

colección
● ● ●
CÁTEDRA



GERENCIA DE MARCA PROFESIONAL

Dirija y gestione su propia carrera

GUILLEMO ARIZA M.



Universidad de
La Sabana

Gerencia de marca profesional

Dirija y gestione su propia carrera

colección

● ● ●
CÁTEDRA

Gerencia de marca profesional

Dirija y gestione su propia carrera

Guillermo Ariza M.



Universidad de
La Sabana

Ariza M., Guillermo, autor
Gerencia de marca profesional : dirija y gestione su propia carrera / Guillermo Ariza M. -- Chía :
Universidad de La Sabana, 2019
194 páginas ; cm. (Colección Cátedra)

Incluye bibliografía

ISBN 978-958-12-0509-7

e-ISBN 978-958-12-0510-3

DOI : 10.5294/978-958-12-0509-7

1. Orientación profesional 2. Desarrollo profesional 3. Capacitación de empleados 4.
Entrenamiento personal I. Ariza M., Guillermo II. Universidad de La Sabana (Colombia). III. Tit.

CDD 658.3124

CO-ChULS



Universidad de
La Sabana

RESERVADOS TODOS LOS DERECHOS

- © Universidad de La Sabana
- Escuela Internacional de Ciencias Económicas y Administrativas
- © Guillermo Ariza M.

EDICIÓN

Dirección de Publicaciones
Campus del Puente del Común
Km 7 Autopista Norte de Bogotá
Chía, Cundinamarca, Colombia
Tels.: 861 55555 – 861 6666, ext. 45101
www.unisabana.edu.co
<https://publicaciones.unisabana.edu.co>
publicaciones@unisabana.edu.co

Primera edición: abril de 2019
ISBN: 978-958-12-0509-7
e-ISBN: 978-958-12-0510-3
DOI: 10.5294/978-958-12-0509-7
Número de ejemplares: 1000

CORRECCIÓN DE ESTILO

Edwin Algarra Suárez

DISEÑO DE PAUTA DE COLECCIÓN

Kilka – Diseño Gráfico

DIAGRAMACIÓN Y MONTAJE

lacentraldediseno.com

ILUSTRACIONES DE CUBIERTA E INTERIORES

lacentraldediseno.com

IMPRESIÓN

Imagen Editorial

HECHO EL DEPÓSITO QUE EXIJE LA LEY

Queda prohibida la reproducción parcial o total de este libro, sin la autorización de los titulares del *copyright*, por cualquier medio, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático.

Esta edición y sus características gráficas son propiedad de la Universidad de La Sabana.

Contenido

Agradecimientos	9
Prólogo	11
Introducción	13
Capítulo 1. Visión general de los ambientes ocupacionales	17
Capítulo 2. Visión general de la marca (<i>branding overview</i>)	23
Capítulo 3. Construyendo su propia marca profesional	27
Capítulo 4. Desarrollo avanzado de las <i>soft skills</i>	31
Capítulo 5. Profesionales del siglo xxi	81
Capítulo 6. Principios de la gerencia para <i>professional branding</i>	85
Capítulo 7. Introspección/autoconocimiento del perfil profesional	89
Capítulo 8. Desarrollo de los pilares para gerenciar la carrera profesional	115
Capítulo 9. Comportamiento correcto para profesionales con marca	123
Capítulo 10. <i>Marketing</i> de la propia marca profesional	157
Conclusiones	179

Terminología y locuciones de uso internacional utilizadas en esta obra	183
Referencias	191

Agradecimientos

Para culminar una obra es esencial la participación y el esfuerzo de un equipo de trabajo que aporta, desde su experiencia, sus conocimientos y su gran voluntad, cada pieza que la conforman; desde lo tangible hasta lo intangible: la gestión, el acompañamiento, la guía, la orientación, la opinión y los puntos de vista muy objetivos. Todas esas personas expertas en una u otra área, de corazón y de manera desinteresada ponen todo su empeño y enfoque en ofrecer una obra académica al servicio de los profesionales, quienes se beneficiarán de sus contenidos, con el impacto laboral en la sociedad, gracias a la proyección de su carrera y el avance profesional.

Por esta razón, siento que debo expresar mis infinitos agradecimientos a esas personas que, desde el mismo momento que tuvieron conocimiento de mi proyecto, quisieron hacer parte de él y darle todo el apoyo para su realización y culminación de forma exitosa.

