

MARZO 2024



THE PERSONAL[®] BRANDING



MUJERES LIDERES

**TU MARCA PERSONAL
ES EL REFLEJO MÁS
PODEROSO DE TU
PASIÓN Y PROPÓSITO.**

Queridos Lectores

Bienvenidos a la cuarta edición de nuestra revista, dedicada a admirar y profundizar en el poder transformador de las mujeres en el ámbito del personal branding. Bajo el lema **“Innovar. Inspirar. Influcidar: mujeres que transforman el personal branding”**, esta edición es un tributo a aquellas mujeres valientes y visionarias que han redefinido los límites de lo posible, dejando una huella indeleble en el mundo de la gestión de las marcas personales.

En un mundo cada vez más conectado, donde la voz de una puede resonar en los rincones más distantes, la gestión de la marca personal emerge también como una herramienta crucial para el empoderamiento y el éxito. **Esta edición ha sido cuidadosamente pensada para destacar historias, experiencias, ideas, reflexiones o visiones de mujeres que, a través de su innovación, inspiración e influencia, han redefinido los parámetros de lo que significa gestionar una marca personal poderosa y resonante.**

Innovar no solo implica crear algo nuevo, sino también repensar lo existente para hacerlo mejor. Las líderes que nos comparten en esta edición son mujeres que no se conformaron con el status quo, sino que utilizaron su creatividad y perspicacia para marcar la diferencia.

Inspirar es el corazón de nuestra misión. Cada artículo, cada relato y cada perfil está pensado para motivar, no solo a perseguir sueños, sino a convertirse en la versión más auténtica y potente de uno mismo.

Influenciar se trata de dejar una marca en el mundo, y nuestras destacadas mujeres han demostrado que, con determinación y estrategia, es posible crear un impacto duradero. Su capacidad para influir en sus comunidades y más allá sirve como prueba de que una marca personal bien gestionada es una fuerza poderosa para el bien.

A medida que exploran las páginas de esta edición, esperamos que encuentren no solo inspiración y orientación, sino también la valentía para innovar, inspirar e influenciar en sus propias vidas y carreras. La gestión de la marca personal es un viaje continuo de auto-descubrimiento y expresión; uno que vale la pena emprender con pasión y propósito.

Gracias por acompañarnos en este viaje. Su presencia y participación en nuestra comunidad son la razón por la que continuamos avanzando, buscando siempre elevar y celebrar las voces de mujeres extraordinarias en todo el mundo.

Con gratitud y admiración

**EL TEAM EDITORIAL DE
“THE PERSONAL BRANDING”**

CONTENIDO

2 BRAND QUOTES

3 CARTA EDITORIAL

6 UN TRIBUTO A LAS VISIONARIAS, LAS QUE HAN DEJADO MARCA

NETiqueta

7 ERES UNA MUJER LÍDER CON UNA HISTORIA EXTRAORDINARIA

Disruptivamente personal

8 ¿A ELLAS... LES CUESTA MÁS?

Historias con marca

9 LAS HISTORIAS DE ÉXITO NO TIENEN GÉNERO.

Marketing propio

12 DEL MICROCOSMO A LO GLOBAL: NADA ES CASUAL

Brand tools

13 NETWORKING CANVAS

Marca Personal y transición de carrera

14 COMBINACIÓN EXPLOSIVA DE ÉXITO: LIDERAZGO Y EQUILIBRIO ENTRE VIDA PERSONAL Y PROFESIONAL EN LAS MUJERES DE HOY

Valores de marca

17 ¡LIDERAZGO FEMENINO Y PERSONAL BRANDING, LA FÓRMULA PARA BRILLAR!

Mundo digital

18 MUJERES QUE MARCAN LA DIFERENCIA

21 MUJERES LÍDERES INNOVAR.INSPIRAR. INFLUENCIAR: MUJERES QUE TRANSFORMA EL PERSONAL BRANDING

26 SIN ESTRATEGIA NO HAY PARAÍSO...

28 LIDERAZGO FEMENINO EN EL PERSONAL BRANDING: SUPERANDO BARRERAS

30 YO LIDERO, TÚ LIDERAS, NOSOTRAS LIDERAMOS #WAYMUJERES

32 EL MUNDO NECESITA MÁS CREADORES, NO MÁS SEGUIDORES

34 ROMPIENDO BARRERAS: MARCA PERSONAL Y LIDERAZGO FEMENINO EN EL SIGLO XXI

36 ¡CUANDO RENDIRSE NO ES UNA OPCIÓN!

38 ROMPE EL SILENCIO: EMPIEZA A BRILLAR

40 EL NUEVO AUTOCUIDADO FEMENINO: PERSONAL BRANDING

41 DE CÓMO CONSTRUIR TUS PROPIAS REGLAS PARA VIVIR DE TU PROPÓSITO.

42 PERSONAL BRANDING Y LIDERAZGO FEMENINO EN EL ÁFRICA CONTEMPORÁNEA: DESAFÍOS, ESTRATEGIAS Y OPORTUNIDADES

44 LIDERAZGO FEMENINO: BENDITA REBELDÍA.

45 SUPERA LA INCOMODIDAD: PROMOCIONA TU MARCA PERSONAL

46 MUJERES TRANSFORMANDO NEGOCIOS: LA FUERZA DEL PERSONAL BRANDING EN EL LIDERAZGO FEMENINO.

Reputación es...

48 EMPODERAMIENTO FEMENINO Y BRANDING PERSONAL: CONSTRUYENDO UNA REPUTACIÓN SÓLIDA Y DIFERENCIADA

Marca TU diferencia

50 MUJER, TÚ ERES DIFERENTE. ¡LIDERA Y MARCA DESDE AHÍ!

Mundo académico

52 MARCA ACADÉMICA FEMENINA: UN SIGNO DE LOS TIEMPOS

Deportes

54 LIDERAZGO FEMENINO EN EL DEPORTE

Enfocando la marca personal

55 SOÑAR CON UN MUNDO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

La voz de tu marca

56 VERDADERAS LÍDERES: MÁS ALLÁ DE LOS TÍTULOS Y ESTATUS

58 TU PODER PERSONAL: UN LIDERAZGO QUE INSPIRA Y REVOLUCIONA EL MUNDO

Recomendaciones

62 PELICULA

63 BRANDBOOK

64 Brand Words

DIRECTORIO
THE PERSONAL[®] BRANDING

CONSEJO EDITORIAL
GABRIEL PATRIZZI
GUILLEM RECOLONS
YLSE ROA

EDITOR: NANCY VÁZQUEZ
DISEÑO Y MAQUETACIÓN:
EMANUEL VALENCIA
EDICIÓN VIDEO: ÓSCAR URBINA
WEB: ARIANA CAMACHO
PATROCINIOS: ALAN URBINA

PUBLICACIÓN: TRIMESTRAL
DIRECCIÓN: PUEBLA, MÉXICO

EMAIL: HOLA@THEPERSONALBRANDING.ME
SITIO WEB: WWW.THEPERSONALBRANDING

UN TRIBUTO A LAS VISIONARIAS LAS QUE HAN DEJADO MARCA

El corsé, esa prenda que solía ceñir el cuerpo de las mujeres desde hace tiempo, ya es casi historia. Ahora se usa básicamente por razones ortopédicas o incluso en ciertos contextos de fetichismo. Pero más allá de su uso como prenda, «romper el corsé» simboliza la liberación de la mujer, dejando atrás las antiguas normas conservadoras que aún persisten en muchos lugares.

A lo largo de la historia reciente, hemos visto cómo muchas mujeres han pasado por encima de las normas establecidas y han cambiado el mundo. Desde Teresa de Calcuta hasta Hedy Lamarr, estas mujeres han dejado un legado imborrable.

Hedy Lamarr, una vienesa superdotada, no solo brilló en la pantalla grande, sino que también dejó su huella en el mundo de la tecnología. Sin ella, hoy no disfrutaríamos de avances como el WIFI, el bluetooth y el GPS. Su legado nos recuerda que la genialidad puede venir en diferentes formas.

Audrey Hepburn no solo fue una actriz superlativa, sino también un ícono de la moda y la belleza. Su frase famosa nos recuerda que la verdadera belleza viene del alma, no del rostro.

Diana Spencer, más conocida como Lady Di, trascendió su papel como princesa para convertirse en un símbolo de ayuda y compasión hacia los más necesitados. Su legado va más allá de la realeza, siendo recordada como la «reina de corazones».

Indira Gandhi superó todas las barreras para convertirse en la primera ministra de la India. Su liderazgo marcó un antes y un después en la historia de su país, demostrando que la resiliencia puede cambiar el curso de la historia.

Margaret Thatcher, conocida como la «Dama de Hierro», de origen muy humilde, rompió las expectativas de género al convertirse en la primera ministra del Reino Unido. Su determinación y firmeza la convirtieron en una figura icónica de la política mundial.

La gran pintora mexicana Frida Kahlo transformó su dolor en arte, convirtiéndose en una de las artistas más reconocidas de la historia. Su obra refleja su lucha personal y su búsqueda de identidad.

Marie Curie fue una pionera en el campo de la radiactividad, siendo la primera mujer en ganar un Premio Nobel y la única en ganarlo en dos campos diferentes. Su legado inspira a futuras generaciones de científicas.

Nina Simone no solo fue una talentosa cantante, sino también una activista dedicada a la lucha por los derechos civiles. Su música resonó con un mensaje de resistencia y empoderamiento. Hace poco, compilé varios artículos publicados en Soymimarca a lo largo de varios años [en un ebook con 41 biografías indispensables](#). Te gustará.

El mundo pertenece a las mujeres que desafían las normas, que se niegan a quedarse en segundo plano y que trabajan para construir un mundo mejor. Afortunadamente, hoy contamos con millones de mujeres que están haciendo exactamente eso. Así que no temas seguir tu propio camino y ¡rompe el corsé!



Guillem Recolons

Personal Branding Strategist

ERES UNA MUJER LÍDER

NETiqueta

CON UNA HISTORIA EXTRAORDINARIA

Rentabilidad, equidad y justicia son las razones que mueven a las organizaciones empresariales a promover el liderazgo de la mujer.

Un concepto que va más allá de la cota de representación femenina en las empresas, su participación en los centros de decisión y su presencia en posiciones de poder.

Vivimos en una época convulsa, repleta de conflictos, tensiones y crisis.

Vivimos en una sociedad competitiva, hiperconectada y saturada de una información que no optimiza.

Vivimos en una sociedad necesitada de cambios transformadores que reconozcan la formación continua, promocionen el talento y promuevan el progreso. Cambios inspiradores que demandan **autenticidad, credibilidad y confianza**, valores esenciales del **liderazgo femenino**.

El liderazgo femenino se identifica con un **estilo de dirección abierto** a las personas, con las que establece vínculos de cooperación que cohesionan los equipos. Un estilo que promueve la **diversidad, la equidad y la concordia**, y fomenta redes de relación y conexión responsables, prósperas y comprometidas.

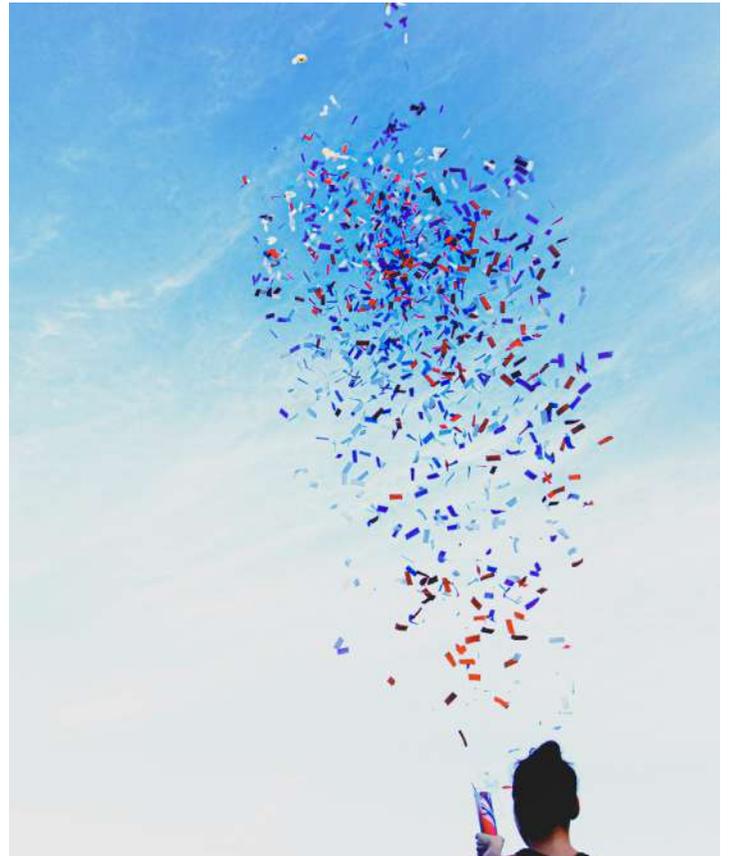
Son conocidos los **beneficios** asociados al liderazgo femenino: **creatividad e innovación**, mejora de la **reputación** y atracción y retención del **talento**, entre otras ventajas competitivas. Y, por ser defensoras y demandantes de la igualdad efectiva y real, logramos que los avances se incrementen exponencialmente cuando nosotras promovemos las acciones en su favor.

Ser una mujer líder en la actualidad supone sumar los estereotipos y los prejuicios vigentes en sectores de actividad y grupos de población a los retos habituales de la profesión.

Se reconocen barreras que dificultan el **reconocimiento** de la **mujer líder** y frenan su promoción. Sesgos que se presentan de forma inconsciente, techos de cristal, falta de (auto)estima y confianza manifestada en el *síndrome del impostor*, desequilibrios en la conciliación laboral-familiar, socialización diferenciada, brechas salariales de género, etcétera.

La mujer líder es noble. Tiene mentalidad de resistencia, fomenta la mesura, reacciona con firmeza y compasión, desatiende la anécdota, promueve la concordia, es íntegra en situaciones complejas y genera un impacto positivo en la sociedad. Lúcida ante la presión y proactiva en escenarios complejos, es **coherente en sus palabras, gestos y acciones**.

Conocerse en profundidad; detectar las habilidades y fortalezas que te diferencian en un mercado altamente competitivo; concretar una propuesta de valor poderosa; definir una estrategia integral de presencia y visibilidad; crear redes de contacto auténticas y aportar valor en todas y cada una de tus aportaciones públicas te presentan como una **autoridad** en tu área de especialización. Una mujer líder con una **marca personal estratégica, memorable y sólida**.



La **Comunicación** es una competencia imprescindible de las mujeres líderes, y una habilidad blanda esencial para visibilizar la marca personal. La coherencia, la generosidad y la acción son los ejes fundamentales para un impacto comunicativo exitoso, enfocado en promover el bien común, que **deja marca**.

El **liderazgo femenino** deja huella.

La **marca personal** de las mujeres líderes deja huella.

Las **historias extraordinarias** dejan huella.

¿Cuál es la tuya?



Mar Castro

Asesora internacional en Comunicación Ejecutiva y Marca Personal. Pionera en la investigación y difusión de la NETiqueta y la Oratoria Digital. Doctora en Comunicación. Entusiasta de la palabra.

A ELLAS...

LES CUESTA MÁS?

Un día desperté y me di cuenta que ellas lo hacen mejor en la gran mayoría de las cosas, aunque de verdad creo que en todas. Desde ese día fui feliz.

Durante siglos han abundado mitos y mentiras, pero poco a poco la verdad comenzó a imponerse y a construir una realidad más justa.

Entonces, tengo 500 palabras (incluidas estas) para ayudar, aconsejar y tratar de guiar a mis amigas. Y vamos a suponer que no sabes nada, nada, nada, de Marca Personal. Comencemos...

¿Quieres destacar en tu ámbito profesional y personal? ¿Te gustaría tener una marca propia que refleje tu esencia y tus valores? ¿Te sientes a veces invisible o infravalorada en un mundo dominado por hombres? ¿Crees que el mayor desafío es destacarse en un mar de corbatas y apretones de manos?

El personal branding es el arte de gestionar tu reputación, tu imagen y tu comunicación para lograr tus objetivos. Se trata de descubrir quién eres, qué quieres y cómo ofrecerlo al mundo. Y también de diferenciarte, posicionarte y hacerte visible. No es algo sólo para famosas, influencers o ejecutivas.



Tú también puedes y debes tener tu propia marca personal, porque eres única y tienes algo valioso que aportar. Y porque, seamos sinceros, las mujeres siempre han tenido que esforzarse más que los hombres para demostrar su talento y valor.

¿Cómo se hace esto? ¿Cómo lograrlo? Aquí hay algunas estrategias de personal branding para mujeres que te ayudarán en este proceso:

Sé auténtica, sé tú misma: La clave está en mostrar al mundo quién eres realmente. ¡No hay nadie como tú!

Define tu esencia: ¿Qué te hace única? Identifica tus fortalezas, habilidades, pasiones y valores, piensa en tu propósito para poder construir una marca sólida y coherente. Podrás crear una frase que te defina y te describa.

Crea tu imagen de marca, tu identidad visual. Desde tu estilo de vestir hasta tus redes sociales, cada detalle cuenta. Todo debe estar alineado. Y debe ser coherente en todos los medios y canales que utilices, online y offline. Ese es tu estilo único.

El mundo digital y las redes sociales son tu mejor aliado para darte a conocer. Debes tener una presencia activa, crear contenido de calidad que aporte valor y colaborar con otros profesionales que te ayuden con visibilidad y reconocimiento. Publica contenido relevante y humano, interactúa con tu audiencia, hazte notar.

Networking, networking, networking: No subestimes el poder de las conexiones. Amplía tu red de contactos y colabora con otras mujeres. Las alianzas son poderosas y pueden abrir muchas puertas. ¡Juntas son imparables!

En un mundo donde la confianza y el éxito son a menudo asociados con la testosterona, recuerda que tus disruptivos tacones altos son tu mejor aliado. ¡Pisa fuerte, camina con determinación y demuestra que no tienes límites!

