

«La marca personal consiste en descubrir lo que hacemos bien y darlo a conocer»

«Las mujeres lo tienen más difícil en el mundo laboral y han de saber qué rasgos las fortalecen para hacerse visibles»



ANDRÉS PÉREZ EMPRESARIO Y EXPERTO EN EL DESARROLLO DE MARCAS Langreo, Lucía CORTINA

Andrés Pérez, empresario madrileño aunque alicantino de adopción, defiende desde hace años una teoría basada en la necesidad de hallar la marca personal para hacerse valer en el ámbito laboral. Este licenciado en Químicas es experto en el desarrollo de marcas y en los últimos quince años ha sido responsable de compras, logística y negociación internacional de materias primas, productos y servicios en compañías como Repsol, Quaker Oats, Carrefour, Lucent Technologies y el Grupo ONCE. También ha sido responsable de la línea de productos de Marca Blanca, y lanzó al mercado medio millar de artículos de alto consumo, varios de los cuales fueron premiados por revistas de consumidores.

-¿En qué consiste lo que usted denomina la «marca personal»?

-Esta teoría surgió hace diez años en Estados Unidos. Después de la década de los ochenta, las empresas experimentaron una gran transformación y rompieron sus compromisos con sus trabajadores. En los noventa, los profesionales nos quedamos huérfanos, y de ahí surgió la necesidad de vender nuestro trabajo, si vamos a trabajar como empleados individuales, y buscar nuestra «marca personal».

-¿Cómo eran entonces los profesionales?

-Antes los profesionales teníamos lo que se denomina en el ámbito comercial una «marca blanca». Esto se traduce en que somos baratos, sustituibles, pero que tenemos muy buenas cualidades, aunque no se valoren. Ahí surge la necesidad de indagar y buscar aquello que nos define, ya que una marca aumenta el valor del producto al aportar confianza. Por ejemplo, cuando vamos a comprar un televisor inevitablemente nos decantamos por la firma más conocida en el mercado.

-¿Qué carencias ha detectado en el mundo empresarial?

-La gente no sabe vender su trabajo. El secreto está en descubrir qué es lo que hacemos bien y darlo a conocer. Todos destacamos por algo. Hay que encontrar aquello en lo que somos buenos y lograr que se nos reconozca por ello.

-¿Qué aconseja para aprender a destacar?

-Mostrarse como una persona voluntaria en todo lo que proponga la empresa, hacer proyectos que sean brillantes, tomar iniciativas por cuenta propia y tratar de llamar así la atención, creando, por ejemplo, un blog.

-¿Entonces, internet es un escaparate indiscutible?

-No es la panacea. Está muy bien, porque indudablemente nos permite llegar a todo el mundo. Cuando tienes una idea muy buena, ya no se queda en tu casa, sino que puedes difundirla con gran rapidez. Sin embargo, no sirve para todo, sino para cosas muy concretas.

-Usted habla de la figura del «trepa». ¿Qué características definen a estos individuos?

-El «trepa» sabe hacerse visible, aunque no sea una persona totalmente válida. Tiene una marca personal fuerte, la ha descubierto y sabe detectar las necesidades de los demás y tratar de cubrirlas. Por ejemplo, un «trepa» sabe lo que su jefe necesita y lo hace. Se convierte en una persona muy fiable y cumple, por tanto, los requisitos de la marca.

-¿Dirige su teoría exclusivamente al ámbito empresarial o es aplicable a otros campos?

-Es aplicable a todos. En el mundo profesional, por ejemplo, las mujeres lo suelen tener más difícil. Para mejorar su situación han de descubrir qué rasgos las fortalecen y, en función de ellos, hacerse visibles y no caer en los errores de los hombres. También los mayores de 45 años, que aparentemente lo tienen más difícil para trabajar, pueden utilizar su marca. Se puede aplicar, incluso, al personal. Por ejemplo, yo sabía que uno de mis puntos fuertes era el sentido del humor, y así conquisté a la que es hoy mi mujer.

-¿En España está desarrollado su planteamiento?

-La verdad es que no. A los departamentos de recursos humanos de las empresas no les interesa darles esa ventaja a sus trabajadores; además, puede ser una manera de perder a sus empleados.

{



Andrés Pérez, en el Musi, donde ofreció una conferencia. [Juan plaza](#)

MULTIMEDIA

 [Fotos de la noticia](#)