Agradezco a la señora decana de la Escuela Internacional de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de La Sabana, doctora Catherine Pereira Villa, quien una vez tuvo conocimiento de la obra ofreció de inmediato todo su apoyo y gestión.

A la doctora Elsa Cristina Robayo Cruz, directora de Publicaciones Científicas de la Universidad de La Sabana, quien fue la primera persona en conocer el proyecto y que, con su guía y acompañamiento, pasó de ser un proyecto a obra culminada.

A la doctora Norella Dueñas de Saretzki, autora del libro *Protocolo: claves para su gestión*, quien me hizo grandes aportes intelectuales y consejos prácticos en temas de etiqueta y protocolo, en los que cuenta con estudios internacionales y una amplia experiencia en la aplicación de dichos conocimientos en el mundo real.

A Irina Florián Ortiz, jefe editorial de la Dirección de Publicaciones de la Universidad de La Sabana, quien estuvo pendiente de cada paso en

los procesos, coordinando y animándome a seguir adelante con la obra, con su constante disposición colaborativa.

A la doctora Elyn Lizeth Solano Charris, directora de Profesores e Investigación, quien desde la Escuela Internacional de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de La Sabana siempre ha apoyado los proyectos de los profesores, y que para este caso puso mucho empeño con el fin de avanzar en el proyecto hasta hacerlo realidad.

A la doctora Ángela Ximena Campos García, directora del programa de Administración & Servicio, de la Escuela Internacional de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de La Sabana, quien me impulsó a que presentara el proyecto para buscar la aprobación.

A Natalia Zapata Cuervo, jefe del Departamento de Servicio, Hospitalidad y Calidad, de la Escuela Internacional de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de La Sabana, quien fue la primera persona que leyó el borrador de la obra y que, con su entusiasmo, interés y admiración por el contenido, dio su punto de vista positivo para continuar con el proceso.

A Juan Camilo Escovar Szauer, gerente general de Head Hunters International, con amplia experiencia y trayectoria en consultoría de Recursos Humanos, en la labor de búsqueda y selección de profesionales altamente calificados para diferentes empresas nacionales y multinacionales, quien revisó minuciosamente el contenido para verificar la pertinencia y la practicidad de todo el libro.

Hay muchas personas más que contribuyeron de varias maneras, a quienes de corazón les agradezco, aunque no los mencione aquí con sus nombres, porque la lista es muy larga; ustedes siempre tendrán mis sentimientos de aprecio y gratitud.

Prólogo

Llevo más de una década trabajando en el mundo de la consultoría de Recursos Humanos, por un lado, como *head hunter* (prestando servicios para la búsqueda y selección de ejecutivos altamente calificados para diferentes industrias en Colombia) y, por otro, prestando servicios de *outplacement* o manejo de transición de carrera, en donde se ayuda y acompaña a ejecutivos en su proceso de encontrar nuevos rumbos en su carrera profesional, ya sea empleándose o emprendiendo nuevas ideas de negocio. Asimismo, he trabajado en servicios de *mentoring* de carrera, ayudando a ejecutivos a hacer un “alto en el camino” para revisar en dónde están, en dónde quieren estar y diseñar un plan de trabajo para lograr su objetivo. Según mis cálculos, he conversado con más de 10.000 ejecutivos en diferentes etapas de su vida profesional, cifra importante que permite sacar conclusiones sobre qué hace que un ejecutivo tenga un desarrollo de una carrera profesional exitosa o no.

Construir una carrera profesional exitosa no es algo sencillo. Cada vez es más difícil sobresalir en el mercado laboral; cada vez hay más competencia, y las exigencias del entorno hacen que las competencias necesarias para destacarse varíen constantemente. El mundo está cambiando rápidamente; no es difícil darse cuenta de que el ritmo al que avanza la humanidad hoy en día es mucho mayor de lo que nadie se hubiera imaginado hace unos años, y ahora cuenta con nuevos retos como la tecnología. No hay mucha claridad de cuáles serán los trabajos con vigencia dentro de diez años; es más, no es claro lo que pasará dentro de cinco.

Una de las principales conclusiones que he podido sacar de las conversaciones con ejecutivos es que aquellos que han tenido una carrera profesional ascendente, en su mayoría, se han preocupado por crear, desarrollar y mantener vigente una marca profesional valorizada. Además, trabajan constantemente por el desarrollo integral de sus *hard skills* —o competencias vocacionales—, pero sobre todo por el de sus

soft skills —o habilidades sociales—, así como de su integración y constante revalidación.