Lo más importante es que seas tú misma, que te conozcas, te quieras y respetes. Porque, como alguien ya dijo por ahí, tu marca personal eres tú, y nadie puede ser mejor que tú en ser tú.



ROBERTO ARANCIBIA

Publicista Universidad de Santiago, Egresado de Licenciatura en Filosofía Universidad de Chile, Master Degree in Fine Arts en Rochester, NY. Académico de Marketing y Comunicación Digital en varias universidades. Speaker internacional en eventos, conferencias y talleres en temas de Personal Branding, Redes Sociales, Marketing Digital. Coautor en libros "Business to Social (Marketing Digital para Empresas y Personas)" y "Personal Branding World 2022".

NO TIENEN GÉNERO

Contar sólo una “Historia que Marca” ante tantas mujeres maravillosas que he tenido la suerte de apoyar en la gestión de su Marca Personal sería injusto, pero cuando se habla de Liderazgo Femenino, recuerdo las palabras de una de mis clientes, **alguien que ha llegado muy alto, dijo “yo quiero que me reconozcan por ser la mejor profesional en este campo, no por ser mujer”**, es decir por lo que aporta al mundo, para lo cual el género es indistinto.

El siglo XX ya es historia, Cenicienta o Blancanieves o cualquier otro cuento de la chica desvalida que se enfrenta al mundo ya no caben en la sociedad moderna; el mundo nunca será perfecto, pero la brecha de género es cada vez menos visible. Ver la portada de esta nueva edición de la revista, o el número de colaboradoras en la misma, o el porcentaje de mujeres entrevistadas en mis 15 Minutos al Rojo Vivo, y a las cuales admiro enormemente, es una muestra clara de la presencia de mujeres líderes que dejan huella en el mundo del Personal Branding.

Los valores, las cualidades, las habilidades blandas no tienen género, y son el pilar de cualquier estrategia de Personal Branding, así que contemos nuestra historia desde la universalidad del ser humano.

Pero atentos, que en ningún momento dije que los hombres y las mujeres son iguales, el liderazgo femenino tiene ciertas características que pueden ayudarte a destacar y conectar con tu audiencia.

El liderazgo femenino es más colaborativo y genera relaciones, mientras que el masculino se centra en las tareas; tendrás buenos resultados si creas una comunidad y los invitas a opinar, genera espacios de discusión buscando puntos en común. Las mujeres en su liderazgo son más abiertas para escuchar y valorar las opiniones externas, frente al liderazgo masculino mucho más propenso a la comunicación autoritaria.

Al gestionar la estrategia de Personal Branding de tantas mujeres, encontré elementos comunes que les ayudaron a posicionarse como las grandes líderes que ya eran; primero romper al Síndrome del Impostor, y el cual disfrazan bajo un manto de autoritarismo para no demostrar sus inseguridades; segundo, destacar sus fortalezas, lo que les hacía únicas, incluso aspectos de su vida que escondían, porque las percibían como debilidades al estar asociadas a su género; finalmente, visibilizar esa Marca Personal, exponerse ante el mundo en esa desnudez que es igual de incómoda para hombres y para mujeres.

Como mencioné, el liderazgo no tiene género, pero sí tiene estilos, y esas diferencias que te hacen única es lo que te permite posicionar tu Marca Personal, cuenta tu historia de una forma que te permita conectar con tu audiencia de una forma más humana, en una sociedad donde cada día universalizamos más el género, como las Nuevas Masculinidades, el Género Fluido, y cualquier alusión al género que ahora es intrascendente para las nuevas generaciones; lo que genera relevancia es tu aporte a esta sociedad.



Robert Samaniego

Estratega en Personal Branding y Comunicación Política. Creador y gestor de marcas.

Conferencista internacional en temas de Comunicación y Marca Personal. Miembro del Personal Branding World, el directorio más importante de profesionales de este campo en Iberoamérica.

Podcaster de “Entre un Ángel y un Demonio” y creador del programa “15 Minutos al Rojo Vivo” reconocidos a nivel internacional en temas de Comunicación, Marketing Digital y Marca Personal.

**PERSONAL
BRANDING
WORLD**

eBook

El Directorio de profesionales de Personal Branding en Iberoamérica



Cómo influirá la Inteligencia Artificial (IA) a la gestión de las redes sociales y la marca personal.

FREE DOWNLOAD

www.personalbrandingworld.com



PERSONAL BRANDING LATAM

Sé parte del futuro del
Personal Branding en Latinoamérica.

COMPLETA LA ENCUESTA

**“Percepciones, valoración
y aportes del Personal Branding en Latam”**

Ingresa a www.personalbrandinglatam.org y sigue las instrucciones.

También puedes acceder
escaneando el código QR >



NADA ES CASUAL

Hasta que me tocó escribir para este número dedicado al liderazgo femenino, no había caído en cuenta de algo tan importante para mi experiencia como consultor y mentor de Personal Branding: **70% de las personas que he acompañado en los últimos cuatro años han sido mujeres.**

Haciendo una retrospectiva, puedo afirmar -a pesar de lo pequeña que pueda ser la muestra- que el cambio de *mindset* en las mujeres ha sido (y continuará siendo) fundamental para ganar espacio en el mundo laboral y de los negocios.

Sus esfuerzos para capitalizar oportunidades tienen dos vertientes: el ascenso en el escalafón corporativo y la creación de sus propias empresas, o el establecimiento de un modelo de negocio personal. Ese microcosmo que puede representar mi entorno, es evidencia de los cambios que han conquistado en el mundo laboral.

Según el estudio [“Women in the workplace 2023”](#), realizado por Mckinsey & Company, desde 2015 el número de mujeres en la alta dirección ha aumentado del 17 al 28%, y la representación en los niveles de gerencia senior también ha mejorado.



En las empresas se enfocan en fortalecer relaciones y fomentar un entorno de crecimiento colectivo. La visión femenina en el liderazgo —por lo que he visto— se caracteriza por un enfoque integrador y colaborativo.

Valora la importancia de construir redes de apoyo y compartir conocimientos, entendiendo que el progreso verdadero se magnifica cuando se comparte.

Cuando crece una, crecen todas

No se limitan a la competencia o al logro individual, es parte de la mentalidad femenina. Promueven la construcción de redes de apoyo, mentorías y un ambiente donde todos puedan prosperar. Como reza el eslogan de una comunidad de emprendedoras que acompañé en calidad de consultor aquí en Chile:

“cuando crece una, crecemos todas”.

Esta mentalidad no solo fortalece a las organizaciones, sino que también promueve un entorno más inclusivo y equitativo.

Por otra parte, como emprendedoras o profesionales que ejercen de manera independiente, buscan llenar vacíos en el mercado, ofreciendo soluciones innovadoras para satisfacer necesidades, pero también promueven un cambio positivo.

El [Monitor Global de Emprendimiento \(GEM\) 2023](#), indica que las mujeres están iniciando negocios a todas las edades. A nivel mundial, tienden a clasificarse en dos categorías: 46,2% entre 18 y 35 años y 44,8% entre 35 y 54 años. **Las mujeres emprendedoras en sus primeras etapas tienden a ser más jóvenes que los hombres.**

En ambos casos, su progreso está fundamentado en argumentos sólidos. Me atrevería a decir que su carácter, capacidad de escucha, empatía, autenticidad y coherencia, además de una clara demostración de valor, son pilares fundamentales para que su ascenso sea indiscutible y merecido. No solo debido a reivindicaciones sociales o políticas.

Nada es casualidad. Aunque pueda sonar cliché, todo es causalidad en una sociedad que está avanzando (algo lento, lo sé) hacia una mayor equidad.



Gabriel Patrizzi

Consultor y mentor de Personal Branding.
Autor del libro “Marketing propio”.

APRENDE A GESTIONAR TU RED DE CONTACTOS

Tal vez sabemos cómo hacer networking, generar un primer contacto, establecer relaciones a corto, medio o largo plazo; es más, hicimos crecer rápidamente nuestras redes sociales y tenemos una buena comunidad, pero de ¿ qué sirven los números en redes y los contactos guardados en el móvil si no son gestionados?

El NETWORKING CANVAS, diseñado por Luigi Centenaro (It) Business designer/clinical professor & creador de un Kit de herramientas de innovación profesional.

El Networking Canvas te ayudará a desarrollar tu red de contactos de manera efectiva y en línea con tus objetivos profesionales. Incluye 3 áreas clave de desarrollo: personal, carrera y negocios, y 3 prioridades estratégicas: aprender, impulsar, desarrollar, para ayudarlo a identificar los contactos que necesita agregar o revisar en función de 9 categorías clave

NETWORKING CANVAS

NAME

	PERSONAL	CAREER	BUSINESS
DEVELOP	PERSONAL GROWTH	PROFESSIONAL GROWTH	OPPORTUNITIES
BOOST	WELLBEING	PROFESSIONAL ENERGY	INFLUENCE
LEARN	NEGATIVITY	FUTURE	INSIGHTS

Designed by @LuigiCentenaro, founder of BigName.it (BigName.pro), the people and team innovation specialists for enterprise.
Inspired by the work on Personal Networks of Rob Cross, associate professor at the University of Virginia's McIntire.
Instructions: Assess your existing network of contacts using the blocks and then apply changes based on the push or pull in the columns and rows.

Copyright BigName.it - All rights reserved.
Version: Apr 2016 v 1.1.7
More info: bigname.pro/networking-canvas



CONOCE MÁS EN :

COMBINACIÓN EXPLOSIVA DE ÉXITO LIDERAZGO Y EQUILIBRIO

ENTRE VIDA PERSONAL Y PROFESIONAL EN LAS MUJERES DE HOY

En la sociedad actual, las mujeres están desafiando estereotipos y ocupando roles de liderazgo en todos los ámbitos de la vida. Desde la esfera empresarial hasta la vida familiar, las mujeres están demostrando que el liderazgo y el equilibrio entre la vida personal y profesional son una combinación explosiva de éxito.

En este artículo, les detallo cómo el desarrollo de la Marca Personal es clave para lograr esta sinergia entre el liderazgo y el equilibrio.

El Desafío del Equilibrio

El equilibrio entre la vida personal y profesional es un tema candente en la sociedad actual. Las mujeres, en particular, enfrentan desafíos únicos al tratar de equilibrar sus responsabilidades laborales con sus roles como madres, esposas y cuidadoras. Este equilibrio es crucial para mantener la salud física y mental, así como para fomentar relaciones personales satisfactorias y de esta manera trascender y lograr ser referentes en un sector empresarial.

El Papel del Liderazgo Femenino

El liderazgo femenino ha demostrado ser una fuerza transformadora en el mundo organizacional y más allá. Las mujeres líderes a menudo adoptan un enfoque colaborativo y empático, lo que les permite construir equipos sólidos y fomentar un ambiente de trabajo positivo. Su capacidad para comunicarse de manera efectiva y tomar decisiones informadas es fundamental para el éxito de sus equipos y organizaciones.

La Marca Personal es la “clave”

En el corazón del éxito de las mujeres líderes y el equilibrio entre la vida personal y profesional se encuentra el desarrollo de una marca personal sólida. La marca personal de una mujer es su sello distintivo, lo que la hace única y memorable en un mundo lleno de competencia. Al comprender y desarrollar su marca personal, las mujeres pueden destacarse en sus carreras y mantener un equilibrio saludable entre sus roles profesionales y personales.

Entonces, ¿cómo las mujeres de hoy desarrollan su marca personal y la utilizan para alcanzar el éxito en todas las áreas de sus vidas? Aquí hay algunas estrategias clave:



1. Autoconocimiento: Se toman su tiempo para reflexionar sobre tus valores, fortalezas y pasiones. Estos forman la base de tu marca personal y te guiarán en tu camino hacia el éxito.

2. Claridad de Mensaje: Desarrollan un mensaje claro y “coherente” que comunique quién son, qué hacen y qué valores aportan. Esto les ayudará a destacarse y atraer oportunidades profesionales y personales.

3. Presencia on line: Gestionan su presencia on line de manera profesional y auténtica. Esto incluye mantener perfiles actualizados en redes sociales relevantes y compartir contenido que refleje su marca personal y sus intereses.

4. Networking Efectivo: Construyen y nutren relaciones significativas tanto en el ámbito profesional como personal. ¡En ambos escenarios online y offline!. El networking les permite expandir su red de contactos y aprovechar oportunidades de crecimiento y colaboración.

5. Gestión del Tiempo: Aprenden a priorizar y gestionar tu tiempo de manera efectiva. Esto les permitirá dedicar tiempo tanto a tu carrera profesional como a tus relaciones personales y actividades de cuidado personal y esparcimiento.

6. Cuidado Personal: No subestiman la importancia del cuidado personal. Dedicar tiempo a actividades que las recargan y le permitan mantener un equilibrio saludable entre trabajo y vida personal.

Caso de éxito explosivo: Laura

Paso a ilustrar cómo estas estrategias pueden traducirse en éxito en la vida real, que a veces no nos es tan fácil, pero nos puede servir como guía.

Consideremos el caso de Laura, una ejecutiva de marketing con una carrera exitosa y una vida personal plena. Laura ha desarrollado una marca personal sólida como experta en marketing digital, combinando su pasión por la tecnología con su habilidad para comunicarse de manera efectiva.

A través de su presencia en línea y su participación en eventos de la industria, Laura ha construido una red sólida de contactos que le ha permitido avanzar en su carrera y explorar nuevas oportunidades profesionales.

Además de su éxito profesional, Laura se asegura de mantener un “equilibrio saludable” entre su vida laboral y personal. Dedicar tiempo a actividades como yoga y meditación para mantenerse enfocada y equilibrada, y reserva tiempo de calidad para pasar con su familia y amigos. Al priorizar su bienestar y sus relaciones personales, Laura ha encontrado una manera de alcanzar el éxito en todas las áreas de su vida.

En resumen, el liderazgo y el equilibrio entre la vida personal y profesional son una combinación poderosa de éxito para las mujeres de hoy. Al desarrollar una marca personal sólida y auténtica, las mujeres pueden destacarse en sus carreras y mantener un equilibrio saludable entre sus roles profesionales y personales.

Al adoptar estrategias como el autoconocimiento, la claridad de mensaje y el cuidado personal, las mujeres pueden alcanzar el éxito en todas las áreas de sus vidas y convertirse en líderes inspiradores en sus campos y comunidades.



Gustavo Pagano

Personal Brander | Ayudo a profesionales y a equipos de trabajo a desarrollar y potenciar su Marca y Marketing Personal | CEO Gustavopagano.com

BE YOUR BRAND

www.iffe.es

Máster en Comunicación Ejecutiva, Liderazgo y Marca Personal

Con un cuadro docente de más de 30 profesionales
referentes de América y Europa

- Comunicación Estratégica.
- Branding Corporativo.
- Liderazgo Ejecutivo Internacional.
- Relaciones Institucionales y Reputación Corporativa.
- Protocolo Social y Empresarial.
- Responsabilidad Social, Legal y Ética.
- Residencial de 10 días en Galicia, España (Opcional).



¿Quieres marcar la diferencia?

info@iffe.es /  (+34) 628 151 797

+Info.



¡LIDERAZGO FEMENINO Y PERSONAL BRANDING

VALORES DE MARCA

LA FÓRMULA PARA BRILLAR!

Es un hecho y no es producto del azar. **La combinación perfecta entre liderazgo femenino y personal branding produce una poderosa marca personal.**

Como mujeres, nuestro liderazgo e impacto positivo se hace presente no solo en la esfera privada -en nuestros respectivos núcleos familiares- sino que cada vez más se incrementa nuestra participación e incidencia en el espacio público.

Podemos apreciar valiosos aportes en diversos sectores de la economía, [como por ejemplo, el campo tecnológico](#); donde tenemos a expertas como Mira Murati (CTO de OpenAI y una de las creadoras de ChatGPT) y Linda Yaccarino (CEO de X, antiguo Twitter), cuyas marcas personales brillan en altos cargos gerenciales.

Sin embargo, todavía se requiere trabajar en reducir la brecha de género, eliminar los techos de cristal, y garantizar la igualdad de derechos y oportunidades de desarrollo.

Creo que descubrir y potenciar nuestras marcas personales, mediante la aplicación sistemática de estrategias de branding personal, también es vital para fortalecer el tejido social; y evidencia la importancia del ejercicio consciente de nuestro autoliderazgo.

En este entorno cambiante y competitivo -donde paradójicamente se aúpa la homogeneización de perfiles profesionales, y se discute cómo la Inteligencia Artificial repercute en el futuro del trabajo- es necesario desarrollar habilidades blandas, propias de los seres humanos, que además nos diferencian como individuos. Entre ellas tenemos la marca personal, el liderazgo, la inteligencia emocional, la creatividad y el pensamiento crítico.

Al desarrollar nuestra marca personal, tenemos la posibilidad de visibilizar y vender nuestra propuesta de valor diferencial; con lo que aumentan las opciones de empleabilidad y/o las oportunidades para gestionar nuestros propios negocios.

Liderazgo femenino

Desde nuestras diversas áreas de actuación -en el hogar, como líderes corporativas o sociales- somos promotoras de valores, y tenemos la capacidad de motivar, inspirar e influir en otros.

Como agentes de cambio, nuestra vocación de servicio siempre se hace presente.



Por eso, no resulta extraño vernos en el ejercicio de profesiones de carácter humanista, enfocadas en el desarrollo personal. Tan solo observa el [número creciente](#) de mujeres contribuyendo a la consolidación de la disciplina del personal branding.

Claves para desarrollar tu marca personal

Sin importar tu género, para que tus huellas impacten positivamente y obtengas los resultados esperados, necesitas, entre otros importantes aspectos:

- **Conocer bien** y reconocer tu valía.

- **Definir tu modelo de negocio.** El reconocido especialista Guillem Recolons lo explica muy bien en [este post](#).

- **Describir tu propuesta de valor**, aprovechando las [distintas facetas](#) de tu marca, como bien sugiere la experta Neus Arques.

Puedes integrar tus diversos roles y temas de interés en una propuesta sólida que te permita alcanzar tus objetivos.

