LITORALPRESS

Fecha: 04-07-2024 Visitas: 486.531 Favorabilidad: No Definida
Fuente: EMOL VPE: 4.889.636

Título: **La marca personal como herramienta para diferenciarse en el ámbito laboral: ¿Qué es y cómo se construye?**

Link: https://www.emol.com/noticias/Economia/2024/07/04/1135676/marca-personal-ambito-laboral.html

Los expertos afirman que tanto para aquellos que están dando sus primeros pasos en su carrera como para los profesionales experimentados que buscan un cambio, tener una marca personal sólida puede ser clave para desbloquear nuevas oportunidades. El mercado laboral constituye un reto tanto para profesionales recién egresados como para aquellos que tienen mayor experiencia. Actualmente, la oferta de puestos de empleo se encuentra por debajo de la cantidad de profesionales en busca de trabajo.

En ese contexto, enviar un currículum a amigos o conocidos, esperando una oportunidad, o centrarse exclusivamente en portales de empleo y redes sociales sin una preparación adecuada, no es tan efectivo para encontrar empleo, aseguran los expertos. Claudio Oyarzún, gerente general de HumanNet, empresa de gestión de capital humano, explica que crear una “marca personal” es clave para destacarse ante tanta competencia.

La marca personal, también conocida como "personal branding", es el proceso de identificar y comunicar las características únicas que diferencia a un candidato de los demás, tanto a nivel personal como profesional, explicó Rodrigo Gorostiza, gerente de marketing de Trabajando. com. {CITA Rodrigo Gorostiza, gerente de marketing de Trabajando. com: “Es la forma en que una persona se presenta a sí misma al mundo y cómo es percibida por los demás. Esto puede diferenciarte, crear oportunidades y aumentar tu influencia y reputación en el ámbito laboral”. }Por otro lado, en los últimos años, la aparición de plataformas de redes sociales y foros en internet, como LinkedIn, que se dedican exclusivamente a la búsqueda de empleo, ha transformado la manera de construir la imagen profesional. Ahora, la marca personal no solo se maneja en el mundo offline, sino que también se proyecta en el entorno digital.

Ahora bien, ¿realmente vale la pena preocuparse por la "imagen profesional"?Según **Luciano Castellucci**, director del Master in Marketing Management de la Escuela de Negocios de la **Universidad Adolfo Ibáñez**, la marca personal de una persona existe independientemente de la intención de trabajarla o no. Por eso, el académico recomienda que todo profesional dedique tiempo al diseño de su “personal branding”, para así lograr ser percibido por sus audiencias de la forma que mejor le convenga.

Para utilizar eficazmente esta herramienta, que permite a los profesionales destacarse del resto, Castellucci sugiere seguir una serie de pasos clave:Definir un tema de expertise: Es fundamental seleccionar un tema específico en el cual uno sea experto y concentrarse exclusivamente en generar contenido relacionado con este tema. Esto ayuda a establecer una imagen de especialización y credibilidad en el área elegida. Identificar la audiencia objetivo: Es importante determinar a qué tipo de audiencia se desea llegar. Conocer y comprender las necesidades, intereses y problemas de este público permite adaptar el contenido de manera más efectiva y aumentar la relevancia. Diferenciarse en la presentación del contenido: Para destacar entre otros profesionales que puedan estar abordando el mismo tema, es clave ofrecer una perspectiva única y original. Esto puede lograrse mediante un estilo de comunicación personalizado y distintivo, que refleje la personalidad y los valores únicos del individuo. Mantener la autenticidad: A lo largo del desarrollo de la marca personal, es fundamental mantener la autenticidad. Esto implica sentirse cómodo y genuino con lo que se está comunicando. La falta de autenticidad puede percibirse fácilmente por las audiencias, lo que podría afectar negativamente la credibilidad y el impacto de la marca personal.

A estas recomendaciones, el vocero de Trabajando. com, agregó que “en una línea más técnica, es ideal poder optimizar el perfil en LinkedIn y otros canales para que te encuentren fácilmente cuando alguien busque tu nombre o habilidades específicas en línea, además de monitorear y responder profesionalmente a comentarios, esto ayudará a mantener una presencia constante y positiva”. El filtro que aplican los cazatalentosDe acuerdo a Gorostiza, los reclutadores generalmente revisan los perfiles en redes sociales profesionales como LinkedIn para obtener una visión general de la experiencia, habilidades y recomendaciones. En esta misma línea, “buscan coherencia en cómo te presentas a través de tu perfil, publicaciones, comentarios y cualquier otra interacción en línea. Evalúan si compartes contenido valioso y relacionado con tu campo profesional, lo cual puede demostrar tu expertise y compromiso con tu desarrollo profesional”, indicó el experto. Claudia Valdés Muñoz, gerente general de BBSC -empresa especialista en asesoría tributaria-, coincidió señalando que desarrollar la imagen profesional es importante porque ayuda a diferenciarse de otros profesionales.

Agregó que “además, genera confianza y credibilidad; abre nuevas oportunidades laborales; te posiciona como especialista en el campo; y facilita la conexión con otros actores”. {CITA Claudia Valdés Muñoz, gerente general de BBSC: “En este ámbito, los reclutadores podrían fijarse en la coherencia entre tu mensaje y trayectoria, junto con observar tus habilidades, logros y recomendaciones. También es importante la forma en que te comunicas y cómo proyectas tu identidad”. }No obstante, el enfoque en el branding personal va más allá de la mera apariencia superficial.

Se trata de la impresión total que se deja en los demás, que abarca no solo aspectos visuales como la vestimenta o el peinado, sino también la forma en que nos comunicamos, acciones y presencia en las redes sociales y otros ámbitos.

Finalmente, Rodrigo Gorostiza hizo alusión a las ventajas que trae construir un personal branding sólido, argumentando que “tener una marca personal consistente y auténtica genera confianza entre los colegas, empleadores y clientes, lo que incluso puede facilitar la negociación de mejores condiciones laborales y proyectos más desafiantes, además, facilita la construcción y expansión de la red profesional, es decir, no solo amplía las oportunidades de trabajo, sino que también puede abrir puertas a colaboraciones estratégicas y proyectos innovadores. Puede contribuir a una carrera profesional estable y con proyección a largo plazo”.