

Tirada: 931.198	Negocios EL PAIS	Superficie: 456,00 cm²	
Difusión: 719.880		Ocupación: 49.63%	
(O.J.D)	Nacional	Semanal	
Audiencia: 2.519.580	General	Valor: 22.441,26	
(E.G.M)	2ª Edición	09/08/2009	Página: 22
Ref: 2680402			1 / 1

ANDRÉS PÉREZ ORTEGA

Impulsor de la 'marca personal'

“Cualquiera puede crear su propia profesión”

BORJA VILASECA

El sistema capitalista se está desmoronando. Empresas que quiebran. Oficinas bancarias que cierran. Despídos masivos. Incertidumbre. Inseguridad. Y miedo. Cada vez más miedo por lo que pueda llegar a pasar. Muchos economistas coinciden en que se avecinan cambios económicos y sociales imparables e irreversibles. Y es precisamente este temor al cambio lo que pone de manifiesto una verdad que muy pocos están dispuestos a reconocer y mucho menos a aceptar: que la mayoría de personas no son ni quieren ser responsables de sus vidas.

Así piensa el impulsor del concepto *Marca Personal*, Andrés Pérez Ortega (Madrid, 1967), pionero en España de *Personal Branding* (www.marcapropia.net), que pretende fomentar un cambio de paradigma en la forma en la que los profesionales se relacionan con el mercado laboral. Debido a la necesidad de cambio y reorientación profesional de cada vez más españoles, este concepto se está poniendo de moda.

En su opinión, “la crisis actual puede ser una buena oportunidad para dejar de ser víctimas de nuestras circunstancias y empe-

zar a liderar nuestro propio camino profesional con confianza, madurez y autenticidad”. Autor del libro *Marca personal* (ESIC Editorial), Pérez Ortega es consultor de empresas y escuelas de negocios y asesora a personas motivadas en alinearse con su verdadera vocación.

Pregunta. ¿Cuál ha sido su cambio personal?

Respuesta. Tras pasar por varias empresas y negociar decenas de productos de marcas blancas, hace unos años descubrí que para que algo se valore debe sobresalir y ser reconocido por sí mismo. Mi visión fue extrapolar esta conclusión al ámbito de la gestión personal y profesional en España, tal y como se venía haciendo en los países anglosajones. Eso sí, para desarrollar una marca personal, primero hemos de ser lo suficientemente humildes y honestos con nosotros mismos para hacernos una simple pregunta: “¿Quién manda en nuestra vida?”. Y segundo, hemos de tener la confianza y el coraje de comprometernos con la respuesta obtenida.

P. ¿A qué se refiere?

R. Me refiero a ser libres interiormente, es decir, a ser valientes para enfrentarnos y superar los miedos e inseguridades que



Andrés Pérez Ortega.

“La confianza en uno mismo y en la vida es la verdadera clave del éxito”

nos condicionan y limitan. Lo digo porque nuestras circunstancias son un reflejo de cómo lidiamos nuestro diálogo interno. La mayoría de profesionales se conciben a sí mismos con la demanda, con lo que llevan a cabo una búsqueda laboral reactiva: se amoldan a lo que el mercado les ofrece, convirtiéndose casi sin darse cuenta en esclavos de sus

circunstancias. Delegan su felicidad y su éxito en aspectos externos, que escapan a su control.

P. ¿Y cuál es la alternativa?

R. Formar parte del nuevo paradigma, que se sustenta sobre la responsabilidad y el liderazgo personal, que es lo que posibilita que cualquiera de nosotros pueda crear su propia profesión. Eso sí, para ello tenemos que saber quiénes somos, para qué servimos y qué valor añadido podemos aportar a la sociedad.

P. ¿Y en eso consiste crear la *marca personal*?

R. Exacto. Se trata de ser capaces de reinventarnos, de convivir con el cambio permanente y de redescubrir que somos únicos.

Este proceso de autoconocimiento y desarrollo profesional consiste en comprender el valor de la autoconfianza y la autenticidad, de pensar por nosotros mismos, de llamar la atención aunque nos hayan dicho que no debíamos hacer ruido y de aprender a vender nuestro trabajo para no tener que vendernos a nosotros mismos. Los expertos de producto lo llaman “marca” o “posicionamiento”. Yo lo aplico a las personas y lo llamo “marca personal”.

P. ¿Qué les dice a las personas que todavía no han encontrado su vocación?

R. Que no desistan. Que como todo en la vida, es cuestión de persistencia, disciplina, voluntad y planificación. Encontrar la vocación es un trabajo en sí mismo. Lo más importante es que aprendan a creer en ellos mismos, en lo que son capaces de ofrecer a los demás. La confianza en uno mismo y en la vida es la verdadera clave del éxito que se pretende cosechar desarrollando la marca personal. El objetivo es que tu profesión sea un fiel reflejo de lo que eres. En este caso, triunfar es sinónimo de ser auténtico.

P. ¿Todo el mundo tiene algo que aportar?

R. Todo el mundo. Sin excepción. Todos tenemos cualidades innatas que podemos desarrollar. Experiencias, conocimientos, habilidades y pasiones con las que podemos crear una profesión útil y con sentido. La trampa es esperar a que surja una oferta de empleo. Cuando sabemos quiénes somos, de forma natural terminamos por crear nuestra profesión. No hace falta ser empresario para ser emprendedor. Lo más maravilloso, y también lo más difícil de comprender, es que todo lo que necesitamos para impulsar nuestra marca personal ya está dentro de nosotros. Es una revelación, un autodescubrimiento. ■