Pero considerando que [“el foco temático de tu propuesta de valor no exceda los dos o tres temas”](#) para que puedas aportar más valor en cada uno de ellos, como sugiere nuestro respetado colega, Profesor Vladimir Estrada.

¡Definitivamente, sobre [liderazgo femenino y personal branding](#) hay mucha tela que cortar!, ¿verdad?

¡Te espero en nuestra próxima entrega!



Ylse Roa

Consultora, formadora, conferencista y autora de contenidos digitales sobre marca personal y redes sociales. Ayuda a profesionales y emprendedores a vender más, y a generar valor para su entorno, con estrategias probadas de personal branding. Emprendedora social con el proyecto Abuelos Digitalizados. Con más de 6000 alumnos en más de 15 países, cree en el poder de la educación para transformar vidas.

MUJERES QUE

MUNDO DIGITAL

MARCAN LA DIFERENCIA

La historia está llena de mujeres que han destacado por sus logros y reconocimientos, logros que han influenciado a la sociedad.

Hay casos interesantes, como el de **Marie Curie (1867 – 1934)**. De origen polaco, apasionada de la física y la química, descubrió los elementos radiactivos.

Gracias a este descubrimiento, le concedieron **el premio Nobel de Física en 1903** junto a su marido, Pierre Curie, y al físico Henri Becquerel, que también contribuyeron a la investigación.

Fue una gran historia, ya que **Curie ganó un segundo premio Nobel**, esta vez de Química (y en solitario), por sus investigaciones sobre el radio y sus compuestos.

Marie Curie fue una gran influyente en este campo, pero tuvo sus obstáculos para triunfar, por el simple hecho de ser mujer.

En el primer **premio Nobel**, el jurado quería concedérselo únicamente a su marido y al físico que participó, pero estos se negaron si no reconocían a **Marie Curie** como merecedora, también, de ese premio Nobel.

Este fue un punto de inflexión, en el que nuestra sociedad tiene que avanzar en términos de igualdad y que los valores se compartan por igual.

En nuestro presente, conozco a grandes referentes, consultoras de marca personal que sienten su profesión como una pasión y que, con su experiencia, influyen de manera activa y positiva a otros profesionales que buscan un crecimiento profesional.

Además, como referencia a lo que te he contado en el párrafo anterior, **la era digital ha hecho que sus voces lleguen lejos**, a varios rincones del planeta, para que sus contenidos y su esencia viajen e impacten en cada uno de nosotros.

Como **Digital Content Marketing**, soy un seguidor de todo lo que tiene que ver con la **comunicación digital y las tendencias que existen en el sector**, como por ponerte un ejemplo, el sector de los ESports.

En este campo, mi gran influyente ha sido **Lucía Guerra**, una gran **comunicadora, redactora** y además fue Community Manager en Movistar Riders.

Tiene un libro que me enganchó llamado **“ESports, vive de tu pasión”** en el que explica cómo funciona este sector y qué posibilidades profesionales te puedes encontrar.

Otra persona que destaco en este artículo es mi querida amiga y vecina de México, **Nancy Vázquez**.

La naturaleza tiene una fuerza incommensurable y se ha manifestado en Nancy porque desde el primer momento que hablas con ella, cada palabra que te comparte es pura sabiduría y conocimiento.

Además, gracias a los eventos online, pudimos crear una gran conexión de amistad. **El color rojo de su marca describe a la perfección la pasión, pasión que se traduce en implicación y constancia en todo lo que hace.**

Este recorrido la ha convertido en una gran consultora de Personal Branding y en mi gran referente en este sector.

Otra de mis influyentes en este camino es **Aida Mar**. La amistad la trabamos cuando ambos estudiábamos el **Máster de Marketing Digital de Webescuela**.

Compaginaba mi trabajo de Social Media y mis estudios en el mismo centro mientras ella me preguntaba temas de mi sector y me pedía consejos.



Aida ha ido creciendo y progresando hacia el sector del **Social Media**. Siempre la he involucrado en proyectos donde he participado y ella, lo mismo.

Fue una parte importante del equipo de comunicación de uno de los eventos más destacados del sector de la marca personal: Personal Branding Lab Day.

Entre llamadas de teléfono, videollamadas o quedadas para tomarnos un simple café, ha generado que salgan ideas y sinergias que nos han ayudado en nuestro crecimiento profesional. ¡Gracias Aida!

Como has podido comprobar, la historia tiene está repletas de mujeres que han destacado por su labor en la sociedad, pero también tienes que recordar aquellas que han dejado huella o te han ayudado en situaciones personales o de crecimiento personal.

Pasado. Presente. Futuro.

El pasado del que bebemos conocimiento y nos recuerda qué situaciones no se deben repetir, como en el caso de **Marie Curie**, que, en primera instancia, en el galardón del primer **premio Nobel**, no fue reconocida por su trabajo.

Aquí, como sociedad, **debemos buscar el camino hacia la igualdad para que nadie quede en la oscuridad**, para que sus valores sean reconocidos y no opacados.

Las mujeres que se presentan aquí han tenido un gran impacto en sus respectivos campos, sirviendo como ejemplos de crecimiento. Personalmente, me han brindado sus palabras, las cuales me han ayudado a progresar. Ha sido un intercambio de ideas, de experiencias, en el cual todos salimos beneficiados, ya que es importante contribuir sin excluir.



La BBC nombró a las 100 mujeres más influyentes de 2023:

Son ejemplos claros de **mujeres influyentes en nuestro tiempo, cuyas acciones han contribuido a cambiar el mundo, transformando perspectivas y abordando injusticias** en ámbitos políticos, humanitarios, cinematográficos y mediáticos.

Estos son casos que no deben pasar desapercibidos y que siguen siendo relevantes en la actualidad.

Normalmente, siempre he hablado sobre tecnología, pero esta vez, para honrar el título de la revista, he decidido hablar sobre las mujeres que han influenciado mi vida.

Como habrás notado en la lectura, he enfatizado bastante en la **“igualdad”, un valor que he defendido desde mis raíces familiares y que guía mi perspectiva del mundo.**

La falta de igualdad fue denunciada por la brillante **escritora Virginia Woolf (1882-1941)**, quien enfrentó obstáculos en un entorno que dificultaba el desarrollo profesional e independiente de las mujeres.

Sus ideas, adelantadas a su época, **ahora están siendo más aceptadas en nuestra sociedad actual, aunque aún enfrentamos desafíos.**

Como has podido observar, las personas que he mencionado son ejemplos claros que pueden contribuir al crecimiento de tu marca personal.

¿Qué podemos aprender de esto?

Si hablamos de marca personal, los consultores de Personal Branding tienen ejemplos como los que he explicado, que pueden ayudarte a aumentar tu valor.

Las lecciones que podemos extraer son las siguientes:

- Aprender del pasado para no repetirlo en el presente.
- Alegrarte por los logros de los demás.
- Creer en la igualdad y en las oportunidades que puede ofrecer.

En resumen, **trabajemos por un mundo donde la igualdad sea el fundamento sobre el cual construimos nuestras sociedades**, recordando siempre que el progreso individual está intrínsecamente ligado al avance colectivo hacia un futuro más equitativo y justo.

El camino hacia la igualdad es un tema que nos concierne a todos.



Javi Layunta

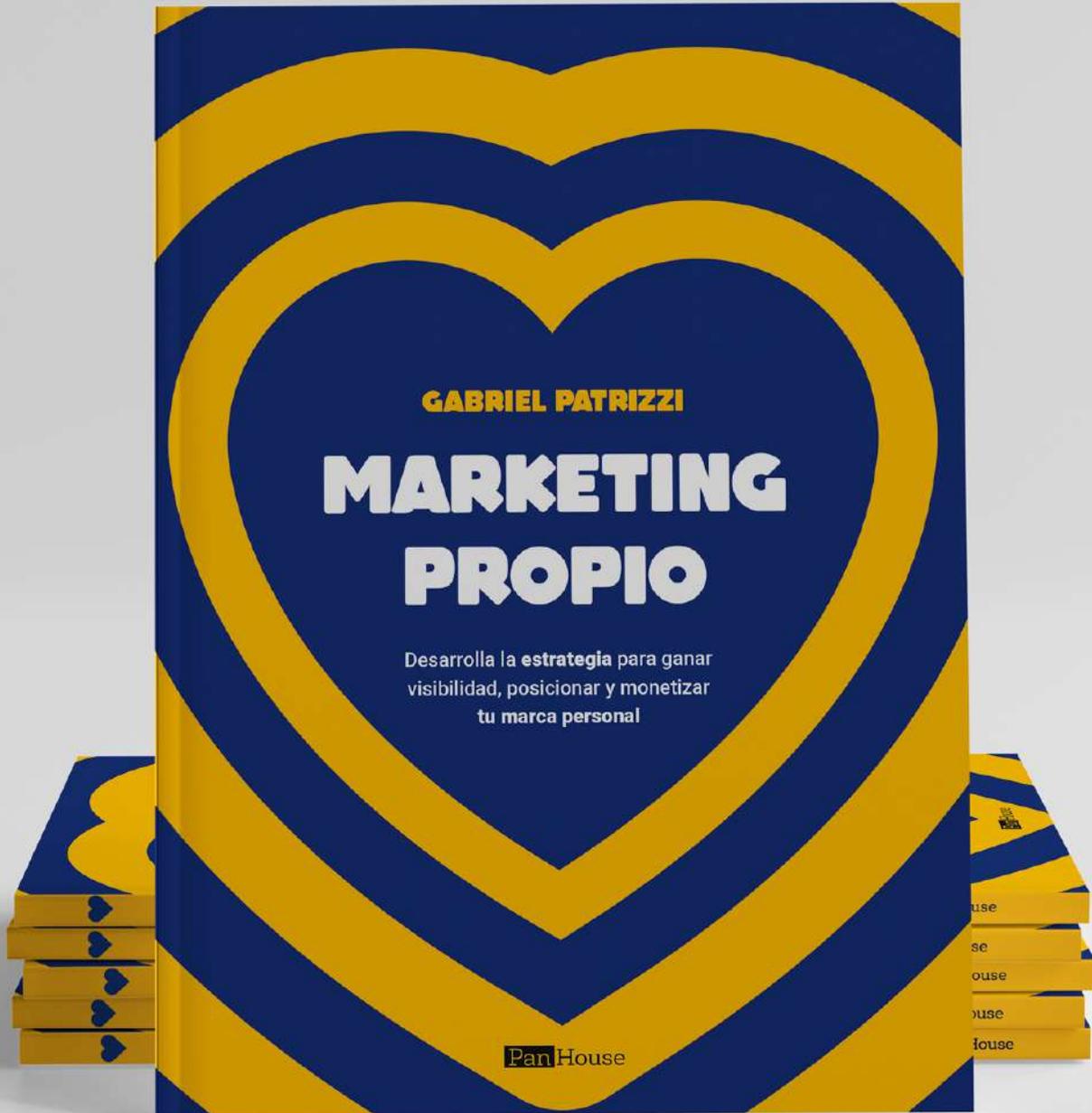
Experto en Marketing Digital y Social Media con más de 5 años de experiencia. Mi enfoque se centra en la Comunicación Digital, gestión de sitios web, blogs y Redes Sociales. Diseñar estrategias y convertir objetivos de negocio en contenidos digitales que atraen y captan clientes es mi especialidad. Apasionado del Storytelling y la Gamificación.



Este libro te guía de manera inteligente, clara y didáctica para destacar en un mundo lleno de información y hacer de tus habilidades un sello indeleble.

SUSANA CÁCERES

Consultora y conferencista de Comunicación Interna, socia directora en Internal. HR Influencer Latam.



Escanea el código QR y adquiere este libro, desde cualquier parte del mundo.



INNOVAR. INSPIRAR. INFLUENCIAR: MUJERES QUE TRANSFORMAN EL PERSONAL BRANDING

MUJERES LÍDERES

El personal branding es un área prácticamente nueva, el concepto circula hace ya unos años, pero en cuanto a su profesionalización ahora es cuando la estamos llevando a su punto exacto.

Me encanta saber que somos mayormente mujeres las que nos estamos desarrollando en esta área, que somos mujeres las que estamos construyendo propuestas constantemente para mejorar el mercado. Somos mujeres las que estamos inspirando, innovando e influenciando.

Somos las mujeres las que estamos llevando a más marcas personales a tener un encuentro con la aportación de valor y la recepción de beneficios.

Somos las mujeres que estamos creando una historia relevante en un área en construcción que tienen y tendrá un gran impacto social.

Somos las mujeres quienes estamos creando una comunidad de líderes con visión a futuro, porque sabemos las tendencias que existen y las que vienen, porque estamos construyendo una historia, un camino.

Humanizar es nuestro principal trabajo, hacer conscientes a otros de la importancia de su propio valor como seres humanos y del valor que hay para dar.

Humanizar y concientizar requiere de un gran trabajo, de habilidades y capacidades sensitivas, emocionales.

Bien, dice una frase en nuestra área, sin emoción no hay huella, y las mujeres somos quienes estamos dejando esta huella.

Somos muchas mujeres haciendo una historia, nuestra propia historia, que se unen una a una para crear una historia aun con mayor impacto.

Somos muchas mujeres las que apostamos por el personal branding para construir un legado.

Somos muchas mujeres las que estamos transformando el personal branding.

Innovar. Inspirar. Influcidar: Mujeres que Transforman el Personal Branding

En la intersección de la innovación, la inspiración y la influencia, las mujeres somos las que estamos redefiniendo el paisaje del personal branding. En un mundo que experimenta cambios drásticos en los ámbitos social, cultural, político y digital, la capacidad de adaptarse rápidamente se ha convertido en una necesidad. Este contexto dinámico ha creado un terreno fértil para que las líderes femeninas emerjan y forjen nuevos caminos.

Innovar: creando nuevos paradigmas

Las mujeres en el campo del personal branding están innovando no solo en cómo se presentan al mundo, sino también en cómo abordan los desafíos y crean oportunidades para otras. Al adoptar un enfoque holístico y auténtico, estas líderes están estableciendo nuevos estándares para lo que significa ser una mujer en posiciones de liderazgo y cómo se puede influir en la industria y más allá.

Inspirar: historias que resuenan

Las historias de mujeres que superan obstáculos, rompen barreras y alcanzan nuevas alturas son profundamente inspiradoras. Estas narrativas no solo empoderan a otras mujeres para que persigan sus sueños, sino que también sirven como testimonio del poder del espíritu humano.

Influenciar: liderando con el ejemplo

Las mujeres líderes en personal branding están utilizando su influencia para promover el cambio positivo, la igualdad de género y la sostenibilidad. A través de sus plataformas, están abogando por valores que importan, creando un impacto que va más allá de sus logros individuales. Al hacerlo, están construyendo comunidades de seguidores leales que están igualmente comprometidos con estos ideales.

Las mujeres que lideran el campo del personal branding están transformando no solo sus industrias sino también la sociedad en general. A través de la innovación, la inspiración y la influencia, están dejando una huella imborrable, demostrando que el liderazgo y la marca personal, cuando se combinan con autenticidad y propósito, son herramientas poderosas para el cambio.

Eva Collado Durán

A través de sus conferencias, talleres y publicaciones, Eva se ha posicionado como una voz líder en la promoción de la marca personal como herramienta esencial para el desarrollo profesional en la era digital.

Su liderazgo se destaca por su enfoque humano y cercano, centrando sus estrategias en la autenticidad y la construcción de relaciones sólidas genuinamente con otros y generar valor compartido.

Autora de libros como “Marca Eres Tú” y “El Mundo Cambia, ¿Y Tú?”, Eva ofrece una perspectiva fresca y actualizada sobre cómo los profesionales pueden gestionar su identidad digital y presencia online para alcanzar sus objetivos de carrera.

“La reinención ya no es una opción, sino una constante. El mundo cambia, y nosotros con él.”



Arancha Ruiz

La visión de liderazgo de Arancha en el personal branding se caracteriza por su énfasis en la estrategia y la visión a largo plazo, animando a las personas a pensar en cómo quieren ser percibidas en el futuro y cómo cada acción que toman contribuye a construir esa percepción.

Una de las contribuciones más significativas de Arancha al campo del personal branding es su capacidad para integrar las dimensiones humanas y emocionales en la gestión de la marca personal, reconociendo que el verdadero liderazgo y diferenciación provienen de ser genuinamente uno mismo y compartir esa autenticidad con el mundo.

A través de su trabajo como consultora, conferenciante y autora, Arancha ha inspirado a profesionales de diversos sectores a descubrir y potenciar su marca personal, convirtiéndolos en agentes de cambio en sus respectivos campos.

“El mundo profesional me ha enseñado que tres son las características de quienes alcanzan el éxito: la persistencia, la capacidad para el aprendizaje constante y la construcción de una valiosa red de contactos. Lo que diferencia a los que llegan de los que no es la posesión de estas tres cualidades: muchos abandonan, no se adaptan o creen que pueden hacerlo solos, pero sólo aquellos que perseveran, aprenden y colaboran llegan.”

Elena Arnaiz Ecker

Reconocida por su capacidad para guiar a los profesionales hacia el descubrimiento y la potenciación de su propia marca personal. Con una combinación única de psicología, coaching y estrategia empresarial, Elena ofrece una perspectiva integral que ayuda a individuos y organizaciones a alcanzar sus objetivos de una manera auténtica y efectiva.

Su enfoque se centra en la importancia de conocerse a sí mismo para poder proyectar una imagen coherente y poderosa al mundo. Elena impulsa a las personas a identificar sus valores, pasiones y habilidades únicas, convirtiéndolos en el eje central de sus estrategias de personal branding.

Su trabajo inspira a muchos a tomar el control de su desarrollo profesional de manera proactiva, utilizando el personal branding como una herramienta clave para la diferenciación y el éxito en el competitivo mercado actual.

“Exprime toda tu energía en hacer brillar a las personas que tienes a tu lado. A cuántas más mejor, en la medida que puedas y usando los canales que tienes a tu alcance.”

Eres la suma de las personas que ayudas a brillar

Daniela Viek

Con enfoque innovador es una referente clave en este campo. Su trabajo se centra en ayudar a individuos y organizaciones a descubrir y potenciar su marca personal, combinando estrategias de marketing, psicología del comportamiento y coaching para crear perfiles líderes auténticos y efectivos.

