

## LIDERATGE

XAVIER ROCA TARRUELLA.\*



# Estratègia i marca personal

**E**stratègia és una paraula que està de moda. La fa anar molta gent i s'aplica a molts àmbits: des de l'esport, al management, a la política... Actualment, la podem definir com aquell conjunt d'accions planificades sistemàticament en el temps que es desenvolupen per aconseguir un objectiu determinat. Possiblement, la persona més reconeguda en l'estudi de l'estratègia és el professor de Harvard Michael Porter. Segons ell, només hi ha tres estratègies competitives vàlides.

La primera és el lideratge en costos. Aquesta via es basa a competir amb uns costos força ajustats per poder oferir un preu baixos i aconseguir que el client compri els productes en qüestió ja que tenen un preu força atractiu. La segona estratègia competitiva que presenta Porter és la diferenciació. Es basa a diferenciar-se de les altres opcions, a crear aspectes rellevants. Aspectes com el valor afegit, el disseny o la imatge de marca guanyen rellevància. I la tercera és l'especialització. És a dir, enfocar tots els esforços en un grup de clients en particular, dirigir-se a un segment molt concret o en una línia de productes i/o serveis molt específica.

I aquestes tres estratègies competitives genèriques funcionen tant per a empreses com per a persones, o millor dit, per a marques personals. Si volem competir amb èxit en el mercat professional hem de triar una de les tres estratègies anteriorment citades. Evidentment, la primera resulta poc interessant. Competir utilitzant baixos preus (és a dir, cobrar baix salari) és una estratègia poc recomanada, ja que el nostre temps és força limitat i si volem arribar a disposar d'uns ingressos dignes a final de mes, ens obligaria a treballar moltíssimes hores. Les altres dues estratègies sí que les considero francament interessants, bé, millor dit, imprescindibles.

Pel que fa a la diferenciació, cal que pensem quins poden ser els atributs que ens diferenciïn de la resta i alhora siguin valorats en el nostre sector d'activitat ja que sempre hi haurà algú que ho podrà fer de forma més barata o més ràpida. Diferenciar-nos evita el risc que convertim el nostre producte (la nostra marca personal) en una commodity, és a dir, en un producte indiferenciat. I ja sabem quant es paga pels productes indiferenciats en comparació a quant es paga per una marca diferent, reconeguda, amb prestigi.

Per acabar aquest punt sobre la diferenciació, una frase d'Andrés Ortega (pioner i guru de la marca personal a Espanya) que ho exemplifica a la perfecció: "Si ets un més, seràs un menys".

L'especialització també és una estratègia molt interessant per la marca personal. En primer lloc, ens serveix també per diferenciar-nos. A més, especialitzar-te en un àmbit professional concret et permet tenir una presumpció d'expert i aconseguir una comprensió més clara per part dels clients. En moltíssimes disciplines i àmbits d'actuació, els professionals que s'han especialitzat en una matèria concreta acostumen a ser molt més reconeguts i sobretot, solen cobrar salaris o honoraris molt més elevats. Cal evitar la temptació (sobretot a curt termini) d'oferir de tot a tothom.

Ara bé, el gran problema de la majoria de professionals no és que hagin triat una estratègia o una altra sinó que no n'han triat cap. I en un moment tan complex com el que estem vivint i en uns mercats tan saturats i amb tants professionals preparats, la nostra marca personal necessita una estratègia clara, ben definida i coherent per poder competir amb èxit. Com deia Séneca "quan no sabem a quin port dirigir-nos, tots els vents ens són desfavorables".

(\*) XAVIER ROCA TARRUELLA ÉS PROFESSOR ASSOCIAT DE LA UNIVERSITAT DE LLEIDA. PRESIDENT DE L'ASSOCIACIÓ ESADE ALUMNI LLEIDA, PROFESSOR DE LA UNIVERSITAT DE LLEIDA I D'INGENIO, ESCOLA DE LIDERATGE.

