la obtención de un sueldo económico con prestaciones que fortalezcan el estilo, la calidad de vida y las oportunidades. Un objetivo más trascendente es insertarse en el mundo laboral y aprender a gestionar la empleabilidad; entendida como la capacidad para expandir las habilidades, conocimientos y actitudes personales y profesionales; comprendiendo que día a día se genera valor que puede sumar al perfil profesional, desarrollando un diferenciador que forma parte de la construcción de la marca personal.

Gestionar la marca personal implica dos grandes ejes: La capacidad profesional y la asertividad en las relaciones personales, capacidades fundamentales para generar oportunidades de proyección y vinculación y, cada profesionista puede darse cuenta de ello a través de su perfil profesional y personal; por ello una adecuada gestión de su desarrollo profesional y de sus relaciones personales le mantienen activo y presente en la mente de sus compañeros, familia y amigos que fungen a su vez como influencers o recomendadores.

Parte fundamental de la gestión efectiva del perfil profesional es la relación que el profesional guarda consigo mismo; conocer y reconocer cuáles son aquellas virtudes diferenciadoras de su ser y quehacer como la mejor oportunidad para construir el valor de marca, gestionarla, mantenerla y expandirla como parte de esa empleabilidad profesional.

La importancia de la adecuada gestión de la marca personal es comprender que cada profesionista se perciba como su propio gerente de administración y finanzas, de modo que debe realizar un manejo sano y controlado de sus ingresos/ egresos. También es su gerente de investigación, así que debe identificar y practicar su capacidad para reinventarse, prepararse, estudiar y actualizarse. Cuidar no caer en la llamada *zona de confort*, tan agradable como destructiva en la gestión de la empleabilidad. Como también es su propio gerente de

mercadotecnia, debe identificar los beneficios y diferenciadores de su marca; gestionar sus relaciones, recomendaciones y referencias, ya que éstas son fundamentales. Por último, observarse como gerente de ventas, donde los contactos validan sus capacidades y gestionen una red de confianza; disfrute su trabajo y genere círculos virtuosos de crecimiento y aprendizaje. Si usted agrega valor a su marca personal y administra su empleabilidad está entonces gestionando su marca personal.

Conforme se adquiere experiencia y se va desarrollando en el campo laboral, se aprende a ser más intuitivo sobre los movimientos del mercado y cómo pueden generarse primeras impresiones con la gente nueva o con aquella que puede reconocer nuevas facetas de mi experiencia laboral. En resumen, *“Lo que otros ven de nosotros es lo que estamos tratando de comunicar; lo que tratamos de comunicar es lo que pensamos de nosotros mismos”*.

El término clave para conciliar lo que otros piensan y perciben de uno mismo contra nuestra propia opinión es complicidad positiva: qué es, cómo es, qué comunica con lo que hace, de qué manera se comporta, qué comunica con lo que hace y con la manera en que se comporta son los principales insumos de esta capacidad. Se trata de expandir círculos de confianza y entonces crear lo que se llama halo de éxito.

Generar valor con la marca personal consiste en actuar con entusiasmo y pasión, con actitud positiva inspirando y animando a los demás. Privilegiar los hechos sobre los prejuicios, suposiciones e interpretaciones que son los grandes enemigos de la comunicación; mantenerse dispuesto a aprender, reaprender o desaprender es la clave; con ello se fundamentan los grandes principios de la marca personal y la ley de reciprocidad: ser generoso con lo que se da y se recibe; mantener la mente abierta para valorar las oportunidades de mejora y desarrollo profesional y personal.

La autora es académica de la **Universidad Iberoamericana Puebla**.

Sus comentarios son bienvenidos.