

La marca es tu nombre.

Marketing personal enfocado a la mejora  
o búsqueda de empleo

Elaborado por:

Ángel Román Casas

**FUNDACIÓN VÉRTICE EMPRENDE**

ISBN: 978-84-94073-71-7

Edición: 5.0

No está permitida la reproducción total o parcial de esta obra bajo cualquiera de sus formas gráficas o audiovisuales sin la autorización previa y por escrito de los titulares del depósito legal.

*A Gonzalo Cortázar por hacerme sentir como  
Alicia en un mundo más humano*



# índice

LA MARCA ES TU NOMBRE. Marketing personal enfocado a la mejora o búsqueda de empleo

Presentación .....	9
Agradecimientos .....	15
Prólogo para una amistad más allá de una marca .....	19
La marca es tu nombre .....	23
Mis desdoblamientos digitales .....	33
Objetivos .....	37
Metodología .....	38

## *Parte I. Marcando diferencias*

1.1. Nombrar la confianza .....	43
1.2. La imagen de la marca .....	45
1.2.1. Identidad digital y/o Personal Branding .....	45
1.3. ¿Por qué Productor y no Gestor? .....	47
1.4. La marca es tu nombre. El valor del + .....	49
1.4.1. ¿Cómo debe de ser el personal branding? .....	49

## *Parte II. La marca es tu nombre*

### *Estrategia I. Recursos personales. Habilidades potenciales*

A. Un mundo en desorden: Mercados globales. Profesiones locales .....	54
B. ¿Cuál es la verdadera naturaleza de esta “nueva cultura económica”? .....	59

## **Estrategia II. Estudio y análisis del mercado**

A.	El desempleo en el punto de mira.....	81
B.	Emprendedores/as. Motores económicos .....	82
	B.1. Motor: Cámaras de Comercio .....	84
	B.2. Motor: Dirección General de Políticas de la Pequeña y Mediana Empresa.....	85
C.	¿Por qué es una oportunidad?.....	87

## **Estrategia III. Nichos económicos y viabilidad del proyecto**

A.	Áreas de actuación de las Industrias Culturales y Creativas .....	106
B.	Impacto de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación en la Economía .....	109
C.	Los cambios culturales .....	112

## **Estrategia IV. La preparación de tu nombre/marca**

A.	Personalizando la profesionalidad.....	132
B.	Marketing Personal.....	134
C.	Adaptación tecnológica para garantizar la visibilidad de tu actividad emprendedora. ....	138
	1. Crear, editar, difundir .....	138
	2. Comunicación y Networking.....	142
	3. Gestión del tiempo, tareas e información .....	143

## **Estrategia V. Tipología mercantil**

A.	Definición de Personas.....	163
B.	Tipología de las diversas variantes de Personas:.....	163
	1. Personas Físicas .....	163
	2. Personas Jurídicas .....	164
C.	Comercio electrónico. Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico. LSSI Ley 34/2002.....	170