UNIVERSITAT DE LLEIDA

ICE - CFC

MÀSTER EN DIRECCIÓ I LIDERATGE

"La formació dels líders de la nova era

www.ingenio.cat  
www.lideratge.net



## CRISIS DEUDA

# Las empresas captan 7.250 millones de deuda en 2013

La prima de riesgo ha caído a la mitad desde el máximo histórico de julio pasado || Los expertos alertan que puede ser coyuntural

EFE

MADRID | Las empresas españolas han captado 7.250 millones de euros en los mercados de deuda en las dos primeras semanas de 2013, gracias a un rally de exitosas emisiones alentadas por la caída de la prima de riesgo y el hambre de rentabilidad de los inversores extranjeros.

Los mercados han recibido el nuevo año con un optimismo que ha relanzado las bolsas mundiales y ha hecho descender la prima de riesgo de España -indicador que mide la confianza en la deuda soberana- a niveles de marzo pasado, en torno a los 330 puntos.

Con el grifo del crédito bancario aún muy restringido, las grandes compañías españolas han aprovechado la coyuntura para salir a buscar financiación a los mercados de capitales, que durante 2012 cerraron sus puertas a los valores españoles y obligaron a muchas a recurrir a ampliaciones de capital. Este año,



EMILIO NARANJO/EFE

Imagen del interior de la bolsa de Madrid.

sin embargo, les han recibido con los brazos abiertos, a la vista de los resultados obtenidos en estas dos primeras semanas de 2013.

La caída de la prima de riesgo, de más de 60 puntos, ha hecho que los expertos alertasen que puede ser coyuntural por lo

que recomendaron no bajar la guardia. Desde los 394 puntos básicos con los que comenzaba el año, cerraba el viernes la sesión en 331 puntos básicos, lo que supone un descenso de 63 puntos, un 16%, y la mitad desde el máximo histórico de julio de 649 puntos.



## La banca alemana necesita más capital

PARIS | La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) calcula que los grandes bancos europeos necesitan 400.000 millones de capital en recursos propios. Además, las entidades que necesitan más reservas son las de Grecia, Francia y Alemania, mientras que en el caso de España las necesidades son inferiores a las de la media de la Eurozona.

## El sector azulejero desconvoca la huelga

CASTELLÓN | Los sindicatos del sector azulejero acordaron ayer desconvocar la huelga prevista para los días 15, 16 y 17 y 29, 30 y 31 de este mes de enero tras alcanzar un principio de acuerdo con la patronal, Ascer, para un incremento del salario, según el secretario de acción sindical de MCA-UGT-PV, Ismael Saez.

## Marcha hacia Madrid de los trabajadores de Roca

MADRID | Trabajadores de la fábrica de Roca en Alcalá de Henares y Alcalá de Guadaíra (Sevilla) iniciaron ayer una marcha hacia Madrid en protesta por la decisión de la empresa de cerrar estos centros, que podría conllevar el despido de 486 empleados.

## COMPETENCIA BALANCE ANUAL

# Competencia multa con 224 millones a 8 cárteles

MADRID | La Comisión Nacional de la Competencia (CNC) ha desarticulado ocho cárteles gracias a las denuncias de empresas implicadas a cambio de la exención o de una reducción de sus multas, lo que se ha traducido en 224 millones de euros en sanciones, de los que 41 han sido perdonados a los delatores. Estas empresas implicadas en prácticas anticompetitivas, tales

como pactar aumentos de precios o repartirse el mercado, pertenecen a sectores diversos que van desde la peluquería profesional a fabricantes de geles de ducha, las navieras o el fino de Jerez. En lo que se refiere al llamado "programa de clemencia", aprobado en 2007 pero que se empezó a aplicar un año más tarde, la CNC cree que ha dado resultados "altamente positivos".

Grup Alimentari Guissona



## TÈCNIC EN FRED INDUSTRIAL

•FORMACIÓ: Enginyer industrial (tècnic o superior) amb coneixements específics en fred industrial.

•FUNCIONS: Coordinarà/supervisarà les tasques de manteniment i posades en funcionament de les instal·lacions de fred industrial.

Interessats/des enviar c.v i foto actual a [www.cag.es](http://www.cag.es)

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