

Revista mktDescubre - ESPOCH FADE  
Edición Especial 1er Congreso Internacional de Marketing de la Red  
Ecuatoriana de Marketing, pp. 247 - 254  
Revista mktDescubre - ESPOCH FADE

Registro IEPI Título N°: 3232-12  
ISSN en Línea: 2602-8522  
Latindex Folio: 27399  
Directorio Folio único 20003 Catálogo

## ECOLOGÍA EMOCIONAL Y SU RELACIÓN CON EL MARKETING PERSONAL

### Luz Vallejo Chávez

✉ luz.vallejo@esPOCH.edu.ec

✉ mavallejoch@hotmail.com

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo - Ecuador

### Angelita Tapia Bonifaz

✉ genoveva.tapia@esPOCH.edu.ec

✉ genovevatapiab@gmail.com

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo - Ecuador

### Ginno Jarrín Zambarno

✉ sidney.jarrín@esPOCH.edu.ec

✉ ginnojarrí@hotmail.com

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo - Ecuador

## RESUMEN

La presente investigación aborda la valoración económica ambiental a los servicios hidrológicos de los La ecología emocional ofrece un planteamiento nuevo, creativo y revolucionario en la educación emocional relacionando las eco-emociones y el marketing personal, contribuye a mejorar el nuevo modelo del ser humano: una persona emocionalmente ecológica. El enfoque de investigación es cualitativo, de nivel exploratorio y descriptivo de tipo documental(revisión) para su fundamentación teórica de las variables de estudio, de diseño no experimental y transversal; los métodos aplicados incluyen el inductivo, deductivo analítico sintético y sistémico. Se concluye que el enfoque ecológico-emocional basado en las 4Rs se focaliza en el ser humano y sus relaciones de manera que sean sostenibles, en este sentido: (i) reducir contaminantes emocionales que se encuentran en el ambiente, el lenguaje que manejamos y rodearnos de personas positivas (no tóxicas), (ii) reciclar recursos emocionales positivos, (iii) recuperar habilidades y capacidades que cada quien posee y (iv) reparar heridas emocionales que producen un bagaje de emociones negativas que afectan a la salud y a quienes nos rodean. La ecología emocional se convierte en el arte de gestionar de forma sostenible nuestro mundo emocional, siendo las 4Rs las reglas básicas que sirven para el enriquecimiento cognitivo y afectivo, e incrementen la calidad de buenas relaciones, creando nuestra propia marca personal.

**Palabras clave:** ecología emocional, marca personal, marketing personal.

## ABSTRACT

Emotional ecology offers a new, creative and revolutionary approach to emotional education by relating eco-emotions and personal marketing, helps to improve the new model of the human being: an emotionally ecological person. The research approach is qualitative, of an exploratory and descriptive level of documentary type for its theoretical foundation of the study, non-experimental and transversal design variables; The methods applied include the inductive, synthetic and systemic analytical deductive. It is concluded that the ecological-emotional approach based on the 4Rs focuses on the human being and their relationships in a way that is sustainable, in this sense: (i) reduce emotional pollutants found in the environment, the language we handle and surround ourselves of positive (non-toxic) people, (ii) recycle positive emotional resources, (iii) recover skills and abilities that everyone possesses and (iv) repair emotional wounds that produce a baggage of negative emotions that affect health and those around us . Emotional ecology becomes the art of sustainably managing our emotional world, the 4Rs being the basic rules that serve for cognitive and affective enrichment, and increasing the quality of good relationships, creating our own personal brand.