Daniela Viek se destaca por su capacidad para inspirar liderazgo en otros, alentando a profesionales de todos los ámbitos a tomar las riendas de su desarrollo profesional. Su mensaje subraya la importancia de la auto-reflexión, el aprendizaje continuo y la adaptabilidad como competencias clave para líderes en un entorno globalizado y en constante cambio.

A través de su liderazgo en personal branding ha contribuido a la creación de una comunidad más amplia de profesionales conscientes de la importancia de construir y gestionar activamente su propia marca personal.

“El Personal Branding, más allá de ser un proceso, es una competencia que necesitas desarrollar si quieres mantenerte competitivo en el mercado actual y futuro”.

Mar Castro

Destacada experta en comunicación y personal branding, cuya labor ha sido fundamental para entender cómo la comunicación efectiva y estratégica es esencial en la construcción de una marca personal sólida.

A través de su experiencia, Mar ha demostrado que el liderazgo en el personal branding va más allá de simplemente gestionar una imagen pública; se trata de construir una narrativa coherente y auténtica que resuene con el público y refleje los valores y objetivos personales.

Su enfoque integra técnicas de comunicación interpersonal, redes sociales y estrategias de marketing personal, destacando la importancia de la autenticidad y la conexión emocional. Mar Castro enseña que una marca personal poderosa es el resultado de una comunicación consciente y estratégica, enfocada en transmitir no solo competencias profesionales, sino también valores humanos y personales.

A través de sus talleres, conferencias y publicaciones, Mar inspira a profesionales de diversos campos a desarrollar y fortalecer su presencia en línea y offline, mostrando que cada interacción es una oportunidad para reforzar la percepción de la marca personal. Su liderazgo en el personal branding es un testimonio del poder de la comunicación efectiva en el establecimiento de relaciones significativas y en el avance hacia objetivos profesionales y personales.

“La confianza en uno mismo mejora cuando mejora su comunicación, una competencia imprescindible de las personas líderes.”

Yael Bern

Yael es una vibrante fuente de inspiración y liderazgo en el ámbito del personal branding. Su filosofía resalta la importancia de ser uno mismo en un mundo lleno de opciones, destacando la unicidad de cada individuo como su mayor fortaleza.

Yael encarna la posibilidad de reinventar la vida y la carrera en cualquier momento, basándose en el autoconocimiento y la pasión. Cree firmemente en la confianza en uno mismo y en la aceptación de nuestras virtudes y defectos como el camino hacia una vida exitosa.

Promueve la idea de que diferenciarse y dejar una marca en el mundo requiere valentía, curiosidad y acción. Su compromiso es compartir su conocimiento y experiencia de manera auténtica, sin buscar la perfección, sino más bien inspirar a otros a crear su propia marca y vivir su mejor vida posible.

“ El mundo será de los apasionados y entusiasmados que dejan huellas: gente que no sólo tenga valor para vivir su singularidad, sino que puedan aportar valor con lo que hace y transformar la vida de aquellos que les rodean.

Ilana Berenholc

Ilana se distingue como especialista en comunicación, enfocándose en métodos que van más allá de la oratoria tradicional y la lingüística, aportando una perspectiva fresca y enriquecedora a lo establecido.

Con su mirada crítica y detallista, Ilana ayuda a descubrir y aprovechar los principales atributos de una persona para fortalecer su presencia y expresión auténtica. Su enfoque promueve una actitud de apreciación hacia uno mismo, reconociendo tanto fortalezas como debilidades sin juicio, lo que facilita un espacio para la autenticidad y la libertad personal, permitiendo a individuos influir positivamente en su entorno.

Pionera en asesoría de imagen en Brasil desde 1994, Ilana se aventuró en el campo del Personal Branding.

Ilana se dedica a inspirar a las personas a ocupar su espacio único en el mundo, creyendo firmemente en el poder de la autenticidad para revelar lo mejor de cada uno.

“Quiero ayudar a construir un mundo donde las personas se sientan libres de ser quienes son.”

Nancy Vázquez

Su enfoque principal es impulsar el crecimiento y la visibilidad de personas, profesionales y líderes a través del personal branding, lo que le ha permitido dejar una huella significativa en México y LATAM.

Nancy combina habilidades en desarrollo de marca personal, comunicación estratégica y liderazgo, enfatizando la importancia del crecimiento personal y la productividad como bases del éxito.

La misión de Nancy es clara: facilitar el descubrimiento del potencial individual, promover una mejora continua en la productividad y guiar hacia un liderazgo auténtico. Su compromiso con el avance personal y profesional de sus clientes y su deseo de colaborar en el éxito de otros reflejan su liderazgo en el campo del personal branding, haciendo de ella una figura inspiradora y una guía para aquellos que buscan excelencia en su desarrollo personal y profesional.

“El mundo necesita líderes reales, sin miedo a influir, con claridad de objetivos y sobre todo humanos.”

El personal branding es liderado y transformado por:

Alicia Ro
Ami Bondía
Arancha Ruiz
Celia Hil
Daniela Viek
Deize Andrade
Elena Arnaiz
Eva Collado
Fabiola Melchor
Ilana Berenholc
Jane Rodríguez del Tronco

Lizete Manguelleze
Mar Castro
María A. Sánchez
Mariam Veiga
Meme Romero
Neus Arqués
Nohelis Ruiz A.
Paula Fernández Ochoa
Raquel Gómez H.
Rocío Ames
Ylse Roa
Y muchas más...

Por: Nancy Vázquez & Alan Urbina

Certificación en Marca Personal

Metodología y Tecnología
para ayudar a tus clientes



+ info Escaneando el QR

Arancha Ruiz
Fundadora y CEO de Innero

Certificación en Marca Personal

Metodología y Tecnología para ayudar a tus clientes

Innero, líder en transformación y digitalización del sector de la consultoría en marca personal, lanza la 7ª edición de la **Certificación en Marca Personal**, una solución integral que impulsa la labor de consultores en procesos de asesoramiento a directivos, emprendedores, profesionales y ejecutivos.

La **Certificación en Marca Personal de Innero** es una solución integral e innovadora que potencia tu labor como consultor en procesos de marca personal y de gestión de carrera.

Te permite a llegar a más clientes y aumentar la calidad de tus actuaciones de forma simple y eficiente.

Domina la **Metodología RADAR**: una metodología práctica, de alto impacto y única en el mercado desarrollada desde la amplia experiencia y rigor de **Arancha Ruiz**. Te permite diferenciarte de otros consultores no certificados.

Acceso a **InneroTech**: una plataforma tecnológica SaaS y de IA que te acompaña en los procesos de consultoría ofreciéndote respuestas personalizadas para cada cliente a partir de la inteligencia sobre millones de datos. Crea informes automáticos de alto valor para tus clientes y simplifica la gestión para aprovechar mejor tu el tiempo.

Forma parte de la **Comunidad Innero**: Con eventos de networking, sesiones de supervisión y acceso a recursos exclusivos para el aprendizaje y crecimiento continuo.

Gracias a la Certificación en Marca Personal de Innero aumentarás tu capacidad de generar ingresos y de diferenciarte como consultor.

Próximas Ediciones:

7ª Edición - 12 de marzo de 2024 | 8ª Edición - 6 de noviembre de 2024

2.380€ sin IVA. **10% de descuento** para los lectores de esta revista.

Para más información y registro, contacta al +34 606 72 36 00 o info@innero.pro



7ª Promoción
12 de marzo 2024

SIN ESTRATEGIA NO HAY PARAÍSO...

Marca personal profesional es todo aquello que somos, hacemos, decimos, opinamos y compartimos, así como el valor que somos capaces de generar en terceras personas que nos eligen para su vida y proyectos.

“En definitiva, marca eres tú y tu esencia, tú y tu saber hacer, tú y tu mundo de relaciones, tú y tu capacidad de trabajarla para convertirte en la opción elegida”

El desarrollo de nuestra marca, como todo en la vida profesional, requiere de una estrategia que la haga evolucionar y crecer, pero, sobre todo, mantenerla en el tiempo de una forma **sólida, humana, creíble y auténtica**.

Y esto, solo se puede lograr teniendo en cuenta que hay unas etapas y un camino a recorrer que debe asegurarnos el presente y el futuro en el que queremos estar.

• **Autoconocimiento:** Si no sabes realmente quién eres, difícilmente podrás darte a conocer a los demás ni proyectar al mundo como quieres ser reconocida. Existen muchas herramientas de autoconocimiento que nos ayudan a determinar todo este proceso y que nos dan muchas pistas de mejora y aprendizaje para reforzar todos aquellos aspectos que queremos proyectar.

Este proceso no estará finalizado hasta que contrastemos nuestro talento y competencias con el entorno más directo, es momento de preguntar a los demás para asegurarnos obteniendo feedback para saber si nuestra percepción interna coincide con la externa.

• **Piensa en ti como si fueras una empresa,** es momento de trabajar sobre estos aspectos profesionales:



¿Cuál es tu Visión? Define tu razón de ser, lo que te mueve, la huella que quieres dejar en el mundo, tu legado. Trabaja tu propósito y la forma en que vas a diferenciarte de los demás.

¿Cuál es tu misión? Define la manera en que vas a alcanzar tu sueño, pasando de objetivos a metas y de metas a realidades, y comprométete con conseguirlo, es tu razón de ser, tu cometido, y la fuerza para lograrlo siempre estará en consonancia con el compromiso que establezcas en su cumplimiento.

¿Cuáles son tus valores? Establece los principios éticos que regirán tu marco de actuación y tus pautas de comportamiento, son una parte fundamental del ADN de tu marca.

¿Cuál es mi propuesta de Valor? Es el núcleo de nuestra marca y la obtendrás contestando a estas preguntas ¿Cuál es el problema que resuelvo? ¿Cuál es la oportunidad que detecto? ¿Qué necesidad satisfago? ¿qué beneficios te apporto si establecemos una alianza o cooperación?

• **Visibilidad y elección de canales:**

Valora tu imagen pública, en el mundo digital eres lo que Google muestra de ti.

Elige los canales en los que quieras mostrarte y adquiere destreza digital para moverte en ellos, una cosa es estar y otra convertirte un referente en ellos. Tu objetivo siempre debe ser ofrecer el valor suficiente a tu comunidad para convertirte en alguien a quien recurrir de forma reiterada y recordando siempre que :

«Tu comportamiento en la RED eres tú cada vez que te conectas. Todo lo que haces crea tu HUELLA. Si no consigues engagement y conexión con tu comunidad no eres nadie. No olvides nunca que cada red tiene su propia voz y sus normas de funcionamiento y su público objetivo, antes de darte de alta cóncelas y prospéctalas. Vas a dedicar un tiempo, y el tiempo es o más valioso que tenemos.»

• **Plan de comunicación de tu marca,** valora tu entorno, fíjate en tus referentes, trabaja tu **networking**, analiza bien tu sector. Elige el target y adapta tu lenguaje a ellos, apóyate en tus prescriptores o **comunidad de influencia** (los que te ayudarán a darte visibilidad) y trabaja con contundencia tu mensaje, siendo capaz de llevar tu propuesta de valor hasta el infinito.

Valora la, posibilidad de apostar por un blog o web propia y elige de forma inteligente las redes que vas a trabajar, aquellas en las que está tu público objetivo

· Elige aprender, **diseña tu entorno personal de aprendizaje (EPA)** para mantenerte al día y para poder ofrecer valor, trabaja en la adquirir herramientas digitales que te permitan llevarla al éxito en el menos tiempo posible con una curación de contenidos excelente a la que recurrir..

Si no eres capaz de conectar de forma ordenada y útil las fuentes de información y las herramientas de nuestro propio aprendizaje que son las que nos permiten mantener y desarrollar nuestras competencias, incurres en una desventaja competitiva respecto a otros profesionales que sí lo están haciendo.

Y cómo reflexión final quiero decirte que la marca precisa de estrategia, pero también de tomar la decisión firme de elegir mostrar tu talento: Si no te comunicas, aprendes, colaboras y te interesas no existes

Así lo dejaba patente en mi libro “El Mundo cambia ¿Y Tú? :

Tienes talento, todos tenemos talento, pero tienes que creértelo, si tú no te pones en valor, nadie lo hará; bueno, quizá sí, quienes te quieren, pero nadie más...

En la vida me encuentro a personas con mucho talento que se excusan detrás de actitudes incomprensibles para no mostrarlo, o bien porque no saben cómo hacerlo o bien porque creen que ya lo tienen todo hecho.

Siento decirte que no es así, el talento se trabaja, se muestra y se comparte porque de lo contrario no existe para el resto del mundo. Es momento de que conectes contigo, de que hagas de tu talento tu profesión, sólo así las cosas suceden.

Pregúntate, obsérvate, pregunta a tu entorno, verifica todas estas cuestiones y ponte a trabajar para ser reconocido en el mercado no tan sólo por lo que haces, sino por lo que eres capaz de hacer. Es momento de brillar, es momento de tomar las riendas.

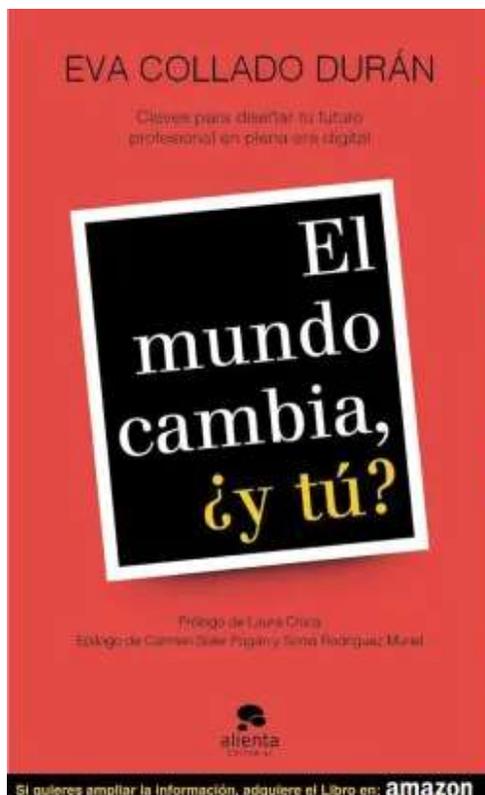
Y no tengas miedo en mostrarlo, en generar valor en los demás. Si eres bueno, te copiarán, pero en un mundo hiperconectado es inevitable, cuando eso ocurra recuerda esta frase que circula por internet: «**Podrán robarte las ideas, pero nunca tu talento, nunca**», a lo que añado: **ni tu «saber ser» ni «saber hacer» ni, mejor aún, «tu saber desarrollarlo».**

«Sólo tenemos que ponernos a caminar, decidir, tomar decisiones y actuar. Cada momento es crucial, toma las riendas reconoce tu propio talento y desarróllalo para que después pueda ser reconocido por los demás y avanza en dirección a sueños convertidos en objetivos con fecha de realización. Tú puedes, tú lo mereces porque tú (si así lo decides) lo vales. Conéctate, imagina, innova, crea, navega, pero, sobre todo, vive y disfruta del camino.»



Eva Collado

Consultora estratégica de capital humano y digitalización



Claves para diseñar tu futuro profesional en plena era digital

- 01 Si dominas el entorno, dominarás el nuevo mundo.
- 02 Gestión del cambio, ventaja competitiva.
- 03 Competencias interpersonales.
- 04 Las nuevas habilidades para tu empleabilidad.
- 05 La nueva era de la Marca Personal.

Diseño: @ronaldaduran_cm

¡LIDERAZGO FEMENINO EN EL PERSONAL BRANDING: SUPERANDO BARRERAS

El Desafío de las Mujeres en el Personal Branding

Cuando pensamos en ejemplos de marca personal femenina, a menudo vienen a nuestra mente nombres ilustres como Michelle Obama o Frida Kahlo. Sin embargo, es fundamental comprender que no es necesario alcanzar el nivel de celebridad de estas figuras para construir una marca personal que te impulse hacia el éxito. Lo sé por experiencia propia, ya que he tenido el privilegio de acompañar a cientos de mujeres (y también hombres) en su camino hacia la construcción y el éxito de su marca personal. El personal branding es una herramienta esencial en el mundo profesional, y las mujeres comprenden su importancia. Sin embargo, a menudo se enfrentan a desafíos únicos que afectan su seguridad y reconocimiento en esta área.

Los Cinco Frenos en el Desarrollo de la Marca Personal

En el libro “Ahora o Nunca: las 5 claves para triunfar en tu carrera profesional” (Ed. Conecta) identifiqué cinco obstáculos comunes en el proceso de desarrollo de la marca personal. Mis clientes son perfiles de alto rendimiento que trabajan en las mejores empresas del país, personas que en su día a día toman decisiones estratégicas y destacan en sus campos. ¿Por qué entonces sentían una gran dificultad para definir y destacar su identidad profesional?

Encontré la existencia de ciertas barreras que afectaban a hombres y mujeres por igual:

Las barreras más comunes que limitan el desarrollo de la marca personal son:

Inseguridad: La duda sobre si las capacidades están a la altura de las expectativas que genera la marca personal.

Desubicación: La dificultad para definir el objetivo al que se dirige la marca personal.

Dispersión: La lucha por mantener el enfoque en la comunicación y el networking.

Desconexión: La falta de creación y mantenimiento de redes de networking.

Contención: La falta de aprovechamiento de oportunidades para comunicar la marca personal.

Descubrí entonces que las mujeres nos enfrentamos a un desafío adicional en la construcción de nuestra marca personal, ya que existen tres adversarios de género tienden a afectarnos de manera más significativa que a nuestros colegas masculinos:

Una mayor inseguridad: En promedio, las mujeres tienden a percibir su propio talento como inferior a lo que realmente es. Estudios realizados en diversos campos y sectores han demostrado que las mujeres tienden a evaluar sus capacidades por debajo de su rendimiento real, mientras que los hombres tienden a sobrevalorarse. Imaginemos un hipotético examen en el que se les pregunte a hombres y mujeres la nota que obtendrían; los hombres contestarían con un sólido “8”, mientras que las mujeres se limitarían a un modesto “6”, cuando en realidad los resultados son exactamente al revés, con un “8” para ellas y un “6” para ellos.

