

Marca personal, tu tarjeta de presentación

Nathaly Cárdenas
06/12/2018

Categorías:

Alumnos, Futuros alumnos, Graduados, UTPL

La era digital nos ha impuesto una batalla con la que no podemos luchar, nos ha empujado inevitablemente a un **mundo** paralelo, el **cibernético**; allí el que **tiene más posibilidades** es el que sabe moverse de forma inteligente y **tiene más visibilidad**. Por lo tanto, **lo más aconsejable es definir una estrategia para sacarle todo el provecho a las innumerables herramientas de las que disponemos gracias al Internet; posicionarte en la red** es una de ellas.

En una sociedad interconectada, donde las **personas se desarrollan a la par con el surgimiento de nuevas tecnologías** e incipientes formas de comunicación; **dejar una huella en el entorno digital**, es ahora mismo, **igual o más importante que tu rastro en el mundo real**.

Específicamente, **en el campo laboral, los procesos de reclutamiento y selección de personal han mutado** al punto en el que los empleadores abandonaron viejas formas de selección **por nuevas herramientas que incluyen la búsqueda y el análisis de perfiles profesionales que encuentran en redes como LinkedIn**.

¿Alguna vez has googleado tu nombre? Si no es así, ¡hazlo! Ve a Google y en el buscador escribe tu nombre.

Una vez que hayas encontrado información sobre ti, responde

¿Qué soy? ¿Qué reflejo?

Es aquí donde toma protagonismo la **Marca Personal, un concepto que sugiere que veas tu individualidad como una marca para visibilizar tu valor diferencial y tus capacidades**. Es importante que sepas, que con el tiempo, las empresas optarán por escoger a personas con una marca personal definida.

La marca personal **no debe crearse necesariamente después de terminar tus estudios universitarios**; de hecho, lo **aconsejable es que la construyas cuando tengas plena conciencia de lo que quieres lograr**. En este sentido, la Unidad de Graduados de la [Universidad Técnica Particular de Loja \(UTPL\)](#) [1] organizó la conferencia que explicó a nuestros estudiantes, la forma correcta de desarrollar una marca personal. Para ello, contamos con la presencia de Grecia Logroño Tello, Gerente Consultor de Recursos Humanos en SOSA CORP. S.A., quien gracias a su vasto recorrido en el campo del reclutamiento laboral, nos permitió compilar los mejores consejos para sobresalir con la marca personal.

¿Cómo gestiono mi marca personal desde cero?

Define tus objetivos y traza una estrategia acorde a ellos. Te aseguramos que la marca personal **te abrirá las puertas de grandes oportunidades en la vida social y profesional.**

Ahora te enumeramos los **principios más importantes** a la hora de empezar a construir tu marca, según Grecia Logroño.

1. Como cualquier entidad que desee darse a conocer a la comunidad, **deberás definir tu propio FODA** (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas). **Evalúa tu trayectoria personal y profesional** para saber qué es lo que más podrías sacar a relucir en tu sitio web o redes sociales.
2. **Reflexiona acerca del futuro de tu profesión.** Enfócate en el ámbito que más te gusta de tu carrera y en los impactos de cambio. *Prepárate, lee y genera contenido que le dé valor a tu perfil.*
3. **Evalúa lo que publicas.** Tal vez seas de las personas que postea memes, o comentas en publicaciones en tono agresivo, a la defensiva o burlón en temas de fútbol, religión o política. Publica y muestra una actitud positiva siempre. *Comunica lo que quisieras que la gente sepa de ti. De ahora en adelante, antes de comentar o postear en cualquier portal web pregúntate ¿esto contribuye a mejorar mi marca personal o por el contrario la afecta negativamente?*
4. **Genera credibilidad y profesionalismo.** Puedes fortalecer este punto trabajando en tu presencia digital, **vende tu talento, muestra tus mejores capacidades.** *No temas evidenciar tus logros. No olvides canalizar el contenido, pues cada red social o plataforma digital tiene su objetivo.*

Logroño, enfatiza en la importancia de un perfil de LinkedIn bien constituido. Cabe recalcar que esta red no es social, es un vínculo entre el sector laboral y los buscadores de empleo. Por eso, coloca una imagen profesional como tu foto de perfil y como tu portada, **contáctate con profesionales destacados en el campo laboral en el que quieres incursionar y comparte contenido profesional como artículos de blog, noticias, videos** y todo lo que sea de interés para las personas que te visiten.

“Como reclutadores, en las redes sociales notamos la pasión de cada persona por lo que hace; esta coherencia es la base principal en la construcción de tu marca. **Mientras más contenido compartas más posibilidades tienen de contactarte**”, asegura Logroño, añadiendo que más allá de la parte técnica, los *buscadores de talentos buscan candidatos poseedores de competencias blandas (colaboración, creatividad, aprendizaje continuo, inteligencia emocional, resiliencia, liderazgo, entre otras).*

“Seas abogado, doctor, maestro, ingeniero o incluso propietario de un negocio, hoy en día también necesitas considerarte un empresario que dirige, al menos, una nueva empresa en crecimiento: tu propia carrera”. - Reid Hoffman, creador de LinkedIn -

Links

[1] <http://www.utpl.edu.ec>