

¿Marketing personal?

Inés Temple
DBM Perú



Desde que introducimos el concepto, hace más de 10 años, mucho se ha hablado sobre marketing personal en el Perú. Lamentablemente, hoy muchos piensan —de manera equivocada— que esta idea tiene que ver con 'venderse a uno mismo' o hacerse propaganda personal.

Otros, también confundidos, creen que se trata solamente de cuidar su imagen, olvidando que esta no es sino el reflejo de

nuestra verdad personal y profesional. Vivir en el mundo de las apariencias hace a muchos olvidar que lo importante es ser y no solo parecer; y que sin ética o valores reales, la imagen por sí sola no 'vende'.

Esto nos lleva al territorio de la integridad. En el mundo profesional y, por supuesto, en el personal, la falta de integridad y la inconsistencia entre los valores que se predicán y lo que se hace determina siempre el fracaso, aunque en el corto plazo, a veces, se pueda engañar a muchos.

Ser íntegro pasa por ser siem-

“La imagen y la reputación se crean y sostienen generando resultados, pero también respetando nuestra palabra”

pre consistente con una misma línea de conducta, de ética y de valores en cada una de las instancias de la vida, y frente a todos los

que nos rodean, sin excepción.

Pero todos nosotros sabemos que ser íntegros y leales a nuestros valores, aceptando la responsabilidad por cada uno de nuestros actos, es difícil. Esto, además, requiere mucha disciplina personal, fuerza de voluntad y de valores muy sólidos. Y sabemos también que, muchas veces, el camino de la integridad puede ser solitario e incomprendido, pero finalmente es el único que nos puede llevar a un éxito —definido este en términos muy personales, por supuesto— duro y satisfactorio.

Dicho todo esto, es verdad también que en este mundo de agresiva competencia, cambios constantes y de comunicación inmediata y global, percepción

es realidad. Y así, no basta con tener los logros, las habilidades, las competencias y los resultados para lograr las metas personales y profesionales. No basta con saber claramente cuál es el valor que se agrega y cómo se contribuye, mes a mes; no es suficiente con tener un plan de carrera y seguirlo cuidadosamente, hay que hacer más.

Por eso debemos tener la mejor imagen y reputación posibles para mantenernos competitivos y empleables. Pero para que estas percepciones sean auténticas deben ser el reflejo de una conducta íntegra y socialmente responsable, cada día de la semana y en cada aspecto de nuestra vida. No podemos separar lo personal de lo profesional: nosotros so-

mos los mismos siempre y así se nos percibe, como un todo.

Así, la imagen y la reputación se crean y sostienen generando resultados, pero también respetando nuestra palabra, promesas y acuerdos. Actuando con un profundo respeto ante cada persona con la que interactuamos cada día, especialmente con aquellos que dependen de nosotros.

Se trata de vivir ética, correcta y respetuosamente, para así merecer el respeto y la confianza de quienes nos rodean. De eso depende el que nos refieran, recomienden, contraten, promocionen o compren nuestros servicios y productos.

¿Entonces, cuál es el mejor marketing personal? Actuar, vivir y trabajar con integridad.