Una mayor necesidad de agradar: Las investigaciones de científicos especializados en el estudio del cerebro han revelado que las mujeres desarrollan una capacidad superior para leer las expresiones faciales de las personas que las rodean, lo que les permite interpretar con mayor precisión la aprobación o el disgusto. Esta habilidad a menudo las lleva a esforzarse más por agradar y evitar conflictos, ya que son más conscientes de las reacciones de los demás. Esta necesidad de agradar se intensifica aún más cuando se considera la mayor inseguridad que experimentan.

Un mayor estrés ante el conflicto social: El cerebro femenino reacciona con una mayor alarma ante la posibilidad de que un conflicto ponga en peligro una relación social. Además, una región cerebral conocida como la corteza cingulada retiene los recuerdos negativos de tales conflictos durante más tiempo en las mujeres que en los hombres. Es como si, con cada conflicto relacional, las mujeres recibieran una intensa carga de estrés negativo que quedara grabada en su memoria, similar al efecto que los chispazos eléctricos producían en los perros en el famoso experimento de Pavlov. Como resultado, las mujeres a menudo evitan este tipo de conflictos debido a la persistente memoria de experiencias previas desagradables.



Estos tres adversarios de género que he identificado no son simplemente teorías abstractas; se basan en una combinación de investigación rigurosa y experiencia práctica. A lo largo de mi carrera como experta en marca personal, he tenido el privilegio de llevar a cabo investigaciones exhaustivas en diversos campos y sectores, lo que me ha permitido recopilar evidencia sólida que respalda la existencia de estas barreras de género. Además, mi trabajo directo con profesionales en la gestión de sus marcas personales ha confirmado repetidamente la influencia significativa de estos factores en las mujeres. Que afectaban a personas como Marta, Sandra y Susana, quienes hoy son profesionales de prestigio en sus respectivos campos y mujeres realizadas. Sus historias, que puedes conocer en el blog www.historiasdecracks.com son ejemplos concretos de cómo el trabajo en la marca personal puede transformar vidas y carreras de manera significativa.

Es esencial reconocer la autenticidad y la autoridad de estos hallazgos para abordar de manera efectiva los desafíos que las mujeres enfrentan en el ámbito del personal branding y lograr un liderazgo femenino sólido y exitoso. Veamos en detalle algunos de ellos:

Las Mujeres y la Inseguridad

Una de las barreras más significativas es la inseguridad. Las mujeres a menudo se evalúan a sí mismas de manera más crítica que los hombres, subestimando sus propias habilidades. Cuando reciben críticas negativas, su confianza y autoestima pueden sufrir un golpe más fuerte, lo que afecta su rendimiento futuro. Esto se conoce como “el síndrome de la tiara”, donde las mujeres esperan la validación externa de sus méritos.

Postulación y Oportunidades

Además, las mujeres a veces se postulan menos para oportunidades de promoción y ofertas de trabajo, incluso cuando están sobradamente calificadas. Esto se debe en parte a la percepción de que deben cumplir con todos los requisitos, mientras que los hombres a menudo se postulan incluso si solo cumplen con algunos de ellos. Esta tendencia se refleja en la exclusión de las mujeres de campos considerados masculinos.

Críticas y Éxito

Las mujeres también enfrentan un escrutinio más intenso cuando tienen éxito. El caso de Harvard Business School conocido como Heidi/Howard ilustra esto. En el estudio, se evaluaron dos perfiles idénticos, uno con nombre de mujer (Heidi) y otro con nombre de hombre (Howard). Aunque ambos perfiles eran igualmente talentosos, Heidi fue percibida como ambiciosa, trepa y poco auténtica, mientras que Howard fue considerado inspirador, sugerente y carismático. Esta disparidad en la percepción se aplicó tanto a hombres como a mujeres.

Superando las Barreras

Es esencial abordar estas barreras para el desarrollo de la marca personal de los profesionales, y especialmente de las mujeres, para alcanzar la igualdad de oportunidades.

Algunas estrategias efectivas incluyen:

Adquirir Perspectiva: Ampliar la visión sobre las capacidades, priorizar tareas, identificar aliados clave y comunicar de manera efectiva.

Planificación y Valoración: Reflexionar sobre objetivos, evaluar posibilidades y estar dispuestas a asumir riesgos.

Recursos y Redes de Apoyo: Asegurar recursos y construir redes de networking sólidas.

Autoconfianza: Mantener la confianza en uno mismo a lo largo del proceso.

Construcción de Reputación: Generar confianza y respeto en el sector y área de especialización.

Acción: Superar los frenos a través de la acción y la adaptación.

Conclusión

El liderazgo femenino en el personal branding es fundamental para el avance de las mujeres en el mundo profesional. Superar las barreras de inseguridad, autocrítica y la percepción sesgada del éxito es esencial. Al abordar estas barreras de manera efectiva, las mujeres pueden construir marcas personales sólidas y exitosas que las lleven al reconocimiento y el liderazgo que merecen.

Marta, Sandra y Susana lo hicieron y obtuvieron su recompensa. En las palabras de estas valientes protagonistas:

Marta: “Ahora vivo con la sensación de ‘soy la persona más adecuada para esto’, la seguridad, el trabajo del networking y la ilusión se debe en una parte al trabajo que hice contigo, así que muchas gracias, hice un clic y ahora ya es siempre para adelante.”

Sandra: “Además, en la actualidad estoy cobrando lo que te respondí a la pregunta que me hiciste de ‘qué quieres cobrar’, cuando lo creía irrealizable. Estoy gratamente sorprendida.”

Susana comparte su emocionante triunfo: “Te escribo ya que he conseguido mi objetivo! Ya me han confirmado oficialmente el puesto de CEO del grupo y miembro del consejo. Estoy muy motivada e ilusionada, con ganas de seguir aprendiendo, creciendo y desarrollándome. Seguiré con el foco bien puesto, y trabajando mi marca personal. Por cierto, tengo un pedazo de tribu como red de apoyo (y no son likes de RRSS).”

Estas experiencias son testimonios vivos de cómo el trabajo en la marca personal puede abrir puertas, derribar barreras y llevarnos a lugares que alguna vez consideramos inalcanzables. Las historias de Marta, Sandra y Susana nos muestran que el camino hacia el éxito no solo es posible, sino también transformador. Al igual que ellas, cada mujer tiene el potencial de construir una marca personal poderosa y lograr sus metas profesionales.

Fuentes:
“Ahora o Nunca: las 5 claves para triunfar en tu carrera profesional”
Arancha Ruiz, Ed. Conecta
“El cerebro femenino”, Louann Brizendine
Sandberg S (2013) Lean In: Women, Work, and the Will to Lead
(Random House Group, New York).



Arancha Ruiz

Fundadora de Innero, empresa de base tecnológica para la consultoría y la formación en marca personal. Creadora del Método RADAR para la gestión de la carrera y el desarrollo de la Marca Personal.

YO LIDERO, TÚ LIDERAS, NOSOTRAS LIDERAMOS #WAYMUJERES



Las mujeres ejercemos un liderazgo humano, empático y de escucha, asentado en la coherencia, la credibilidad y la confianza como valores esenciales, que demostramos en nuestras palabras, gestos y acciones.

¡Tomemos el mando y cambiemos la historia!

A finales de 2020, cansada de ver cómo la invisibilidad de la mujer en los debates públicos iba en aumento, levanté la voz en favor del feminismo, de la igualdad real y efectiva de mujeres y hombres,

La crisis del coronavirus incrementó la desaparición de las mujeres profesionales, expertas en disciplinas y ámbitos múltiples y diversos, de las distintas jornadas, debates y conferencias que se promocionaban por las redes sociales.

Eventos plagados de nombres y fotografías de caballeros que presumían de presencia mediática e ignoraban el mal trato al que se sometía a sus colegas; la falta de perspectiva y enfoque del

tema que protagonizaba sus intervenciones; y, la calidad mermada de las aportaciones que se ofrecían a los asistentes al faltar la mirada, experiencia y voz femeninas.

Desde ámbitos privados, hace años que se impulsan acciones contra este agravio que defienden la presencia femenina en distintos foros de conocimiento, investigación y decisión con **#NoSinMujeres**, **#DóndeEstánEllas**, **#SinMujeresNoVoy** o **#HablanTodoEllos** entre otros.

En el año en el que **nuestra anulación pública fue más pública que nunca**, creé el movimiento **#WayMujeres** con un eslogan claro, directo y contundente. Un movimiento con un claro **espíritu integrador, reivindicativo y proactivo**.

Proceso de creación de #WayMujeres

Sucedió en el aeropuerto Adolfo Suárez de Madrid, esperando

el avión que me devolvía a mi Galicia querida en pocas horas.

Buceando por las redes sociales comprobé, una vez más, la cantidad de carteles de eventos académicos, empresariales y políticos con exclusiva o masiva presencia masculina.

Llegaron a tratar temas del rol de la mujer, el embarazo y la maternidad o la dificultad de la conciliación familiar sin contar con las voces y las experiencias de las protagonistas de todas las situaciones que abordaban. Dolía ver cómo se nos anulaba públicamente, sin remordimientos ni tapujos.

Sin dudar, pensé en crear un movimiento con unas premisas claras en su denominación, bases de actuación y objetivo.

Como gallega orgullosa de mi tierra quería que el nombre incluyera la palabra **Camino**, representativa de Galicia y muy presente en mis palabras y mensajes. El Camino de Santiago es una de las principales rutas de peregrinación del mundo. Por supuesto, la palabra **MUJERES** debía estar presente. Somos el origen, medio y destino de todo.

En segundo lugar, quería que el nombre estuviera en dos idiomas, una palabra en español y otra en inglés. El español es la lengua que hablamos más de quinientos millones de personas, y el idioma en el que me comunico con todas las personas de mi **Latinoamérica querida**.

El inglés es global, y facilita la entrada de profesionales de todas las disciplinas y de todos los lugares del mundo. Es una invitación a la participación sin barreras geográficas, y un reconocimiento a todas las culturas.

Tras varios intentos y combinaciones posibles nació #WayMujeres. Camino en inglés, abierto a todas las personas que quieran acompañarnos, y Mujeres en español, el idioma en el que me comunico habitualmente.

Eslogan de #WayMujeres

Convencida del nombre elegido, faltaba crear un eslogan corto, poderoso y contundente. Con una consigna que incitara a la acción, sin dilación. Tras varias propuestas, y comprobaciones de su novedad y originalidad, nació **“Eventos sin mujeres asistentes”**.

Embarqué feliz, convencida de que nada más aterrizar en A Coruña, tomar mi coche y conducir hasta mi Lugo natal, me pondría manos a la obra con las bases del nuevo movimiento. Así fue.

Principios del movimiento #WayMujeres

#WayMujeres se asienta en 10 premisas de actuación.

1. Implicar a la sociedad en la equidad de género.
2. Ser un altavoz que deslegitima relaciones de dominación.
3. Concienciar a mujeres y hombre en la participación inclusiva.
4. Promover la empatía ante las desigualdades.
5. Favorecer entornos inclusivos y accesibles.
6. Reconocer el talento profesional.
7. Promocionar la cooperación.
8. Fomentar la diversidad de voces.
9. Poner en valor los matices de las palabras.
10. Sumar líderes.

Promoción en redes sociales

¡Tomemos el mando y cambiemos la historia! Fue la contundente invitación con la que di a conocer #WayMujeres en Twitter. Cientos de mujeres de la empresa, la salud, la política, el periodismo y el arte, entre otras disciplinas, y de distintas partes del mundo, se sumaron al movimiento.

La prensa digital también se hizo eco del nacimiento de una nueva voz digital que denunciaba las injusticias y abogaba por la presencia equitativa de profesionales en los distintos foros de actuación y promoción.

El periódico digital **Público**, que se define como valiente, vigilante y crítico, dedicó un artículo al movimiento con un completo resumen de sus objetivos y principios y un breve y preciso extracto de la entrevista que me realizaron:

“Mujeres y hombres estamos excelentemente formados en distintas disciplinas científicas, y hay grandes ponentes hombres y mujeres.

Esa es la clave que me mueve a potenciar la participación inclusiva en los eventos. Disfrutemos del valor que aportamos unos y otras, creciendo con el conocimiento ajeno y compartiendo el propio”.

El diario digital **InfoLibre**, que apuesta por el periodismo de calidad, se hizo eco del eslogan y lo adoptó como titular de un artículo en el que se critica el olvido de la mitad de la población y la dificultad de la mujer para acceder a espacios y centros de decisión públicos.

Una de las revistas de **El economista** citó el eslogan de #WayMujeres sin mención expresa a su ideóloga ni a las premisas que le describe.

¡SÚMATE AL MOVIMIENTO #WAYMUJERES!

Un movimiento promotor de cambios de forma y fondo.

Un movimiento en pro de la igualdad que visibiliza el talento, capacidades y habilidades de las mujeres.

Un movimiento que revela el liderazgo femenino.

Permíteme una recomendación final... ¡Escoge los eventos que lideras!



Mar Castro

Asesora internacional en Comunicación Ejecutiva y Marca Personal. Pionera en la investigación y difusión de la NETiqueta y la Oratoria Digital. Doctora en Comunicación. Entusiasta de la palabra.

EL MUNDO NECESITA MÁS CREADORES, NO MÁS SEGUIDORES

Si le pusiera un título al 2024 y a este momento de la historia de la humanidad es:

¡BRILLA!, y que no se nos ocurra hacer nada más que BRILLAR, porque (1) hemos venido a BRILLAR con luz propia y (2) estamos aquí para CREAR lo nuevo y para eso hay que dejar de seguir lo viejo y aprender a usar las energías femeninas y masculinas.

Ahora profundizaremos en ello.

*En la lista de Fortune 500, solo el 8.8% son mujeres líderes de esas compañías.

El mundo sigue liderado 82% por hombres.

De 10 emprendimientos femeninos, 8 fracasan en los primeros 5 años.

El mayor dolor de las mujeres es la falta de confianza en ellas mismas y falta de amor propio que hace acondicionarlas a nunca sentirse valoradas y suficientes.

*Fuente When Woman Leads Julia Boorstin

“El mundo necesita faros de esperanza, intuición e inteligencia emocional gestionada desde el lado femenino sin la sombra del “poder débil o de menor rango”.

El mundo está haciendo un equilibrio poco a poco, alejándose cada día más de aquel sistema patriarcal donde las mujeres no tenían ni voz ni voto.

No deberíamos hacer una lucha de géneros ni culpar a los hombres por las ventajas que tienen en puesto de trabajos y posiciones de liderazgo.

No se trata de culpar.

El desempoderamiento femenino no se trata únicamente de una supremacía masculina, se trata de la ausencia de energía femenina en puestos de influencia y el abuso de energía masculina en puestos de poder.

Quizás lo más sensato sea primero intentar analizar en que consiste la energía masculina y en qué la femenina, para que no confundamos las cosas y las mujeres aprendamos también a reconocer nuestra energía masculina y poder sin caer en los estereotipos que tanto se nos ha achacado cada vez que una mujer muestra carácter, juzgándola de “dominante”.

Estas energías son dos aspectos del uno, ellas no son opuestas o duales. Son dos caras de una energía.

Sin importar si eres hombre o mujer, todos tenemos energía femenina y masculina en nuestros cuerpos.

La energía femenina es CREADORA, es la inspiración detrás de la creación, que es misión de la masculina dar forma en la acción, la energía femenina es la flexibilidad que nutre a la energía masculina proporcionándole el ingrediente para que no se pierda en la rigidez y la excesiva resistencia que le conducirían a la fragilidad.

Es esencial que restauremos el equilibrio de las dos energías en todos los campos, para empoderar mujeres con marca personal auténticas, coherentes, creativas y diligentes, que respondan a una autoconfianza suprema y que les permita materializar su influencia basada en características como la cooperación, la compasión, la intuición, la reflexión y la inspiración.

Cuando la energía femenina y masculina está en equilibrio, la persona puede accesar sus verdaderos potenciales, ser coherente con su propósito, valores y propuesta de valor y manifestar, emprender, liderar o materializar sus más brillantes sueños.

Este mundo **necesita también desterrar de una vez por todas, los arcaicos arquetipos de “mujer dulce pero incapaz”, y “hombre fuerte pero insensible”.**

¿Qué representa la energía femenina en el personal branding y cómo impacta en el resurgir de un nuevo liderazgo basado menos en el ego y más en la consciencia del corazón?

1. La energía femenina, ya sea en hombres o mujeres, es una fuerza poderosa que nos conecta con nuestra intuición, determinación, creatividad y amor.

2. Representa la curación, la transformación y la magia que necesitamos para vivir una vida plena y satisfactoria.

3. Nos ayuda a abrazar nuestra vulnerabilidad.

“El poder de la vulnerabilidad crea relaciones auténticas, quien están contigo dejará de ser por conveniencia o apariencia, si no por quien en verdad eres y te valoran como tal.”

4. La energía femenina nos recuerda el valor de verdaderas relaciones saludables, del amor incondicional, de la autoexpresión honesta.

5. Nos da la capacidad de ser compasivos con nosotros mismos y con los demás.

6. Nos ayuda a entender que somos parte de algo mucho mayor, que estamos conectados y que el amor es la clave.

7. Nos recuerda que siempre hay magia si estamos dispuestos a mirar lo suficiente profundo.

8. Es esa parte nuestra que quiere unir y la encargada de conectar con nuestra espiritualidad.

Saber todo esto, nos ayuda a descubrir nuestros propios dones y habilidades y esto, puntualmente, nos empodera a transformar el mundo, a brillar y dejar nuestra marca personal en el mundo!



El Liderazgo Femenino necesita ser eso, más femenino.

La lucha por el reconocimiento, la libertad y la visibilidad de las mujeres, ha estado influenciada más por el abuso de la energía masculina que es acción, fuerza, supervivencia e instinto que por la energía femenina de la intuición, nutrición, colaboración y cooperación, puesta de límites saludables, toma de decisiones directas y claras, establecimiento de metas y gestión de emociones saludables.