## ***Estrategia VI. Resolución de conflictos. Gestión del talento***

A. Resolución de conflictos.....	184
B. Gestión del talento.....	185

## ***Parte III.Estrategia profesional. Mi marca soy yo***

A. Mi estrategia y desarrollo de mis servicios en mi web.....	210
B. Plan estratégico de empresa: Esquema.....	216

Directorio de gestión de contenidos digitales ..... 231

Enlaces de interés. *Mis bookmarks*..... 237

Conclusiones ..... 251

Vocabulario ..... 255

Bibliografía ..... 261

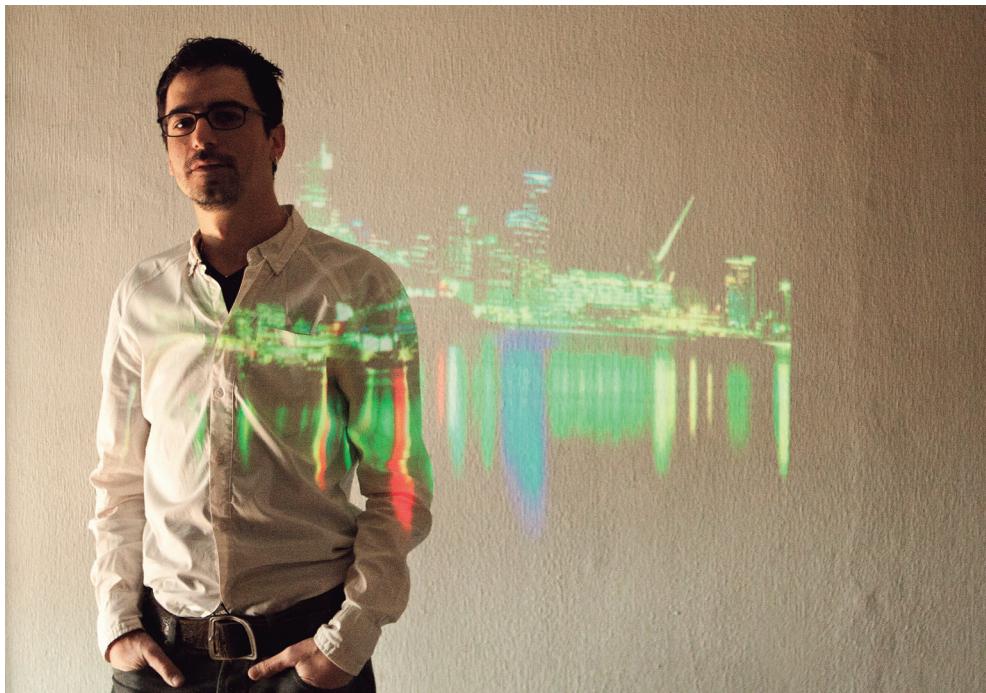


**marketing y publicidad**  
LA MARCA ES TU NOMBRE. Marketing personal enfocado a la mejora o búsqueda de empleo

# presentación



**marketing y publicidad**



*Iris Encina*

[www.irisencina.com](http://www.irisencina.com)



Ángel Román es Productor Cultural y especialista en Nuevos Medios. Es Licenciado en Humanidades, además es Profesor de Sociología y Tendencias de Moda en ESNE Escuela Universitaria de Diseño e Innovación, centro adscrito a la Universidad Camilo José Cela.

Es consultor cultural y empresarial en el ámbito tecnológico para el diseño de proyectos digitales. Su estrategia parte de generar un valor añadido a los bienes culturales, desde la innovación, la creatividad y la tecnología. Creando sinergias entre las TIC (Tecnología de la Información y la Comunicación) y las Industrias Culturales y Creativas en organizaciones, entidades y empresas.

Es fundador de la Asociación Nacional 2046, cuyo principal objetivo es potenciar el arte y la tecnología como herramientas para la innovación social. Además es creador del Colectivo de Artistas Digitales (CAD), originario de la red social de Facebook, que cuenta con más de 6500 miembros.

Escribe habitualmente en Versión Original y DOZE Magazine. Participa en diversos blogs y portales como:

<http://coolhuntercultural.blogspot.com>

<http://angelroman2046.wordpress.com>

<http://angelroman-agitadorcultural.blogspot.com>

<http://www.doze-mag.com/index.php/blogs/videodrome>

Con la intención de crear una nueva mentalidad empresarial, amparada en la diversificación cultural, la globalización y la transición digital de las sociedades modernas. Planificando tácticas encaminadas a la búsqueda de la Excelencia, por medio de la experimentación.

Autor de los libros:

- *Ensayos de la mirada. El hombre y su proyección en el cine contemporáneo* (2004).
- *El infierno que baila contigo* (2005).
- *El arte como pantalla* (2011).

Premios:

- Mejor Crítico en el Festival de Cine de Cáceres (2007).
- Finalista Premio Ensayo Editorial Gran Vía **Estrategias** de la imagen en la era global (2007).
- Mejor Iniciativa Empresarial de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Burgos (2006).



**marketing y publicidad**

agradecimientos



**marketing y publicidad**

Terminar algo, por pequeño que sea, es una tarea costosa, por tiempo, dinero o esfuerzo. Pero una vez logrado intuyes que no has estado solo. Esa misma sensación he tenido al escribir *La marca es tu nombre. Marketing personal enfocado a la mejora o búsqueda de empleo.*

Son innumerables las personas que han caminado junto a mí en este proyecto, pero creo que es la primera vez que doy agradecimientos a profesionales que personalmente no conozco de una manera física como a: Andrés Pérez, Óscar del Santos, Enrique Burgos, Enrique Dans, Juan Freire, etc. Ya que gracias a que soy seguidor de ellos he aprendido a ver la cultura digital desde premisas muy distintas y enriquecedoras.

También orgulloso estoy de la colaboración que me han brindado la empresa Soy mi marca, ESNE | Escuela Universitaria del Diseño e Innovación, la Asociación Nacional 2046 y el Colectivo de Artistas Digitales.

Sin olvidar de lo afortunado que soy de contar con amigos/profesionales que me han aguantado durante la escritura de este libro. Gonzalo Cortázar, Iris Encina, Helena de la Cruz, Begoña Sendino, Isabel Montero, Carlos González Tardón, entre otros. Y especialmente a Juanma Carrillo por ese estupendo prólogo que ha tenido la amabilidad de realizarme.

Y por supuesto, quiero terminar agradeciendo a la Fundación Vértice por permitir la publicación de este libro, que espero sea de utilidad para aumentar el orgullo de ser profesionales.



**marketing y publicidad**

# prólogo



**marketing y publicidad**