**Keywords:** emotional ecology, personal branding, personal marketing.

## 1. INTRODUCCIÓN

La ecología emocional es el arte de gestionar, de manera sostenible, nuestro mundo emocional de forma que nuestra energía afectiva sirva para el enriquecimiento cognitivo y afectivo, para incrementar la calidad de nuestras relaciones, mejorar las relaciones y el entorno en que vivimos. La ecología emocional es un entrenamiento exclusivo de formación en el ser humano con el objetivo que el ser humano se encuentre motivado por mejorar la calidad emocional, la humanización y mejora constante del ser. Los creadores del modelo (Jaume Soler y María Mercé Conangla) han permitido el crecimiento y desarrollo personal de cientos de personas en España, manifiestan “Toda la energía que no se dirige a crear se convierte en energía destructiva. Podemos elegir ser parte del problema o parte de la solución”. Soler J. & Conangla M. (2016)

La Ecología Emocional es un modelo que requiere de entrenamiento, de práctica diaria, que debe ser entendido como Educación Emocional del ser humano, las 4Rs permiten dar respuesta a la prevención de algunos de los principales problemas sociales en el mundo, que están afectando nuestras sociedades y que están presentes en todos los ecosistemas: familiar, social, educación, salud, organizaciones y empresas. Parte de la premisa “que cuando mejora la persona todo lo que la rodea evoluciona, se incrementan las capacidades de cada persona para gestionar de forma adaptativa, sostenible y ecológica su mundo emocional”.

El ser humano siempre ha buscado la Sostenibilidad Emocional, filosofía que rige la Ecología Emocional que significa ser responsables de nosotros mismos y corresponsables del mundo. La

sostenibilidad emocional es reducir el nivel tóxico que emanamos, reutilizar y reciclar capacidades y habilidades adormecidas, y reparar heridas emocionales para conseguir la armonía y equilibrio en el ser humano.

Para tener una vida emocionalmente sostenible es necesario trabajar las 4Rs: Reducir los contaminantes emocionales, Reciclar recursos y emociones, Recuperar habilidades y capacidades adormecidas o infrutilizadas y Reparar heridas emocionales para generar una imagen personal positiva, en la familia, en las relaciones sociales, en el trabajo y salud (Educaweb México, s.f.)

Los objetivos de la investigación se enmarcan en identificar las 4Rs mediante la elaboración de un test y definir cada componente: (i) reducir contaminantes emocionales que se encuentran en el ambiente, el lenguaje que manejamos y rodearnos de personas positivas (no tóxicas), (ii) reciclar recursos emocionales positivos, (iii) recuperar habilidades y capacidades que cada quien posee y (iv) reparar heridas emocionales que producen un bagaje de emociones negativas que afectan a la salud y a quienes nos rodean. Como objetivo complementario se establece el relacionar la ecología emocional con el marketing a través de la marca personal.

## 2. MATERIALES Y MÉTODOS

El artículo de revisión bibliográfica tiene como enfoque de investigación cualitativo, el nivel de investigación exploratorio y descriptivo de tipo documental para su fundamentación teórica de las variables de estudio, de diseño no experimental y transversal, los métodos aplicados

incluyen el inductivo, deductivo analítico sintético y sistémico para la elaboración de las conclusiones. Se consideraron como variables de estudio: la ecología emocional y el marketing personal. El proceso metodológico se basó en la búsqueda de autores en libros y revistas indexadas que confirmen el planteamiento de los objetivos propuestos en la investigación.

### 3. RESULTADOS

La revisión bibliográfica permitió la obtención de resultados sobre las variables de estudio, la ecología emocional y el marketing personal.

#### Ecología Emocional

La ecología emocional es el elemento central sobre el que gira la construcción del clima emocional en el ser humano en las áreas de trabajo, las relaciones humanas y los códigos básicos de interacción y comunicación; quien sabe cómo manejar y controlar sus emociones identificando las 4Rs: Reducir Reciclar, Recuperar y Reparar, mejora su salud emocional y bienestar personal y social, de esta manera se provoca en el ser humano el marketing personal.

#### Las 4Rs

Es necesario en primer lugar reducir contaminantes emocionales que se encuentran en el ambiente, el lenguaje que manejamos y rodearnos de personas positivas (no tóxicas): El lenguaje interno es la autoplática o un pensamiento verbal que modifica el comportamiento de un individuo (Villasante, 2019). Las personas Tóxicas son aquellas que afectan directa y negativamente a sus más cercanos, su personalidad es egocéntrica y narcisista (Web, Significados, 2019).