¿Qué tal suena un liderazgo femenino con esas características?

Un nuevo liderazgo basado en la energía femenina creadora está emergiendo

Para una transformación no se necesitan líderes en el poder, se necesita líderes con el poder de transformar.

¿Te animas a marcar la diferencia?

Hay urgencia de mujeres líderes que dirijan a través de ejemplos, de tomar acciones importantes de cambio sin miedo a equivocarse y a mostrar su vulnerabilidad y humanidad.

Este es el nuevo liderazgo requerido. Uno que esté inundado de propósito, de creatividad, de auto-realización y conexión con la esencia que cada uno es y que a la vez, permita que otros hagan brillar su propia luz.

“Es muy evidente que ha llegado el momento en que los hombres tengan la valentía de atreverse por fin a sentir y nosotras el valor de acceder por fin a todo nuestro potencial, en toda su suave y firme plenitud femenina”

Esto, tanto hombres como mujeres solo lo podemos lograr tomando consciencia de la importancia de conseguirlo y con una total perseverancia y confianza en la increíble y poderosa inteligencia divina de nuestro corazón, que es quien siempre debe marcar el camino de nuestro destino.

¿Listos Para Brillar?



Yael Bern

MetaCoach, PNL Practitioner, TEDx Speaker
Marketera y Publicista en un mundo amenazado por la AI y que no pierde la esperanza de iluminar su humanidad



ROMPIENDO BARRERAS: MARCA PERSONAL Y LIDERAZGO FEMENINO EN EL SIGLO XXI

En el actual panorama empresarial, **la presencia de mujeres en puestos de liderazgo se ha convertido en un indicador clave de progreso y diversidad organizacional**. A pesar de los avances significativos en la inclusión y equidad de género, las mujeres aún enfrentan **desafíos únicos al escalar posiciones dentro de las corporaciones**.

Este artículo explora el papel crucial que juegan en empoderar a las mujeres para superar estos obstáculos, destacando las estrategias efectivas para potenciar su impacto y visibilidad en el ámbito profesional.

El panorama actual revela una paradoja: aunque el porcentaje de empresas a nivel global con al menos una mujer en posiciones de liderazgo ha crecido, la proporción de mujeres en cargos ejecutivos de alto nivel muestra un avance modesto.

Según el informe de Grant Thornton de 2023, a nivel mundial, el **32.4%** de los cargos de alta gestión son ocupados por mujeres, lo que representa un incremento marginal desde el año anterior.

Este ritmo lento de crecimiento sugiere que, de mantenerse, solo un **34%** de los cargos de liderazgo sénior estarán ocupados por mujeres en 2025.

Además, se destaca que ahora más mujeres ocupan las posiciones más altas que nunca antes, con un **28%** de los negocios de tamaño medio teniendo una CEO o directora general femenina, marcando un aumento significativo desde el **15%** en 2019.

La importancia de la diversidad en roles de liderazgo trasciende el simbolismo. Investigaciones han demostrado que las empresas con mayor representación femenina en sus juntas **superan a sus competidores en términos de rendimiento financiero y salud organizacional**.

Estos hallazgos refuerzan la necesidad estratégica de promover la equidad de género en la alta dirección.

El **“techo de cristal”** es una metáfora que describe las barreras invisibles que limitan el avance de las mujeres y otros grupos subrepresentados hacia los puestos de alta dirección dentro de las organizaciones, debido a prejuicios y estructuras organizacionales y culturales.

Sin embargo, las mujeres también enfrentan lo que se podría denominar un **“techo de cemento”**, que se refiere tanto a barreras internas como externas que dificultan su ascenso a roles de liderazgo.

Este concepto abarca desde la autoimagen hasta la percepción pública, destacando desafíos más arraigados como la falta de confianza en sí mismas y el miedo al juicio.

Mientras que el “techo de cristal” resalta las limitaciones impuestas por la sociedad y las organizaciones, el “techo de cemento” profundiza en las barreras psicológicas y emocionales que pueden restringir a las mujeres de alcanzar su pleno potencial de liderazgo.

Ambos conceptos juntos pintan un cuadro completo de los obstáculos multifacéticos que las mujeres deben superar para lograr la igualdad en el ámbito laboral.

En el complejo escenario profesional actual, donde las barreras tanto visibles como invisibles impactan el ascenso de las mujeres a posiciones de liderazgo, el personal branding se revela como una herramienta estratégica y transformadora.

La gestión de una marca personal fuerte y coherente no se limita únicamente a la auto-promoción; es un ejercicio profundo de autoconocimiento y posicionamiento estratégico que permite a las líderes destacar sus valores únicos, habilidades y la propuesta de valor que ofrecen.

Al desarrollar y potenciar una marca personal sólida, las mujeres tienen la oportunidad de narrar su propia historia profesional, definiendo cómo quieren ser percibidas en el mercado.

Esto va más allá de la simple presentación de logros y competencias; es una forma de comunicar una visión, una ética de trabajo y un conjunto de valores que resuenan con sus stakeholders y comunidades.

Al hacerlo, incrementando su visibilidad y credibilidad, sino que también se posicionan como figuras de autoridad y referencia en sus respectivos campos.

Más allá de estos beneficios, **el personal branding permite a las mujeres liderar por el ejemplo, desafiando y redefiniendo los estereotipos de género que tradicionalmente han limitado las oportunidades de liderazgo femenino.**

Al destacar y celebrar sus éxitos, desafíos superados y la singularidad de su trayectoria, las mujeres pueden inspirar a otras a perseguir sus ambiciones profesionales, contribuyendo así a la creación de un entorno más inclusivo y diverso.

Al enfrentarse a los llamados “techos de cristal” y “techos de cemento”, el personal branding empodera a las mujeres para que tomen control de su desarrollo profesional y rompan estas barreras desde dentro.

Al establecerse como expertas en sus áreas, generar confianza y

construir una red de apoyo sólida, pueden navegar y superar los desafíos estructurales y personales que enfrentan en su camino hacia el liderazgo.

La presencia ejecutiva, por su parte, **es la manifestación tangible de la marca personal en el ámbito profesional.** No se trata solo de cómo una líder se presenta visualmente, sino también de cómo comunica, interactúa y toma decisiones.

Las mujeres con una presencia ejecutiva fuerte son percibidas como auténticas, influyentes y seguras, cualidades que son esenciales para el liderazgo efectivo.

La sinergia entre personal branding y presencia ejecutiva **facilita a las mujeres el ocupar su "espacio reservado" con confianza y propósito, potenciando su visibilidad y posicionamiento en la organización.**

Para maximizar el impacto de estas estrategias, es crucial que las empresas promuevan un entorno que valore la diversidad y la inclusión no solo en teoría, sino en la práctica.

Esto implica ir más allá de simplemente tener mujeres en roles de liderazgo; requiere de un compromiso activo para asegurar que todas las voces sean escuchadas y valoradas por igual.

La inclusión efectiva empodera a las líderes femeninas para demostrar su valor y contribuir plenamente al éxito organizacional.

En conclusión, la combinación de personal branding y presencia ejecutiva ofrece a las mujeres una plataforma poderosa para superar los desafíos inherentes al liderazgo femenino.

Al cultivar estas habilidades y promover culturas organizacionales que respalden la equidad de género, las mujeres pueden dismantelar los techos de cemento y cristal que limitan su progreso, allanando el camino para una representación más equitativa y efectiva en la alta dirección.

Las empresas que reconocen y actúan sobre este imperativo no solo avanzan hacia una mayor justicia social, sino que también se posicionan para liderar en un mercado global cada vez más diverso y competitivo.



Ilana Berenholc

Especialista en presencia ejecutiva, imagen y comunicación





¡CUANDO RENDIRSE NO ES UNA OPCIÓN!

Quiero traer una parábola al comienzo de la conversación:

“Había un hombre que encontró un tesoro escondido en un campo, así que fue y vendió todo lo que tenía para comprar ese campo”.

El pasaje de arriba lo puedes encontrar en Mateo 13:44, en el libro más vendido y leído en el mundo, la Santa Biblia, y se refiere al Reino de Dios, y tiene mucho sentido para mí, puedo decir que encontré a través del Personal Branding una manera de ejercer mi propósito e impactar el propósito de muchas personas alrededor del mundo.

Traigo esta parábola al Personal Branding, porque cuando me topé con PB, dejé todo lo que estaba haciendo para dedicar mi vida, carrera y negocio a este área, sin un plan B, ¡y eso cambió mi vida por completo!

Pero no sólo la mía, y aquí es donde comienza la historia.

Empecé a trabajar a los 12 años en una panadería, soy de Blumenau, ciudad germánica del sur de Brasil, de adolescente comencé mi propio negocio, a los 15 ya tenía mi primera oficina de diseño gráfico, a los 20 ya había empezado a trabajar en mi propia tienda y monté una agencia de comunicación y marketing, me gradué en Relaciones Públicas y siempre he trabajado con Reputación e Imagen Corporativa, con Liderazgo y Negocios.

Siguiendo la parábola, también dice:

“que el Reino de Dios es como un hombre, un mercader, que busca buenas perlas; y cuando encuentra una perla de gran precio, fue y vendió todo lo que tenía, y la compró”.

[Mateo 13:45,46]

Encontré muchas perlas en Personal Branding a lo largo de 20 años de carrera y más de 30 países a los que hemos llegado a través de nuestras soluciones en 4 idiomas (portugués, inglés, español y francés), hemos logrado, además de casos de éxito, muchas amistades alrededor del mundo, además de conocer a muchas personas con talento profesional, no solo vemos mentes, sino muchos corazones, seres humanos increíbles con historias de vida dignas del cine.

Y estas personas confiaron en nosotros y la confianza lo es todo en los negocios (y en la vida).

Podría haber decidido posicionarme sólo en mi ciudad, o quizás en mi estado, quizás para ser conocido sólo en la región sur de mi país, pero algo más grande palpó dentro de mí desde pequeña y fue la interculturalidad.

“El Personal Branding puede ser para ti lo que haces con él.”

Puede ser un proceso, un producto o servicio en tu cartera, una opción de carrera, una habilidad, o un estilo de vida, que es en lo que se ha convertido para mí.

En 2015 lancé el MétodoYOU - una metodología reconocida internacionalmente para procesos de Marca Personal, con clientes en 24 países, comenzó sin pretensiones, solo conmigo, como una forma de poder ayudar a otros a alinear su identidad, imagen y reputación, en su posicionamiento y ayudar las personas a gestionar la marca personal a través de la claridad estratégica.

Pero no se detuvo conmigo. Dos años después, el primer franquiciado en Europa adoptó la metodología, se convirtió en socio, y más tarde en socio de vida y de negocios, un regalo que llegó a través del Personal Branding. Hoy contamos con consultores franquiciados en Europa, América y África utilizando la metodología y apalancando sus negocios, en 2025 se cumplirán 10 años de muchas historias y vidas compartidas.

“El liderazgo consiste en ver lo que pocos ven y atreverse a hacer lo que pocos se atreven. Un líder debe ser el primero en creer e invertir en la visión”.

En 2016 comencé otro proyecto, prácticamente todos los años lanzo un nuevo proyecto, todos 100% enfocados al mercado de PB y que a nivel empresarial han ido creciendo de manera sostenible.

PBEX Experience fue la plataforma, puedo decir, que me lanzó al mundo, conectándome y conectando a expertos de diversas culturas y áreas de actividad con el Personal Branding, muchas personas se conocieron (presencialmente u online) a través de la plataforma PBEX, evento que representa mucho de lo que creo: interculturalidad, conexiones auténticas, amistades y mucho escenario y backstage que aportan valor.

En 2023 ya celebramos la 7a.ed. y lo que más me llamó la atención, especialmente en esta edición histórica, fue la conexión generacional presente e integrada, representando líderes y entusiastas juntos compartiendo la visión; los que llegaron hace más tiempo y abrieron camino, los que recorren nuevos caminos y fortalecen bases establecidas y los que están llegando y entrando al mercado global del Personal Branding.

“La mejor estrategia es aquella en la que no piensas sólo en ti mismo, porque nuestra marca personal no tiene ningún significado sólo para nosotros, su objetivo es llegar y dejar huella a los demás.”

¿He pensado alguna vez en rendirme? ¿Que nunca?

Sin embargo, cada vez que pensaba en parar, Dios me envió un nuevo cliente, con un nuevo desafío y mis ojos se iluminaron al poder ayudarlo a lograrlo, y aquí estamos.

El 2019 fue otro año destacable, el mercado del Personal Branding ya comenzaba a mostrar un poco más de madurez, por eso lanzamos PB.Academy - Escola Ejecutiva Internacional do Personal Branding, fue otro nivel importante para nosotros, para el mercado y para el negocio.

A través de este proyecto pudimos influir en el mercado trayendo mejores prácticas, **es cuando enseñamos que más aprendemos**, ¿verdad? Una vez más, el proyecto partió con estudiantes de Europa y África, la interculturalidad siempre presente.

En los años siguientes, solo ganó fuerza y escala, recuerda: para liderar hay que ser el primero en tener la visión, creer e invertir para hacerlo realidad. En 2024 vamos al 8vo. clase, llegamos a 13 países con estudiantes desde EE. UU. hasta Japón.

Tus valores deben ser tus guías en tu vida y carrera, tú “por qué” debe ser claro, como es el dicho: **quien tiene un buen “por qué”, se enfrenta a cualquier “cómo”**. En tu camino conocerás personas que permanecerán contigo por un momento, otras por un período más largo y algunas para toda la vida.

El Personal Branding puede ser para ti lo que haces con él, para mí también es un puente entre pasado, presente y futuro, juventud y madurez, historia consolidada y expectativas de futuro.

¡No desista!



Daniela Viek

Expert Internacional en Personal Branding.



ROMPE EL SILENCIO: EMPIEZA A BRILLAR

“No destaques.”

“No llames la atención.”

“Lo bueno te lo tienen que ver y decir los demás, no tú.”

“Si dices que algo se te da bien, no eres humilde.”

“Si le das visibilidad a aquello que haces y que aporta beneficios a los demás, entonces la soberbia se ha apoderado de ti.”

“Si alguien tiene interés en ti, vendrá a buscarte.”

“Los demás deben encargarse de ver tu talento, tú no debes hacer nada para mostrarlo.”

Podría completar el espacio que tengo para este artículo señalando las construcciones mentales y las convenciones sociales que juegan absolutamente en contra de liderar tu carrera profesional y trabajar en tu propia estrategia de personal branding.

Talento son acciones y no buenas intenciones, me gusta decir. Y, lo cierto es que las acciones, los comportamientos, lo que somos capaces de poner en marcha, **no tiene género**.

Pero sería muy necio negar el impacto que la estructura social y el pensamiento colectivo tienen sobre la persona que pone en marcha su talento. Y la persona, obviamente, sí tiene género.

Y sí, como a mí, te ha tocado la enorme bendición de ser mujer, habrás descubierto ya que el punto de partida no es especialmente favorable para todo lo que tiene que ver con la identificación y puesta en valor de tu talento, para la comunicación y visibilidad de nuestra propuesta de valor y, ni te cuento, para llevar a cabo la venta y generar el modelo de negocio asociado para lograrlo.

Encuentro estas dificultades en la práctica diaria de mi profesión tanto en hombres como en mujeres, pero la forma de superarlos en unos y en otras es maravillosamente diversa. Ni peor ni mejor, diversa.

Si te dejas llevar por la inercia y la convención social, pierdes. No lo puedo resumir más. Si solo tienes que quedar con una frase de este artículo, que sea esto.

¿Tiene influencia el contexto social y cultural en nuestras posibilidades de brillar con nuestro desarrollo profesional? Sí.

¿Ejercen un peso considerable sobre nuestro desempeño las construcciones psicológicas que llenan de estereotipos la forma esperada en la que debemos comportarnos? Sí.

¿Tienes que esperar a que vengan de fuera a solucionártelo? No. Aquí y ahora ya no.

Cuando me veo tomando aviones de un sitio a otro de España (y también del mundo), durmiendo en tantísimos hoteles, cuando estoy exhausta,





insegura y nostálgica por estar tanto tiempo fuera de mi casa, pienso en ellas. En todas las mujerazas que se la jugaron (literalmente) en el pasado y en todas las mujerazas que se la juegan (literalmente) en el presente para que yo pueda libremente hacer eso.

Se merecen que su ingente esfuerzo sirva para algo. Por lo pronto, para que yo me pase los estereotipos que aún pesan sobre mí, solo por el hecho de ser mujer, por debajo de los tacones enormes que me pongo para acallar las bocas de los y las que me dicen que para qué los quiero con lo alta que soy.

Se merecen que alce mi voz, que dé un paso al frente y le diga al mundo: aquí estoy. Vengo a devolverte todo lo que me has dado.

Todo el conocimiento que tengo la gran fortuna de disfrutar, toda la experiencia profesional que he tenido la oportunidad de atesorar, todas mis actitudes desarrolladas e impulsadas por tantos para escuchar, para entender, para impulsar... **tómalas, aquí están.**

Te las entrego. Se las doy al mundo. A las personas que, por el motivo que sea, las necesiten y a aquellas a las que les sea útil. Se las doy con alegría, con ilusión, con esperanza de que les haga bien. Como ahora mismo te estoy dando a ti estas palabras.

Cuando dudo, cuando fuera me hacen dudar, cuando mis creencias viejas, epigenéticas y profundamente instauradas me pesan, pienso en los demás.

Nuestra mente no puede estar atenta a la vez a muchas cosas. Yo hace muchos años que me he propuesto no prestar ni un mínimo de atención a las voces que me dicen que no es posible para mí, que no soy capaz, que eso no es para mí (por ser mujer o por cualquier otra razón), o que ya voy tarde.

Aparecen, claro que me aparecen, como a ti. Pero no las quiero. Yo no soy eso, y el contexto en el que hoy pongo en acción mi talento tampoco. Y, entre todos, podemos continuar eliminando su ruido.

