

Construyendo tu Marca Personal

El término **Marca Personal** o *Personal Branding* se relaciona con establecer una identidad como persona. Tiene que ver con el concepto que una persona tiene de sí misma, su autoestima y autoimagen definen su marca personal, es decir, cómo se presenta ante la sociedad, el trabajo y el mundo en general.

- **Autoestima:** Percepción y valoración que una persona tiene de ella misma. Influyen, la opinión de otros, experiencias de la infancia, la crianza, la educación, la cultura, el concepto de su propia competencia y el autoconcepto que ha ido desarrollando con el paso del tiempo.
- **Autoimagen:** Es la imagen mental que una persona tiene de ella misma. Incluyen, la percepción de su apariencia física, personalidad, habilidades, competencias y otros aspectos que contribuyen a su identidad. La autoimagen es la manera en que una persona se percibe en relación con los demás y con el mundo que la rodea. La autoestima influye tanto en la imagen que alguien tiene de sí mismo como en los logros y desafíos que obtiene en la vida.
- **Marca personal en relación con la autoestima y la autoimagen:** La autoestima, la autoimagen y la marca personal están íntimamente relacionadas. La **marca personal** se refiere a la imagen pública que una persona proyecta a los demás, tanto en el ámbito personal como en el profesional. Incluye sus habilidades, valores, reputación. **Tu marca personal es la impresión que dejas en las personas con las que interactúas.** Y así te consideran y así te tratan.



Hoy, la **marca personal** está relacionada con la vida profesional y el trabajo. En 1997 Tom Peters publicó su artículo *“The Brand called You”* en la revista *Fast Company*, fue la primera vez que se expresó el concepto *“Personal Branding”* como la forma individual de presentarse ante un público para que le quede **perfectamente claro “quién eres tú”**.

En el mundo profesional y de los negocios, la **marca Personal** (en inglés *Personal Branding*) es un concepto de presentación personal en el que uno mismo se considera una “marca”, como una **marca comercial**, que debe ser elaborada, revisada, transmitida y protegida a fin de diferenciarse del resto y ser competitiva para conseguir el mayor éxito posible en las relaciones sociales y profesionales.

La marca personal nos posiciona en la mente de los que nos rodean (colegas, clientes, superiores, etc.) **en forma constante, permanente y sostenible**; busca dar a conocer lo mejor de cada uno en función de los conocimientos, habilidades, experiencias, destrezas, etc. pero, sobre todo, por la manera de comportarse con relación al medio externo. La **marca personal** tiene que ver con la primera impresión que transmitimos a los demás por la manera de vestir, de expresarnos, de movernos, que sin duda permitirá que los demás, al observarnos, adopten una idea de quiénes somos y nos recuerden.

Todas las personas necesitan hacer cambios a lo largo de la vida, deben de adaptarse continuamente a los medios donde se desarrollan y obtienen resultados. La gran pregunta es, **¿qué deben hacer y utilizar para diferenciarse del resto del grupo para marcar diferencia?**. Para lograrlo se requiere un enfoque estratégico y un conjunto de actitudes y habilidades puestos en práctica.

Sin embargo, establecer una **marca personal** implica mucho más que cuidar la imagen, el vestuario y la apariencia. Si observamos a las personas que tienen sus propias marcas, podemos apreciar que no sólo tienen una excelente imagen exterior, sino que ellos se diferencian por otras cosas que van más allá de esta parte superficial.

Desarrollar una **marca personal** consiste en identificar y comunicar las características individuales que nos distinguen, el **“valor del YO”**, en que somos relevantes, diferentes y visibles en un entorno competitivo y cambiante. Nuestra **“marca personal”** debe impactar en cualquier espacio donde nos relacionemos, ya sea profesional, social o particular.

Principios para definir tu Marca Personal

1. Construye un alto desempeño:

La mejor manera de construir una marca personal es hacerlo sobre las bases sólidas e incuestionables de un excelente desempeño. **Asegúrate de entregar los resultados que se esperan de ti y exceder expectativas. Identifica tus fortalezas** y basa en ellas el terreno sobre el cual piensas destacar. Construye una reputación sólida basada en tus resultados y en las habilidades que te llevan a conseguirlos.

2. Visualízate como ganador(a):

En la vida, todas las personas llegamos al lugar donde nuestra visión nos proyecta. **Lo que no vemos en nuestra imaginación, no lo podemos generar.** La visión permite conocer de manera anticipada lo que pueden ser las cosas, el enfoque, la identificación de oportunidades, el esfuerzo y el tiempo hacen posible que los sueños se cumplan.

3. Trabaja en la imagen que proyectas:

Observa tu imagen: **¿Proyectas realmente lo que deseas comunicar?**, tu manera de presentarte ante los demás, de conectar con ellos (las palabras que usas, el tono de voz, la frecuencia, tu discurso, la mirada frontal, etc.) ¿marca la diferencia de cómo deseas que te vean? También la actitud que muestras en cada interacción: ¿muestras seguridad, aplomo, confianza...?

4. Escoge un modelo a seguir:

No se trata de fingir, ponerse una máscara y aparentar ser la persona que no eres. Los demás te percibirán falto de contenido. Escoger un modelo significa fijarse en una persona que emana aquella imagen y seguridad que tu quieres proyectar. Modela la manera como se comporta, cómo habla, cómo se viste y después, **crea tu propio estilo.**

5. Anticípate y practica:

Los **actos de anticipación generan autoconfianza** porque permiten visualizar la situación con antelación antes de que suceda y prepararse para buscar alternativas de cómo hacerlo mejor. Si se trata de hacer una presentación, puedes practicar ante un espejo o ante otra persona de tu confianza que te proporcione retroalimentación honesta y sincera.

6. Trabaja tu marca personal:

Maximiza las oportunidades de exposición. Esto implica llevar a cabo una estrategia de **networking** adecuada a la marca que deseas construir. Identifica los entornos en que deseas moverte y favorece las oportunidades de frecuentarlos.

Reflexión final

Hoy más que nunca las personas y las empresas exitosas desean relacionarse con líderes que aporten valor. Los líderes, a través de su **marca personal**, se convierten en agentes de cambio, cuya misión es **reestructurar el mundo empresarial, redefinir la forma en cómo se hacen las cosas y lograr transformaciones profundas y significativas.**

Es importante que antes de desarrollar tu **marca personal**, tengas claro cuál es tu propósito, qué te diferencia de los demás en un mercado competitivo, cuál es tu esencia y **qué es lo que puedes ofrecer a los demás que marque diferencia, genere valor y transforme positivamente el entorno donde participas.**