Complementariamente es preciso reciclar recursos emocionales positivos, los cuales se definen como las capacidades que tenemos para relacionarnos con otras personas. Todos nacemos con algunas capacidades o con una base de los recursos emocionales que vamos desarrollando a través del tiempo (Duarte, 2019), en este sentido se relaciona con el diálogo que se mantiene consigo mismo a lo largo del desarrollo de las actividades cotidianas, es una de las razones que define el rumbo de las acciones y la calidad que tendrán los resultados (Vicedo, 2018). Se requiere en forma adicional recuperar habilidades y capacidades que cada quien posee. Finalmente reparar heridas emocionales que producen un bagage de emociones negativas que afectan a la salud y a quienes nos rodean.

Una representación terapéutica, respaldada por procesos psicológicos que se derivan en beneficios personales es requerida a efectos de mejorar la vida social y afectiva en las relaciones interpersonales (Higuera, 2015). Los valores son convicciones y cualidades que determinan el comportamiento y actuación, ayudan a tomar decisiones y realizarnos como individuos e integrantes de un grupo social (Jiménez, 2008).

#### Marketing personal

El marketing personal mejora la percepción de sí mismo, las personas pueden llegar a sentirse desmoralizadas o poco valoradas, un ejemplo claro es cuando una persona se siente desvalorizada en su puesto de trabajo, sienten que no son capaces de demostrar sus verdaderas cualidades o aptitudes.

Se define al marketing personal como: “una estrategia para dar a conocer la imagen

propia ya sea para la vida personal o laboral, es decir, es la manera de proyectar todo aquello que forma al ser humano: personalidad, objetivos de vida, talentos y relaciones personales, entre otros, además se fundamenta en el desarrollo personal” (Educaweb México, s.f.).

En este punto es necesario definir el carisma como una cualidad o don natural que tiene una persona para atraer a los demás por su presencia, su palabra o su personalidad.

### **Marca personal, Competencias**

Se trata de competencias cuando se proviene a evaluar, formar y desarrollar destrezas que permitan aportar perfeccionamiento de la persona para medir sus capacidades y habilidades en un determinado puesto de trabajo (Spencer, 2016).

### **Relaciones personales**

Los valores en el marketing personal permiten el desarrollo de los siguientes puntos:

- Desarrollo y promoción de la familia,
- Desarrollo de una salud integral,
- Desarrollo de una conciencia social,
- Desarrollo de una conciencia ambiental,
- Desarrollo del equilibrio, la armonía, el bienestar y la creatividad,
- Desarrollo integral del ser humano,
- Desarrollo de la moral, ética y valores.

Otros valores de la ecología emocional son la flexibilidad, sostenibilidad, gestión emocional inteligente, ecológica y ética, responsabilidad, respeto, honestidad,

sencillez, excelencia, creatividad, conciencia ecosistémica, coherencia, servicio a la sociedad.

La filosofía de vida, es un conjunto de ideas y actitudes que forman parte de la vida de una persona o grupo de personas. Es la forma en que una persona decide cómo vivir. (Definición, s.f.). Es vivir en forma virtuosa, entendiendo virtuosos a los valores universales que definen a las buenas personas, como la bondad, la generosidad, perdonar, eliminar rencores reporta felicidad y mayor satisfacción y la sensación de que nos realizamos como personas de una forma más completa. También es el intentar ser útil.

La ecología emocional es el arte de la sostenibilidad emocional. Se trata de administrar nuestra energía emocional de una manera creativa y amorosa, que sirva para mejorarnos a nosotros mismos, para mejorar la calidad de nuestras relaciones y para respetar y proteger nuestro mundo. Ofrece un paralelo creativo entre la gestión ambiental y la forma de entender y gestionar las emociones. Hay dos valores clave: responsabilidad y conciencia del impacto emocional general. Todo lo que hacemos y todo lo que dejamos de hacer tiene consecuencias para el ecosistema humano (Emocional, 2019).

## **4. DISCUSIÓN**

En base a los resultados obtenidos, en la Tabla 1 se consolida la discusión de los trabajos relacionados con la ecología emocional.

