

# Reinventarse profesionalmente: ¡Adáptate o vete para casa!

## LA BASE DEL MARKETING PERSONAL.



**Carlos Alonso**  
Consultor  
empresarial y escritor

[www.carlosalonso.info](http://www.carlosalonso.info)

LA SITUACIÓN ECONÓMICA ACTUAL HA SIDO, SIN DUDA, UN FRENO PARA EL DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE MARKETING INNOVADORAS Y, POR TANTO, CON CIERTO RIESGO; EL RESULTADO DE ESTA SITUACIÓN ES QUE AHORA LA EXPERIMENTACIÓN EN TÉCNICAS DE MARKETING SE ESTÁ DESARROLLANDO EN GRAN MEDIDA PARA VENDER A LAS PERSONAS, NO A LOS PROPIOS PRODUCTOS. PERO, ¿QUÉ NECESITA UNA PERSONA PARA VENDERSE MEJOR?!

Los más de 4 millones de parados existentes son el potencial target que demanda estas técnicas, pero también quienes quieren cambiar de empleo para mejorar sus condiciones o simplemente los que no soportan que el trabajo que antes hacían tres personas ahora lo tengan que hacer solos. Pero, ¿qué necesita una persona hoy para venderse mejor? Al igual que sucede con los productos, cuanto mejor sean éstos, más posibilidades tendremos de venderlos. Y por "mejor" se entiende que estén bien capacitados, que tengan experiencia en el puesto y –de manera muy especial– que les guste trabajar en la ocupación para la que han sido elegidos. Pero todos ellos tienen que ir unidos a otros de carácter psicológico como la fortaleza de la personalidad, el entorno familiar en el que se hayan criado... configurando la suma de todos

ellos nuestra identidad laboral. Es decir, que lo de tener una buena presencia, dominar algún idioma, haber hecho algún master y hablar bien en público se queda en una manera muy simplista y desfasada de entender la cuestión de lo que se necesita para venderse uno mejor. Ahora, la mejor manera de venderse es creyendo mucho en lo que uno hace, que es lo que nos dará la felicidad, pero también la capacidad de aguante frente a la adversidad, la constancia, una mayor facilidad para esforzarnos u otras muchas ventajas de calado.

### El mercado laboral actual

Hace unos años dedicábamos casi en proporciones iguales un tercio de nuestra vida a trabajar, al ocio y a dormir. En estos momentos hay dos grandes circunstancias que han modificado esta distribución de nuestro tiempo: la esperanza

de vida, que en nuestro país ya es de 80 años, y la carestía de trabajo. De este modo, las proyecciones a treinta años marcan que el tiempo al trabajo se reducirá del 33% al 26%, incrementándose el tiempo de ocio hasta casi ocupar la mitad de nuestras vidas (del 33% al 47%). Estas circunstancias sociales, derivadas de las dinámicas económicas, tienen que hacernos pensar que tendremos que reinventarnos en más de una ocasión para seguir siendo atractivos al mercado laboral y no sólo actualizando nuestros conocimientos, sino reorientando nuestra vida laboral hacia ocupaciones acordes con la demanda existente en cada momento.

### Causas que motivan a la reinención profesional

Existen cuatro causas trascendentes que provocan la necesidad de reinventarse:

**Desgracia personal.** El fallecimiento de un familiar próximo o amigo es su principal exponente. Se trata de un escenario en el que las personas buscamos encontrar un mayor sentido a nuestras vidas.

**Desfase profesional.** En este contexto, la persona es consciente de que ha dejado de ser funcional, por no disponer de la suficiente capacitación y actualización de su conocimiento para el desempeño de su actividad.

**Nuevas inquietudes.** Las personas que optan por reinventarse en estas condiciones buscan un mayor sentido a su vida profesional, estando dispuestas a sacrificar incluso parte de su retribución a cambio de una felicidad profesional.

**Por accidente.** Se trata de personas a las que las propias circunstancias de la vida les conducen a nuevas oportunidades, sin haberlo deseado o provocado ellas mismas.

Por lo que se refiere a las *causas comunes* nos encontramos que son de muy diversos tipos: por falta de

motivación; por insuficiencia de retribución; por extinción, compra o fusión de la empresa, cambios de localización del centro de trabajo; incompatibilidad con los superiores; falta de una dirección adecuada de la compañía; etc.

Todas ellas pueden activar la necesidad de una reinención profesional, que no es ni más ni menos que el orientar nuestra trayectoria profesional en armonía con el entorno. Es decir, y haciendo un símil, es aquello de hacer que el producto siga siendo una vaca lechera en base a su constante adaptación a las apetencias de los consumidores.

### ¿Por qué reinventarse?

Todos los procesos que intervienen en la reinención profesional confluyen en el descubrimiento y explosión de las capacidades del ser humano. La felicidad debe ser la consecuencia de este proceso, pero no siempre se consigue. Es en estos casos cuando el individuo vuelve a su camino inicial con la experiencia y satisfacción del experimento realizado.

La búsqueda de la estabilidad y la seguridad personal no se puede alcanzar sin conocernos a nosotros mismos. Por tanto, sin saber cómo es uno es difícil precisar como podemos ser más útiles a los demás y qué papel jugar en la sociedad y en el mundo laboral.

Hay personas a las que les gusta salir de casa sabiendo a dónde van y por qué caminos; mientras que a otras les gusta más improvisar con el mismo fin. En la decisión de reinventarse es fundamental sentir la llamada del cambio interior y tener muy claro dónde y por qué queremos llegar a un objetivo concreto en nuestro camino profesional. Reinventarse no es cambiar de trabajo ni reciclarse, es dar curso a nuestras potencialidades para vivir motivados y encontrar el sitio profesional más adecuado en la vida.

Tras una fase en la que se manifiestan los síntomas de insatisfacción, se llega al autodiagnóstico de que tenemos un problema esencialmente de motivación en el trabajo. Con posterioridad, debe llegar la reflexión para ahondar en este análisis y un plan de trabajo para profundizar de manera más técnica en el mismo. Para elaborar dicho plan de trabajo podemos utilizar a expertos o analizarlos nosotros mismos, contando con la ayuda de personas de nuestra confianza. Superados estos estadios, y una vez concretado lo que nos gustaría hacer profesionalmente, deberemos analizar el mercado.

El proceso culmina con un plan de marketing para vendernos mejor en la nueva fase o en un plan de negocio, en los casos en que se opte por crear una empresa.

De todo ello, en cualquier caso, lo importante es entender cuándo y cómo debemos reinventarnos en esta sociedad exigente y global que nos toca vivir. Las reglas del juego son las que son y saber gestionar mejor nuestra vida profesional debe ser una de las conclusiones de esta crisis. La sociedad necesita que nos reinventemos antes que vernos fracasar. Y por lo personal, los del marketing nunca dispondremos de un producto al que conozcamos mejor que a nosotros mismos... por lo que no hay excusas, ¿no creéis?

