



La ventaja de ser latina

¿Quieres avanzar en tu carrera? Encuentra el ángulo competitivo que te dan ciertos rasgos culturales y verás cómo se te abren las puertas.

POR MARIELA DABBAH

Hace ya un tiempo que la expresión *personal branding* está en boca de los expertos en mercadeo. Esta expresión se refiere a la importancia de establecerte tú misma como una marca con tu propia diferenciación de imagen. La idea detrás de este concepto es que logres definirte en forma concisa, incluyendo tus atributos más destacados y originales, tal como se hace con un producto. El objetivo es que transmitas tu *branding* durante tus encuentros con otros profesionales, en entrevistas laborales y en tus interacciones diarias de trabajo. Por ejemplo, cuando escuchas hablar de American Express, seguramente lo asocias a la idea de prestigio. Cuando ves un Volvo, sabes inmediatamente que su característica más reconocida es la seguridad. Ahora considera lo siguiente: ¿qué percepción tiene la gente de ti cuando te conoce? ¿qué te hace diferente? ¿qué valor aportas?

Algunos aspectos a tomar en cuenta

Llegar a esta definición tan importante para avanzar en tu carrera te tomará trabajo y dedicación ya que requiere que hagas una intros-

pección. Debes descubrir qué talentos específicos, experiencias y educación te distinguen del resto de las personas en tu posición, y encontrar una manera breve y convincente de comunicar y proyectar estos valores.

Para ayudarte a iniciar el proceso, te sugiero que repasemos algunas características culturales que tú puedes aportar en forma única al mercado laboral. Al incorporar éstas a tu *branding*, te darán una ventaja competitiva.

Estilo de comunicación

Como latina, y en parte gracias a la gran versatilidad del español, tienes un estilo de comunicación que resulta efectivo a la hora de evitar conflictos y te ayuda a evitar decir "no" siempre que sea posible. También te interesa caerle bien a los demás, por lo cual tu estilo es conciliador y buscas solucionar problemas. Esto te favorece enormemente cuando se trata de posiciones de alto contacto con el público y situaciones que requieren negociación. En esas circunstancias, ser agradable y

Define tu Propia Marca

No te dejes estar. Ahora que sabes cuán importante es definir tu *personal branding*, ponte a pensar en tu propia marca ya mismo. Por ejemplo, la mía es: soy autora, presentadora y consultora en temas que ayudan a los latinos a navegar el sistema americano. Aprovecho mi estilo de comunicación abierto, mi habilidad de conectarme con la gente y mi adaptabilidad para llegar a audiencias diversas y ofrecer herramientas para llegar al éxito en este país.

- ¿Qué te distingue a ti del resto de los profesionales en tu especialidad?
- ¿Qué rasgos culturales son valores únicos que tú ofreces al mercado?
- ¿Cómo puedes definirte en pocas palabras usando las características que listaste arriba?

Esta adaptabilidad también te ayuda a amoldarte con facilidad a diversos roles y responsabilidades.

Cristina Alfaro, gerenta de comunicaciones de McDonald's Corporation, cuenta su experiencia: "En mi rol de desarrollar e implementar los planes de relaciones públicas para McDonald's, es indispensable tener la habilidad de adaptarse a un ritmo de actividad acelerado y cambiante. En un mismo mes podemos estar lanzando un nuevo producto; organizando programas comunitarios, como los talleres para las becas HACER; apoyando los programas de mercadeo, como las clínicas de fútbol con el Mexican National

za que les merezco y a mi actitud amable logro tranquilizarlos y hacerles saber que el problema será resuelto", dice la empresaria. "Al mismo tiempo, he construido una red de relaciones internas en mi compañía con colegas que me ayudan a solucionar de inmediato estas dificultades".

La otra cara de la moneda

Estos rasgos, si los manejas bien, pueden ser muy positivos a la hora de pensar en tu *personal branding*. Por otra parte, llevados al extremo pueden cerrarte puertas. Se trata del mismo rasgo, sólo que dependiendo de cómo lo uses (o si pierdes el control sin que lo percibas), tendrás un efecto positivo o negativo. Por ejemplo, en tu afán de agradar o de no desilusionar a tu interlocutor, puede que te cueste decir "no", que termines comprometiendo a cumplir metas u objetivos aun sabiendo de antemano que no podrás cumplirlos. En consecuencia, esto te hace ver como una persona poco confiable. O, tu facilidad para adaptarte, hace que te cueste identificar situaciones adversas y que no coinciden con tus objetivos profesionales. En el momento en que pierdes el control de uno de tus rasgos culturales, en lugar de ser un punto a favor que te distingue por el valor que aportas a tu lugar de trabajo, se transforma en un punto negativo que inclusive puede reforzar algunos estereotipos latinos. (Puedes leer más sobre cómo manejar los aspectos positivos y minimizar los aspectos negativos de tus rasgos culturales en el libro *La ventaja latina en el trabajo* (Sphynx Publishing).

Tómate un tiempo para reflexionar sobre los rasgos que definen tu *personal branding* y no olvides incorporar tus características culturales. Cuanto mejor las manejes, mejor podrás integrarlas a tu imagen y mayor ventaja podrás sacar de lo que te distingue en el mercado laboral. ■

Mariela Dabbah es la autora de varios libros que ayudan a los latinos a navegar el sistema americano. En colaboración con Arturo Poiré es coautora de La ventaja latina en el trabajo. Para más información, visita su sitio: www.marieladabbah.com.

Debes descubrir qué talentos te distinguen del resto de las personas.

mostrar gran empatía son características invaluableles. Leyla Ahuile, dueña de Promo Latino, dice: "Vengo de una familia grande, donde siempre tuve que buscar acuerdos entre todos. Esa experiencia me ayudó a trabajar en equipos donde siempre tomo el liderazgo porque entiendo las diversas culturas y puntos de vista y puedo mediar entre ellos. Por ejemplo, trabajé en resolver conflictos entre Apple Computers y una de sus compañías distribuidoras cuyos empleados eran latinos".

Adaptabilidad

Al venir de una región con alto nivel de imprevisibilidad, donde nunca se sabe qué va a ocurrir mañana, es muy probable que te hayas acostumbrado a tener preparados planes alternos por si las cosas no salen como lo esperas. Esto te equipa con la habilidad de adaptarte fácilmente a cambios o situaciones imprevistas en lugar de ahogarte en un vaso de agua, como a veces les ocurre a quienes crecieron en países con estructuras más confiables. Este rasgo, trasladado al mundo laboral, es invaluable, porque te ayuda a navegar los cambios constantes a los que está sometida cualquier empresa hoy en día.

Team, y nuestro patrocinio de eventos alrededor de los Latin Grammys, entre otras cosas. Creo que mi gran flexibilidad es lo que me permite cambiar de sombrero con tanta facilidad".

Habilidad para establecer relaciones

Por razones de tradición, sistema y cultura, en países como los latinoamericanos se valoran mucho las relaciones personales y la colaboración mutua es muy importante. Sin tu familia, tus amigos y tu comunidad es casi imposible alcanzar meta alguna. Debido a que existe una necesidad recíproca, estas relaciones perduran en el tiempo. Haber crecido en ese ambiente te confiere una gran destreza para establecer relaciones fuertes y valiosas que ahora puedes utilizar con tus clientes, colegas y jefes.

Patricia Pacheco, gerenta de relaciones bancarias de American Express, aprovecha su estilo de comunicación indirecto y su habilidad para establecer relaciones cada vez que se le presenta la oportunidad. "A menudo recibo llamadas de mis clientes con algún problema. Gracias a la relación que tengo con ellos, a la confian-