El marketing personal, crea una imagen de marca personal que permite una

Aspectos ecología emocional	Autor
<b>Reducir contaminantes ambientales en las emociones</b>	
Personas tóxicas	(Web, Significados, 2019)
Lenguaje interior	(Villasante, 2019)
<b>Reciclar recursos emocionales</b>	
Recursos emocionales	(Duarte, 2019)
Frases motivadoras de diálogo interno	(Vicedo, 2018)
<b>Recuperar habilidades y capacidades</b>	
Habilidades: son destrezas que un individuo posee para realizar determinada acción; teniendo varios tipos como:	(Web, Significados, 2019)
- visuales	
- lingüísticas	
- motrices	
- artísticas	
- sociales	(Bravo, 2016)
- lógica	
- matemática	
Capacidades: habilidades que muestra una persona para realizar una determinada actividad, en el trabajo o en cualquier diligencia que le sea encomendada para lo cual debe considera dominar los siguientes puntos:	
- Tener empatía: - Comunicar con disciplina - Desarrolla tu creatividad - Ser feliz: - Organizarse bien - Aprender continuamente - Salir de la zona de confort	
<b>Reparar heridas emocionales</b>	
Perdón	(Higuera, 2015)
<b>Marketing Personal</b>	
<b>Carisma:</b> se refiere al carácter que poseen ciertas personas para cautivar la atención y asombro si es positivo; incluso puede ser negativo como el provocar antipatía, rencor de otras personas debido a una personalidad seductora, que va a depender de su forma de ser y apariencia ante la sociedad	(Pérez, 2017)
<b>Marca personal:</b> Es lo que las personas perciben de nosotros, por lo que debemos considerar que esta marca existirá independientemente de que la trabajemos o no, vendría hacer la idea con la que nos asocian cuando pronuncian nuestro nombre. Por lo tanto, debemos trabajar en como proyectar nuestra marca personal de la forma como nos interesa que nos reconozcan.	(Perna, 2017)
<b>Objetivos de vida:</b> Los objetivos de vida y filosofía, se consideran como la forma en que una persona decide cómo vivir, en paz y armonía con su entorno al aplicar las 4Rs, para lo cual se requiere reconocer nuestras fortalezas y debilidades.	
<b>Competencias:</b> Características subyacente de un individuo, que está causalmente relacionada con un rendimiento efectivo o superior en una situación o trabajo, definido en términos de un criterio.	(Spencer, 2016)
<b>Relaciones personales:</b> Avenencia de algún tipo de trato, por pequeña que sea con vecinos, amigos, compañeros, ya que nos encontramos rodeados de individuos que podemos comunicarnos y que nos ayudan a mejorar nuestra salud y aprender a convivir en sociedad, pero podemos tener lo contrario relaciones tóxicas que podrían causar malestar.	(Cuevas, 2017)
<b>Valores:</b> Los valores se refieren a necesidades humanas y representan ideales, sueños y aspiraciones, con una importancia independiente de las circunstancias. Por ejemplo, aunque seamos injustos la justicia sigue teniendo valor. Lo mismo ocurre con el bienestar o la felicidad.	(Jiménez, 2008)

Tabla 1: Trabajos relacionados con ecología emocional  
Elaborado por: Los autores  
Fuente: Autores descritos en la Tabla 1

mejor proyección de cada individuo hacia los demás. El principal beneficio del marketing personal permite construir buenas referencias, las demás personas perciben a una persona como confiable, un profesional que tiene claras sus metas, que es seguro y responsable, favorece las relaciones futuras personales y laborales.

Crear una marca personal resulta una estrategia atractiva con beneficios, no sólo para conseguir nuevos y buenos empleos,

sino también para asegurar el desarrollo profesional constante. Sin embargo, el marketing personal es una herramienta en la vida personal, pues es símbolo de planificación, buenos valores y logros concretos.

Los seres humanos necesitan sentir que su paso por la Tierra no ha sido inútil y que en cierto modo han dejado huella, aunque sea a pequeña escala, es el camino hacia la realización personal que tiene que ver con la idea de que nuestras acciones tengan un efecto positivo para la sociedad y no sólo en nosotros mismos.