Lleva tu vista a los demás. A los que necesitan de aquello que tú tienes. Y, sobre todo, de la forma única en la que tú se lo puedes dar. Y centra toda tu energía, toda tu mente y toda tu tú en entregárselo.

En el camino escucharás atenuarse el sonido de sus estereotipos. Si podías, ya lo has hecho. Si lo conseguirás, solo queda volver a hacerlo muchas veces más.

Y escucharás, de una forma cada vez más nítida, las voces alegres e ilusionadas de las y los que ya han pasado por ese camino. Te estamos esperando. Ojalá vengas.

Ojalá te conviertas en la suma de las personas a las que ayudas a brillar. Porque, la realidad es que ya lo eres. Solo necesitas creértelo un poco más, confiar en los demás y dejarte ser.



Elena Arnáiz Ecker

Social Media Manager especializada en comunicación digital, dinamizar y fidelizar comunidades virtuales desde la esencia de la marca. Como es adentro es afuera.



EL NUEVO AUTOCAUIDADO FEMENINO: PERSONAL BRANDING

Últimamente se habla del empoderamiento de la mujer y se envían algunos mensajes que pueden confundirnos. Nos dicen que podemos con todo, que todo lo podemos conseguir, que todo lo podemos hacer bien en los distintos ámbitos de nuestra vida, que somos como diosas. Y así estamos en ocasiones: con la lengua fuera, estresadas, ansiosas, agotadas, intentando llegar perfectas a todo y con un nivel de auto-exigencia que roza los límites de lo saludable.

Aprovecho este artículo para poner freno a determinadas ideas que se lanzan y para destacar el importante **papel del Personal Branding**, no solo como un recurso para tomar las riendas de nuestro **desarrollo profesional** (que eso ya lo sabemos), sino también como una herramienta potente para el **AUTOCAUIDADO femenino**.

Porque gestionar tu Marca Personal te sirve para que los demás te conozcan, te aprecien y quieran colaborar contigo.

Pero, por encima de cualquier cosa, trabajar tu Marca Personal es un ejercicio para conocerte, reconocerte, respetarte, valorarte, elegirte y quererte tú la primera.

8 aspectos del Personal Branding que te ayudan a cuidarte

1. SEGURIDAD

El proceso empieza por el **autoconocimiento**. Saber cuáles son tus **fortalezas** y abrazarlas aumenta tu confianza. Definir tus **valores** más importantes te sirve para tomar decisiones y caminar con más determinación.

2. MOTIVACIÓN

Otro paso decisivo es marcarte **objetivos que te ilusionen**, en línea con tus puntos fuertes y lo que te gusta. Dedicarte a una actividad se te da bien y con la que disfrutas es tenerte en cuenta y respetarte. Te hace levantarte cada mañana con ánimo y ganas.

3.- ALEGRÍA

El Personal Branding persigue que cada persona se saque el mejor partido, **aportando** algo rico y valioso a su entorno. Sentir que **contribuyes a la sociedad** de forma útil te proporciona una gran satisfacción.

4.- LIBERACIÓN

La **comunicación** es una parte fundamental. Comunicar tu verdadera **identidad**, tu **esencia**, mostrando una coherencia entre lo que eres y lo que haces, contribuye a tu bienestar integral.

5.- ARMONÍA

Al crear la **estrategia** y el **plan de acción** de tu marca personal, te interesa mantener un **equilibrio** entre las distintas facetas de tu vida, entre **lo personal** y **lo profesional**. Conviene que las áreas relevantes para ti vayan de la mano y convivan en paz. Esto te permite dedicar tiempo a tareas laborales que te apasionan, pero también a otros asuntos enriquecedores, como el ejercicio físico, el ocio o los encuentros con personas que te llenan.

6.- AUTOESTIMA

Cuando te conoces y tienes claro lo que quieres, es más fácil **poner límites**. En un mundo interconectado y demandante, aprender a decir no y **priorizar tus necesidades**, es esencial para preservar el autocuidado. La marca personal te ofrece las herramientas para comunicar esos límites de manera clara, respetuosa y asertiva.

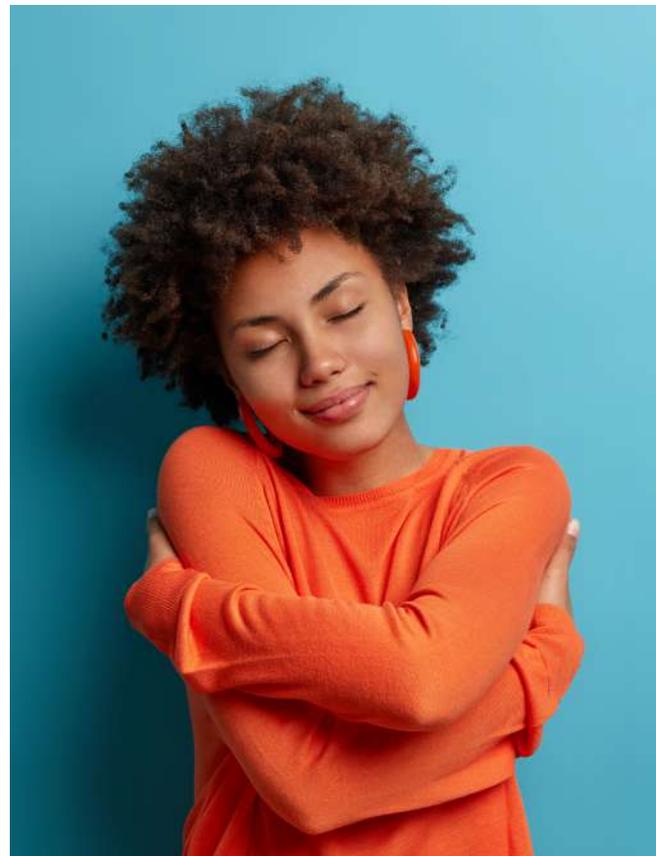
7.- COMPAÑÍA

Una tarea primordial en la gestión de tu marca es el **networking**. Crear y mantener relaciones de calidad, contar con una **red de apoyo sólida**, es muy beneficioso para tu salud emocional y mental.

8.- CRECIMIENTO

El Personal Branding promueve la **formación continua**. La búsqueda constante de **aprendizaje** fortalece tu marca personal y mejora tu vida. El compromiso con tu crecimiento alimenta tu sentido de propósito y logro, cruciales para el cuidado propio y la felicidad general.

Con estos argumentos te invito a que, a partir de ahora, veas el Personal Branding como un recurso para cumplir sueños profesionales y, además, como un **precioso regalo que te haces a ti misma para sentirte bien**. ¡Eso sí es empoderamiento de la mujer!



Alicia Ro

Comunicadora especializada en técnicas para Hablar en Vídeo, en Público y Personal Branding.



DE CÓMO CONSTRUIR TUS PROPIAS REGLAS PARA VIVIR DE TU PROPÓSITO.

Hace no mucho pasé un fin de semana en casa de mis padres.

Me llevé a mi niña de 4 meses y estuvimos solas las tres de viernes a lunes: mi abuela, mi hija y yo. 3 mujeres de 3 generaciones diferentes.

Sin duda un fin de semana muy diferente a los más habituales, en los que me paso horas revisando el trabajo de los alumnos de mis mentorías, leyendo y pensando en nuevos temas para desarrollar en las próximas newsletters.



Durante esos tres días intercambié mi rol de guía de otros (sobre todo de mujeres) por el de cuidadora de dos mujeres con las que soy feliz simplemente estando a su lado.

Entré en la antigua habitación de mi hermano cuando era pequeño y mis ojos enseguida se fueron a los libros que mis padres guardan desde hace años de nuestra etapa en la universidad.

Me pregunté cómo es que después de estudiar Ciencia Política había recalado en el marketing y, desde hace más de 4 años, en el mundo de la estrategia y posicionamiento de marcas personales.

En un primer momento dudé si había alguna relación o no entre dos mundos aparentemente tan distantes. **¿Será que también yo soy el resultado de una gran reinversión profesional?** Puede.

El caso es que de todos cogí 3 de los libros que recordaba haber disfrutado más y los ojeé mientras mi bebé dormía. Abrirlos y pasar las hojas fue como hacer un viaje en el tiempo.

Un manual de sociología, “El arte de la seducción” y “Voters or consumers” que leí estando de erasmus en Suecia. Y de pronto entendí que todo estaba 100% relacionado. **Dedicarme a ayudar a otros a vender enseñándoles a utilizar su marca personal como instrumento para conectar desde lo más profundo me pareció el camino más obvio y natural para mí.**

Todos esos libros se centran en **cómo nos comportamos, desde dónde comunicamos, quiénes somos, cómo somos y cómo elegimos.**

Todas las piezas encajaban, y quizá por eso nunca he visto mi camino como una sucesión de reinversiones hasta llegar a lo que hoy es mi profesión, sino que simplemente había sido el resultado de una evolución natural.

Pero es cierto que a la “carrera” de la marca personal se puede llegar desde muchos otros puntos. De hecho, puedo decirte que después de haber mentorizado a un buen puñado de mentoras de marca personal, apenas en dos o tres casos he encontrado similitudes o puntos en común con mi propia trayectoria. Con lo cual parece evidente que **existen múltiples vías para convertirse en especialista en gestión de marca personal.**

Y de ahí también los diferentes enfoques con el que cada una de nosotras nos acercamos, exploramos y explotamos el personal branding. Una diversidad que nos enriquece y ayuda a diferenciarnos.

Como la de muchas otras compañeras de sector a las que admiro y sigo, **mi historia no es más que una historia de autoliderazgo y de pasos hacia adelante para afrontar cada cambio profesional en nuevas oportunidades** que han ido fortaleciendo mi desarrollo profesional y por supuesto, mi marca personal.

Construir mis propias reglas del juego me ha servido para poder dedicarme al propósito con el que me siento realizada y para el que, sin



Mariam Veiga

Mentora de negocio para emprendedores y especialista en crecimiento y diversificación de negocios unipersonales. Experta en gestión de marca personal, LinkedIn y social selling. Docente y speaker



PERSONAL BRANDING Y LIDERAZGO FEMENINO

EN EL ÁFRICA CONTEMPORÁNEA
DESAFÍOS, ESTRATEGIAS Y OPORTUNIDADES



Marca Personal y Liderazgo Femenino en el África Contemporánea: Desafíos, Estrategias y Oportunidades

Hombres y mujeres tienen roles distintos de acuerdo con la sociedad en la que están, como resultado de la cultura y de los hábitos y costumbres de ese contexto.

El género, femenino o masculino, es un fenómeno socio espacial que influye en los roles sociales de género y, obviamente, en la identidad femenina y profesional de las mujeres líderes, respondiendo a la pregunta: ¿quién soy yo y qué hago?

En el contexto africano, tradicionalmente en sociedades patriarcales, las mujeres enfrentan desafíos, desde la educación que tiende a enseñarles a no querer ocupar los espacios públicos hasta los roles y expectativas sociales que las limitan a competir solo con base en la belleza; tienen que ser “perfectas” y hacer lo que está bien a los ojos de la sociedad.

En mi país, Mozambique, los hombres han ocupado el espacio público y cargos de liderazgo por más tiempo que las mujeres, por lo que, la forma en que las mujeres lideran está influenciada por sus creencias y experiencias de los hombres que habitan aquí.

Siendo que, el liderazgo femenino está igualmente influenciado por los mismos factores socioculturales, políticos e históricos.

Recientemente, ha surgido una nueva generación de mujeres líderes que está emergiendo, que desafía estas normas, enfrenta el perfeccionismo, vence el síndrome del impostor y asume roles y cargos de liderazgo en la sociedad y en el trabajo.

Están rompiendo barreras y moldeando un futuro de equidad y oportunidades. En este contexto, el Personal Branding surge como una herramienta esencial para impulsar su liderazgo, trayendo más autenticidad e impacto en la vida y en el trabajo.

En la consultoría de Personal Branding en la que trabajo, el autoconocimiento y el desarrollo personal, la comunicación estratégica y visibilidad, el networking y el capital relacional, y aún más la autogestión, el 80% de mis clientes son mujeres y de estas, el 60% son líderes o están preparándose para ocupar cargos de liderazgo.

La experiencia muestra que el liderazgo va más allá del cargo que se ocupa. Es fruto de la postura de protagonismo, del coraje de defender tus convicciones y la disposición de abrir caminos para que otros exploren su potencial.

Por eso, liderar, en este contexto, es una forma de ser y de estar en la vida, que exige audacia para experimentar, crear y actuar, incluso frente al miedo. Para no tener que pedir disculpas por ser quien eres.

Dentro del universo del Personal Branding, identifico dos grupos de mujeres líderes: aquellas que trabajan directamente con el tema, llevando el conocimiento y la experiencia a sus clientes, y aquellas que, ocupando cargos de liderazgo, utilizan el Personal Branding como aliado para su desarrollo personal y profesional.

En África lusófona, por ejemplo, observo un creciente número

de mujeres visionarias que invierten en certificaciones internacionales en Personal Branding, consolidándose como pioneras en esta área y también hay una mayor demanda por parte de las mujeres líderes.

Explorar los puntos fuertes para alcanzar resultados extraordinarios

Aunque las mujeres líderes enfrentan desafíos significativos, que las obligan a negociar su identidad con el cargo que ocupan.

En una sesión, una cliente mencionó que estaba preocupada por el feedback de su informe de diagnóstico de Marca Personal, ya que algunas personas decían que era muy mimada y no sería capaz de gestionar a todos esos señores en su equipo, y además, ella era pequeña.

Este es uno de esos comentarios clásicos que revelan dónde estamos y qué piensa la gente sobre quién puede o no ocupar cargos de liderazgo, olvidando que un líder no lidera por género ni por aptitud física, sino por aptitud intelectual.

En este caso, el Personal Branding entra como una herramienta para aportar claridad y confianza, permitiendo que estas líderes aumenten su autoconciencia, aclaren su visión y propósito para luego explorar mejor sus puntos fuertes, con el objetivo de mejorar el rendimiento personal y de sus equipos y liderados.

Las mujeres líderes en África que abrazan el Personal Branding no solo moldean sus propias identidades, sino que también influyen positivamente en sus comunidades y organizaciones.

Al explorar sus puntos fuertes con confianza y asumir sus roles protagonistas, estas mujeres allanan el camino para un liderazgo consciente, inclusivo, colaborativo y transformador.

En este momento crucial de la historia, es fundamental reconocer el poder de las mujeres líderes y apoyarlas en sus trayectorias de crecimiento e impacto. El verdadero cambio comienza con la autenticidad de cada individuo y la valentía de posicionarse como agente de transformación.

Es hora de celebrar la diversidad y la fuerza de las mujeres líderes africanas para la creación de un futuro de equidad y de oportunidad para todos.



**Lizete
Manguenze**

Pionera en Personal Branding en Mozambique. Antropóloga diplomada en Comunicación y Marketing. Posee doble certificación internacional en Personal Branding Ejecutivo y Branding Digital, en Brasil y en los Estados Unidos.



LIDERAZGO FEMENINO: BENDITA REBELDÍA

Muchas veces se ha considerado que la rebeldía es un acto negativo pues está asociada al desorden, caos, desobediencia. Sin embargo, considero que hay un tipo de rebeldía que si es positiva y es aquella que se presenta como una rebelión para **cambiar de camino**. Si es la que te empuja e impulsa a lograr metas, te impone retos para los cuales te vas preparando y los convierte en desafíos de los cuales te sentirás orgullosa, ¡bendita rebeldía!

Con el paso del tiempo nos vamos dando cuenta de que no todos los caminos profesionales son rectos y muchas veces nos desviamos del objetivo intentando experimentar, o porque atravesamos por un valle de dudas cuestionándonos si estamos en el espacio donde podremos destacar, es humano y mucho más real para muchas mujeres que ante la inexistencia de modelos femeninos puedan sentirse intimidadas porque a veces no es claro que y como hacer, al final no siempre es fácil ser el primero al que le lluevan dardos.

Hacer cambios radicales requiere de esa dosis de rebeldía que cuestione al status quo, que nos saque de nuestra comodidad, y que casi siempre viene acompañada de **felicidad por haber encontrado el propósito**.

Hace poco más de dos décadas el despido vino a mi encuentro de forma inesperada y de esa ingrata experiencia encontré mi verdadero camino. El de **gestionar la marca** personal de otras personas, empezando por la propia. No era una actividad conocida, se pensaba que servía principalmente para encontrar otro trabajo y se entendía más como un concepto de aprender a venderse y no de que otros compren tu experiencia asociada a un beneficio de largo plazo, como es ser un referente.

En ese momento decidí que trabajaría para que otras personas, principalmente mujeres no pasaran por esa situación y si se enfrentaban a ese momento tuvieran claro que no se trata de falta de capacidad sino de circunstancias que a veces no están bajo nuestro control. Lo que si depende de nosotros es descubrir ese espacio en el cual se puede brillar, delinearlo y convertirlo en una forma de vida.

Por ello es por lo que la principal acción que define a **un líder es la de tomar control** de su propia vida, desde las decisiones personales hasta la de crear su destino profesional, sortear obstáculos, seguir en el camino así se tenga que recorrer los mismos pasos más de una vez para estar seguro de que se está avanzando en la dirección correcta.

Comparto 5 C's que me han acompañado en este viaje: **Coraje, convicción, compromiso, comunicación y comunidad**. Coraje para tomar decisiones, convicción para mantenerte en el camino en cuanto lo encuentres, compromiso de entregar información de valor, comunicación para establecer canales e informar a tu entorno, y comunidad porque no debemos caminar en solitario ni en silencio, más que por nosotras es por todas aquellas personas que también necesitan ser escuchadas y para las cuales podemos ser su voz.

Y todos estos son los valores sobre los cuales se sostiene nuestra marca. Te invito a que elijas con los que te sientas más cómoda, será uno de los ejes donde descansaran tus decisiones.

Como en toda actividad en la vida, se puede optar por dos caminos: el de espectador o de actor. Elige ser actor porque será la mayor representación de tu vida.