Ser consciente de la importancia de contar con una marca profesional valorizada es primordial. A partir de esa conciencia, los ejecutivos deben trabajar constantemente para construir, desarrollar y gerenciar una marca profesional, tarea que requiere planeación, disciplina, perseverancia y revisión continua.

Guillermo Ariza logra que este texto estructurado sea una guía integral, práctica y holística para que el lector se concientice y trabaje en el desarrollo de su propia marca profesional, además de exponer con un equilibrado nivel de profundidad los diferentes componentes, haciendo un símil entre la gerencia de una marca profesional y la gerencia de una empresa.

Esta debería ser, por lo tanto, una obra obligatoria para cualquier persona que esté terminando sus estudios universitarios. Asimismo, es una guía que amerita una revisión anual para las personas que ya estén más avanzadas en su carrera profesional. Espero poder contar con este texto como una de las guías y herramientas en nuestros programas de transición y *mentoring* de carrera.

Juan Camilo Escovar Szauer
Gerente general-socio
Head Hunters International

Introducción

Este libro está diseñado para aportar un gran valor agregado al perfil de profesionales egresados de pregrado y posgrado de toda carrera, así como para profesionales que quieran seguir ascendiendo en sus carreras, dándoles un alto nivel competitivo de orden mundial para interactuar y navegar por el espacio corporativo, profesional y de negocios en el mundo de hoy y del futuro. En la actualidad, las exigencias de orden corporativo nos obligan a desarrollar competencias a las que muchas veces no se les ha dado el valor que representan y que, en la práctica, son indispensables para el crecimiento y desarrollo profesional.

Todo el contenido de esta obra está cuidadosamente seleccionado y elaborado para desarrollar y potencializar las *soft skills* o *social skills* —competencias blandas o habilidades sociales—, sin descuidar su complemento ideal, las *hard skills* —competencias vocacionales—. Los perfiles profesionales que equilibren satisfactoriamente ambas competencias serán altamente competitivos y apetecidos en cargos de gran importancia, en organizaciones y corporaciones de gran representatividad.

Al navegar a través de los diferentes capítulos de este libro, el lector se encontrará con un nutrido contenido de temas prácticos que le ayudarán a sacar a flote todo el potencial de competencias blandas que se poseen, descubriendo que solo se requiere de una guía para desarrollarlas, integrarlas y ponerlas en el perfil profesional, con un resultado altamente competitivo en el ámbito internacional.

Existen varios estudios e investigaciones que confirman la importancia de desarrollar las competencias blandas para el desarrollo y avance profesional, así como para tener un alto nivel competitivo en ambientes laborales, corporativos y de negocios. Seguir paso a paso el contenido de esta obra aportará grandes estrategias para el desarrollo efectivo de competencias clave, que le ayudarán al lector a navegar exitosamente en la ruta hacia el logro de objetivos profesionales, así como obtener un

avanzado desarrollo en la carrera profesional, no solo con la construcción de una marca, sino con su gestión y dirección esperados, logrando un constante ascenso profesional.

De esta manera, los principales objetivos que se plantea este documento son, por una parte, cerrar las brechas que existen en el siglo XXI entre los profesionales y los requisitos de Recursos Humanos en las grandes compañías; por otra, construir una marca profesional única, elaborando el perfil para ajustarse a los puntos de referencia internacionales y los requerimientos en los entornos corporativos. Así, se desarrollarán sólidas competencias blandas para proveer a los profesionales con herramientas eficaces que allanen el camino a la cima de las posiciones laborales de alto nivel, así como para desarrollar habilidades avanzadas en los negocios con el respaldo de una marca profesional de gran reputación. Por lo tanto, se proporcionará toda la guía para que sea el gerente de su propia carrera profesional, ya sea que decida ser emprendedor, *freelancer* o empleado, y ubicarse en el sitio deseado.

De este modo, los profesionales podrán convertirse en su propio *chief executive officer* (CEO), como lo exige el mercado laboral en el presente y en el futuro, enfrentando exitosamente la fuerte competencia del ámbito laboral y profesional. Pero también podrán integrar, de manera holística, las competencias vocacionales y las habilidades sociales como lo demandan las organizaciones en la actualidad, y estructurar una reputación de marca profesional con la que demostrar una gran ventaja competitiva frente a colegas u otros profesionales.