Para tener una vida emocionalmente sostenible es necesario trabajar las 4Rs: Reducir los contaminantes emocionales, Reciclar recursos y emociones, Recuperar habilidades y capacidades adormecidas o infrutilizadas y Reparar heridas emocionales.

Para relacionar el marketing a través de la marca personal es necesaria la discusión de los siguientes aspectos:

El carisma es la capacidad de dejar una impresión positiva y duradera en las personas que una persona encuentra en su camino, el carisma puede aprender y desarrollar la habilidad de “encantar” a otros.

Los objetivos y filosofía de vida se consideran como la forma en que una persona decide cómo vivir, en paz y armonía con su entorno al aplicar las 4Rs, para lo cual se requiere:

- El reconocer nuestras fortalezas y debilidades. El autoconocimiento es importante en la formación de la imagen personal. Identificar las 4Rs

permite conocer nuestras fortalezas y debilidades donde se necesita mejorar.

- Identificar las personas tóxicas, alejarnos de ellas nos permite vivir en armonía y paz con el entorno.
- Desarrollar nuestras capacidades, con entusiasmo, preparación y sobre todo, determinación. La práctica hace al maestro, por lo que la experiencia es también parte fundamental para construir una marca personal.
- Convertirse en un experto en algo que te guste, es posible que en tu profesión existan miles de personas que hacen o se dedican a lo mismo que tú, pero la marca personal te da la oportunidad de demostrar por qué eres único a través de tu personalidad, filosofía y valores.
- Comunicarse con los demás. Para que los demás conozcan tu marca personal es necesario establecer relaciones de comunicación y un liderazgo personal. Esto quiere decir que debes “dejarte ver”, hacerte notar, pues la gente quiere conocerte y saber más sobre lo que haces. Además, es la oportunidad ideal para hacer contactos.

Se propone Identificar las 4Rs mediante un test de ecología emocional, el cual se aprecia en la Tabla 2.

No.	Ecología emocional	En desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
	<b>Reducir contaminantes ambientales en las emociones</b>			
1	Identifica personas contaminantes en su familia.			
2	Identifica al menos tres palabras tóxicas al día			
3	Identifica personas contaminantes en su trabajo			
	<b>Reciclar recursos emocionales</b>			
1	Reconoce tres recursos emocionales positivos en su persona			
2	Reconoce tres personas importantes en su vida			
3	Recuerda tres frases motivadoras que aplica diariamente en su vida			

	<b>Recuperar habilidades y capacidades</b>			
1	Recuerda tres habilidades en las que se desarrolla eficientemente.			
2	Recuerda tres capacidades en las que se desarrolla eficientemente.			
3	Recuerda tres recursos emocionales con que cuenta.			
	<b>Reparar heridas emocionales</b>			
1	Perdona fácilmente			
2	Esta consciente que las emociones negativas afectan su salud			
	<b>Marketing Personal</b>			
1	El carisma es importante en las relaciones			
2	Considera que marca personal tiene que ver como se viste			
3	Identifica claramente sus objetivos de vida			
4	Identifica sus Competencias			
5	Son buenas sus relaciones personales			
6	Recuerda tres valores que rigen su vida			
7	Identifica claramente su filosofía de vida			

Tabla 2. Test de ecología emocional  
Elaborado por: Los autores  
Fuente: Autores de fuentes bibliográficas citadas.

## 5. CONCLUSIONES

Mediante el análisis de la ecología emocional y su relación con el marketing personal, se concluye: (i) La ecología emocional aporta la marca personal del ser humano y del profesional, la sostenibilidad emocional es la filosofía que rige la ecología emocional, el ser responsables de nosotros mismos y corresponsables del mundo, al reducir el nivel tóxico que emanamos, reutilizar y reciclar capacidades y habilidades adormecidas y reparar heridas emocionales para conseguir la armonía y equilibrio en el ser humano. (ii) Para gozar de una vida emocionalmente sostenible es necesario trabajar las 4Rs: reducir los contaminantes emocionales, reciclar recursos y emociones, recuperar habilidades y capacidades adormecidas o infrautilizadas y reparar heridas emocionales para generar una imagen personal positiva, en la familia, en las relaciones sociales, en el trabajo y su salud. (iii) La ecología emocional influye significativamente en el marketing

personal que incluye el carisma, la vestimenta, los objetivos de vida, las competencias, las relaciones personales, los valores y su filosofía de vida permite conocer sus fortalezas y debilidades, identifica las capacidades recursos, crear su propia marca personal y una mejor comunicación. La presente investigación sirve de base bibliográfica para futuras investigaciones.

## 6. REFERENCIAS

1. Bravo, C. (14 de Agosto de 2016). BGuerrilla.com. Recuperado el 15 de Septiembre de 2019, de BGuerrilla.com: <https://www.marketingguerrilla.es/cuales-son-las-capacidades-personales-que-te-ayudan-crecer-a-nivel-profesional/>
2. Cuevas, G. S. (7 de Noviembre de 2017). Lamenteesmaravillosa. Recuperado el 10 de Agosto de 2019, de amenteesmaravillosa: <https://lamenteesmaravillosa.com/como-mejorar-nuestras-relaciones-personales/>
3. Definición. (n.d.). Definición. Obtenido de Definición de estilo de vida : <https://definicion.mx/filosofia-de-vida/>
4. Duarte, J. L. (2019). México, novedades y realidades. Recuperado el 4 de Septiembre de 2019, de Mexico, novedades y realidades.:  
a. <https://blog.educaweb.mx/mexiconovedadesyrealidades.blogspot.com/2017/04/recursos-emocionales.html>
5. Educaweb México. (n.d.). Educaweb. Retrieved from Educaweb:  
a. <https://blog.educaweb.mx/marketing-personal-pdf-elaborar-marca/>
6. Emocional, F. E. (2019). INSTITUT D' ECOLOGÍA. Recuperado el 20 de Julio de 2019, de  
a. <https://ecologiaemocional.org/ecologia-emocional/>
7. Higuera, J. A. (28 de Diciembre de 2015). Psicoterapeutas.Com. Recuperado el 25 de Julio de 2019, de <http://www.psicoterapeutas.com/Tratamientos/perdon.html>
8. Jiménez, J. C. (2008). El Valor de los Valores. Obtenido de  
a. <https://elvalordelosvalores.com/definicion-de-los-valores/>
9. Pérez, V. (17 de Febrero de 2017). Hipertextual. Recuperado el 31 de Julio de 2019, de Hipertextual: <https://hipertextual.com/2017/02/carisma-personalidad>
10. Perna, J. (12 de Noviembre de 2017). LA CULTURA DEL MARKETING. Recuperado el 10 de Septiembre de 2019, de LA CULTURA DEL MARKETING:  
a. <https://laculturadelmarketing.com/que-es-la-marca-personal-como-crear-marca-persona-trucos-y-ejemplos/>
11. Spencer, L. M. (15 de Julio de 2016). CONEXIONESAN. Recuperado el 25 de Junio de 2019, de CONEXIONESAN: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/07/que-son-competencias/>
12. Vicedo, J. M. (27 de abril de 2018). Máximo Potencial. Recuperado el 11 de Septiembre de 2019, de Máximo Potencial: <https://maximopotencial.com/tu-dialogo-interno-importa-10-frases-inspiradoras-para-enfocarte-en-positivo/>

13. Villasante, P. (8 de mayo de 2019). La mente es Maravillosa. Recuperado el 9 de Junio de 2019, de La mente es Maravillosa: <https://lamenteesmaravillosa.com/el-lenguaje-interior-segun-vygotsky/>
14. Web, D. (14 de junio de 2019). Significados. Recuperado el 9 de Julio de 2019, de Significados: <https://www.significados.com/persona-toxica/>
15. Web, D. (10 de junio de 2019). Significados.com. Recuperado el 9 de septiembre de 2019, de Significados.com.: <https://www.significados.com/habilidad/>