Rocío Ames

Estratega de Marca Personal e Imagen Profesional

Máster en coaching directivo, y especialista en Personal branding, presencia ejecutiva y networking. Cuenta con experiencia de más de 25 años en marketing de consumo masivo y servicios en empresas transnacionales y nacionales.



SUPERA LA INCOMODIDAD: PROMOCIONA TU MARCA PERSONAL

En la actualidad, el liderazgo femenino se ha convertido en un tema de gran relevancia en el ámbito empresarial y social. Cada vez más mujeres están asumiendo roles de liderazgo y dejando su huella en diferentes sectores. Sin embargo, para destacar y alcanzar el éxito en un mundo altamente competitivo, es fundamental contar con una sólida estrategia de marca personal.

Olvídate de la idea de marca personal asociada a una presencia constante, y muchas veces falsa, en las redes sociales, fotos o logos bonitos. Se trata de destilar tu singularidad: talentos, fortalezas, pasión, experiencias, metas, misión y estilo de liderazgo, para construir una marca sólida, imbatible, auténtica e impresionante que refleje quién eres.

Muchas mujeres se sienten incómodas con la autopromoción y prefieren hacer bien su trabajo y esperar que el reconocimiento llegue. Si eres una de ellas, **tengo una mala y una buena noticia...** La mala es que esa actitud te pone en desventaja. Hace que sea menos probable que asciendas en la empresa, te aumenten tu sueldo, o que establezcas una marca personal reconocible. La buena noticia es que hay muchas formas de promocionarte a ti y a tus conocimientos, algunas de las cuales te pueden resultar más fáciles si no te sientes cómoda hablando de ti misma.

Te dejo 3 ejemplos prácticos:

Convértete en líder de pensamiento: En realidad esto no es nada más que compartir tus conocimientos a través de artículos, opiniones públicas o debates en eventos de tu sector.

¡Simplemente demuestra lo que sabes y el valor que traes a tu empresa o a quien pueda aplicar el conocimiento que compartes!

Mentorea a otras mujeres: Comparte tu experiencia y visión a través de un liderazgo empático, compartiendo tus perspectivas y aprendizajes personales.

Lo puedes hacer individualmente o a través de un grupo profesional de mujeres. Esto empodera a otras mujeres y fortalece tu marca personal, evidenciando tus valores e inspirando a quienes te rodean. Acuérdate de que **siempre hay alguien que está un paso detrás del tuyo**, sea en tu empresa o en el sector donde actúas.

Construye confianza paso a paso: La confianza es la moneda del éxito y cada interacción profesional es una oportunidad para incrementar tu credibilidad.

Fomenta la confianza entre colegas, clientes y socios. En tu carrera profesional, generar confianza es esencial para romper las barreras de género y disipar los estereotipos que pueden obstaculizar su progreso. Sé coherente, confiable y cumple siempre tus compromisos y no te olvides de ser consistente en tu mensaje y comportamiento.



Al abrazar el personal branding para trabajar tu marca personal, puedes desbloquear todo tu potencial, desafiar estereotipos de género, destacarte en tus campos y atraer oportunidades alineadas con tus pasiones y valores, sea escalando puestos corporativos o liderando compañías.

Construir una marca sólida requiere tiempo y esfuerzo, pero cada paso te acerca más a representarte con toda tu autenticidad y potencia, inspirando a otras a hacer lo mismo, ¡por lo que el momento para empezar es YA!



Nelson Emilio

Estratega de marca personal y liderazgo con más de 20 años de experiencia internacional, especializado en desarrollar la marca de líderes en el ámbito corporativo.

MUJERES TRANSFORMANDO NEGOCIOS: LA FUERZA DEL PERSONAL BRANDING EN EL LIDERAZGO FEMENINO.

El ascenso de mujeres líderes en muchos sectores está resaltando la importancia del desarrollo de la marca personal en los entornos corporativos y empresariales. El ascenso de líderes femeninas enriquece las organizaciones al inspirar y motivar a otras personas, mejorando la dinámica y la eficiencia de los equipos y creando un ambiente de trabajo más inclusivo y acogedor. Un enfoque único de gestión y comunicación distingue la marca personal femenina, agregando valor a los negocios.

Las mujeres líderes son reconocidas por sus competencias excepcionales en la construcción de relaciones interpersonales sólidas, en la promoción de la colaboración y en el abordaje de desafíos con una perspectiva holística e integrada. Este enfoque no solo fortalece la identidad y la influencia de la marca personal femenina en el lugar de trabajo, sino que también contribuye a una cultura organizacional más armoniosa e innovadora.

Sin embargo, vemos que la participación femenina en liderazgos de empresas y otros cargos en Brasil, aunque sea pequeña, ha ido aumentando de 2019 a 2022, según el estudio Panorama Mujeres 2023 realizado por el Grupo Talenses y Insper, "... solo el 17% de los cargos de presidencia de las empresas son ocupados por mujeres, en una proyección de la muestra en el Panorama Mujeres 2023 para el mercado brasileño...". Esto es un avance, pero todavía es muy poco en mi opinión.

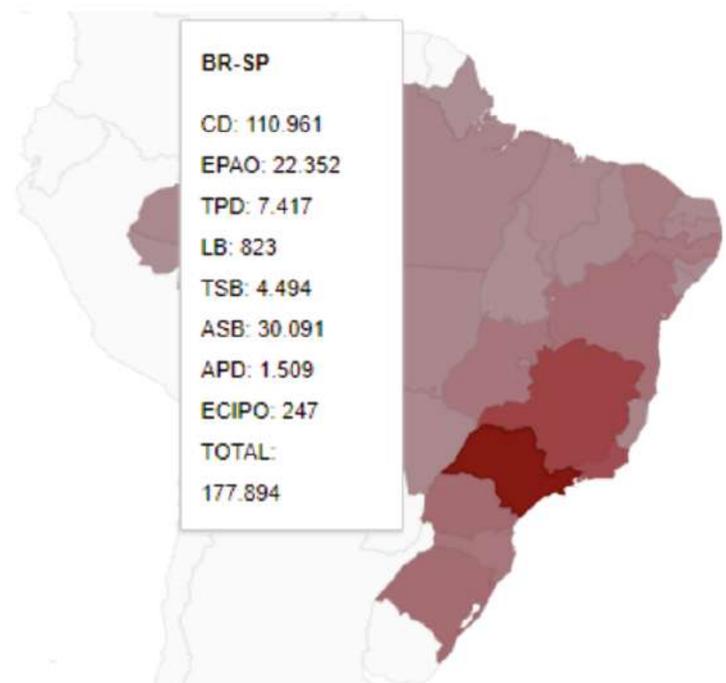
En este contexto, he sido buscado por diversas mujeres, desde empresarias del agronegocio, periodistas, ejecutivas, médicas, dentistas, veterinarias, psicólogas, profesionales de marketing digital con la necesidad de un trabajo de posicionamiento estratégico de marca personal, debido a los objetivos que poseen como profesionales y a los obstáculos que encuentran.

Con esto, he vivido los beneficios de cómo el desarrollo de una estrategia de marca personal asertiva puede ayudar en estas conquistas. Un caso que comparto aquí es el de mi esposa, dentista/odontopediatría y en él podemos ver la importancia y el impacto del proceso de Personal Branding en la vida de un profesional. Quiero dejar claro que no es por una cuestión de dar notoriedad a ella en este artículo, ya que no es necesario, sino porque sabía que sería un excelente caso, dado que ella no poseía entendimiento de la importancia de las estrategias de branding personal y también por saber que estaba en un momento de reposicionamiento de su marca personal.

Contextualizando el escenario:

Hoy en día, la Odontología cuenta con más de 381.277 cirujanos dentistas en todo Brasil, según datos extraídos del sitio web del Consejo Federal de Odontología (CFO), siendo que solo en São Paulo, existen 111.451 profesionales activos, según datos obtenidos en el sitio web del propio [Consejo Federal de Odontología](#).

Además de esta gran competencia de mercado, mi esposa tenía 30 años de práctica, atendiendo durante este período tanto a pacientes privados como a convenios odontológicos, que últimamente dejaron de ser un buen negocio, remunerando muy mal por cada atención/procedimiento realizado. También estaba en transición a su nuevo consultorio, logrado tras años de esfuerzo.





Después de que ella pasara por el proceso de desarrollo de marca personal, ver los conceptos, conectarse al mundo del branding, pasar por todos los pasos (ejercicios) e ir del autoconocimiento a la construcción de su marca personal, percibimos el camino a seguir y que realmente tendría sentido para ella y la posicionaría en el mercado.

El proceso de desarrollo de marca personal le trajo claridad; no solo de sus diferencias y puntos positivos, sino también de quién era exactamente su público objetivo ideal y cómo comunicarse con él. El mensaje transmitido necesitaba estar alineado con su identidad, su posicionamiento, entre otros temas que componen la plataforma de la marca.

En su estrategia quedó claro la necesidad de discontinuar la atención a los convenios (planes de salud) y quedarse solo con clientes privados, pero se desarrolló un proceso de retención de los clientes de convenio para que se convirtieran en clientes privados. Su tono de voz único fue adecuado para cada tipo de cliente, desde aquel que quería resolver su problema, hasta aquel que deseaba saber cómo sería resuelto, qué se utilizaría, la calidad de los productos y lógicamente el valor a invertir en el tratamiento.

Todo el guion fue creado sin que la profesional perdiera su esencia, es decir, no creamos un personaje o una persona para ella, pero identificamos una característica muy fuerte como diferencial que era exactamente la consistencia de sus colocaciones, conocimiento de los procesos y los impactos que ocurrirían en caso de no ser realizados, además de su calma y seguridad al hablar, lo que generaba credibilidad y confianza al paciente/cliente.

Todo este proceso se materializó en el rebranding de la marca personal, desarrollo de todo el material institucional del consultorio, en la forma de abordaje telefónico de su secretaria y principalmente en el trabajo de la arquitecta contratada para el desarrollo del diseño del nuevo consultorio.

Puedes ver en mi canal de YouTube el video con mi narrativa para entender mejor el paso a paso, integración y alineación de la marca personal, escaneando el QR CODE abajo o accediendo al enlace:

<https://youtu.be/UZntifCHq4E>

Este proceso no solo reposicionó la marca personal de ella en el mercado, sino que también le permitió conquistar más clientes, teniendo un valor percibido mucho mayor, ampliando su reputación, convirtiéndose en referencia en su área de actuación, atrayendo clientes que anteriormente no vendrían, incluyendo del extranjero y otros estados de Brasil y generando una invitación para participar como profesional invitada en una asociación odontológica en São Paulo en un curso de relevancia en el área de ortopedia funcional de los maxilares, una de las especializaciones que posee junto con la odontopediatría...

Sus resultados han hecho que ella sea inspiración para otras profesionales de su área y también para empresarias y emprendedoras que comprendieron la importancia de trabajar sus marcas personales estratégicamente para posicionarse y destacarse en sus mercados y cargos.



Paulo Moreti

Publicista, Gestor de Marcas Personales, Coach, socio de Element Publicidad, Master en NeuroMarketing, Posgraduado en Branding, certificaciones en Perfil Comportamental, Inteligencia Emocional, Microexpresiones, profesor invitado en instituciones educativas en Brasil y EE. UU., autor y coautor de 5 libros.

REPUTACIÓN ES ... EMPODERAMIENTO FEMENINO Y BRANDING PERSONAL:

CONSTRUYENDO UNA REPUTACIÓN SÓLIDA Y DIFERENCIADA

El año 2024 es un año de oportunidades y desafíos para las mujeres profesionales. Por un lado, la pandemia de COVID-19 ha impulsado la transformación digital, la flexibilidad laboral, la innovación y la colaboración.

Por otro lado, la agenda 2030 de desarrollo sostenible ha enfatizado la igualdad de género, la educación, la salud, el medio ambiente y la paz. Sin embargo, todavía persisten las brechas y los obstáculos que limitan el empoderamiento y el liderazgo de las mujeres.

¿Qué es el empoderamiento femenino?

Se reconoce como la capacidad de las mujeres para tomar decisiones, ejercer su autonomía, acceder a oportunidades y recursos, y participar activamente en la sociedad. **¿Qué es el liderazgo femenino?** De entre muchas definiciones se le identifica como la capacidad de las mujeres para influir, inspirar y transformar su entorno, desde una visión ética, estratégica y diferencial.

¿Qué papel juega el branding personal en el empoderamiento y el liderazgo femenino?

El branding personal es el proceso de gestión de la marca personal, es decir, el conjunto de atributos, valores, habilidades, experiencias y logros que diferencian y posicionan a las mujeres en el entorno.

El branding personal permite comunicar quiénes son, qué hacen, cómo lo hacen y por qué lo hacen, generando confianza, credibilidad y reputación.

El branding personal es una herramienta estratégica y poderosa para las mujeres de empresas, que les permite construir y gestionar una reputación sólida y diferenciada, que les ayude a alcanzar sus metas profesionales y personales, y que les empodere para liderar el cambio y la transformación que el mundo necesita, porque hace posible a las mujeres:

1. Definir su propósito y su propuesta de valor.

Es decir, **explorar un proceso de autoconocimiento, en el que las mujeres identifican sus fortalezas, sus pasiones, sus objetivos y su aportación al mundo.**

2. Comunicar su marca personal con autenticidad y coherencia. Se refiere al proceso de comunicación, en el que las mujeres transmiten su marca personal a través de diferentes canales y medios, tanto online como offline, siendo siempre fieles a sí mismas y a sus valores.

3. Crear una red de contactos y alianzas.

Esto implica un proceso de networking, en el que crean y mantienen **una red de contactos y alianzas, tanto profesionales como personales, que les aportan valor, apoyo, oportunidades y referencias.**

4. Desarrollar su talento y su aprendizaje continuo. Es decir, acciones a través de las cuales las mujeres potencian su talento y su aprendizaje continuo, adquiriendo nuevas competencias, conocimientos y habilidades.



Para construir una reputación de liderazgo y estrategia en un año lleno de retos, las mujeres profesionales están tomando en cuenta las siguientes claves:

■ SER LÍDERES CON PROPÓSITO.

El propósito es el motor que impulsa el branding personal, y también el factor que genera confianza, lealtad y compromiso entre los públicos de interés.

■ SER LÍDERES CON ESTRATEGIA.

La estrategia es el mapa que orienta el branding personal, y el factor que genera eficacia, eficiencia y mejora continua.

■ SER LÍDERES CON DIFERENCIA.

La diferencia es el sello que distingue el branding personal, y todo aquello que genera atracción, reconocimiento y oportunidad.



Mtro. Raúl González Romero

Comunicador Corporativo enfocado en líderes y equipos de alta dirección.

■ CONCLUSIONES

En este año de desafíos y oportunidades para las mujeres profesionales, el branding personal se constituye como la clave del empoderamiento y liderazgo femenino.

Es el vehículo que les permite comunicar su valor único, construir redes sólidas y destacarse en un mundo en constante cambio. Con propósito, estrategia y autenticidad, las mujeres están dejando una marca indeleble en el camino hacia la igualdad de género y la transformación global.

Referencias:

Foro Económico Mundial. (2021). Global Gender Gap Report 2021. <https://www.weforum.org/reports/global-gender-gap-report-2021>

Chan, G. (2024, enero 4). How leaders can build unique personal brands in 2024. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/goldiechan/2024/01/04/how-leaders-can-build-unique-personal-brands-in-2024/?sh=1f9240921754>

Arruda, W. (2023, diciembre 19). 8 personal branding trends for 2024 - your blueprint for career success. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/williamarruda/2023/12/19/8-personal-branding-trends-for-2024-your-blueprint-for-career-success/?sh=19f33a562cb9>

Thinkers360. (2023, diciembre 31). Thinkers360 predictions series: 2024 predictions for personal branding. <https://www.thinkers360.com/thinkers360-predictions-series-2024-predictions-for-personal-branding/>

MUJER

TÚ ERES DIFERENTE.

¡LIDERA Y MARCA DESDE AHÍ!

El concepto “liderazgo femenino” viene marcado a fuego -y en algún caso, literalmente- desde el origen de la humanidad, aunque solo haya sido puesto en valor desde hace relativamente poco tiempo. Demasiadas y muy poderosas han sido las presiones de toda índole y magnitud para evitarlo, que, además, siguen incidiendo hoy; no me detendré a detallarlas.

Pero ellas, con enorme esfuerzo y justísimo mérito, han ido labrando caminos y conquistando territorios que a mi juicio, y sin desdorarnos como sus partners en la ruta, **les colocan COMO MÍNIMO a la par de los hombres, y en muchos casos, a la cabeza de los procesos que juntos desarrollamos, guiándonos con efectividad hacia la materialización de los propósitos comunes.**

Es absurdo que en pleno siglo XXI aún necesitemos escribir estas cosas; y sería hasta irracional hacerlo, si no fuera, porque no hacerlo nos condena como sociedad, y aún como especie, **al castigo colectivo que significa privarnos de la inmensa virtud femenina en el ejercicio del liderazgo.**

Y necesitamos muchas más mujeres al frente de todo, y por supuesto, de todos.

Dice Martí: “**No es que falte a la mujer capacidad alguna de las que posee el hombre, sino que su naturaleza fina y sensible le señala quehaceres más difíciles y superiores**” (Obras Completas, Tomo 11, p. 135).

¿El liderazgo, por ejemplo? ¡Claro que sí!

Pero ellas (todas ellas, no solo las que faltan) deben terminar de asumir que **no necesitan ser empujadas de forma alguna al sitial preeminente que les toca, no por “derecho”, sino por ESENCIA y DIFERENCIA.**

Que no requieren discursos ni regulaciones de “igualdad”, porque no son iguales a los hombres: gracias a Dios, son **MUY DIFERENTES.**

Tales esfuerzos “equiparadores” tienden a igualarnos, siendo ellas tan distintas a nosotros en formas y magnitudes tales que deberían servirnos de ejemplo. **Y esa diferencia suya nos salva a todos.**

En mi opinión, y con base en lo que observo a diario desde hace décadas en mis ejercicios profesionales y sociales, uno de los mayores errores que muchas mujeres han cometido y siguen cometiendo es **aspirar a liderar como los hombres, asumiendo de facto la supuesta superioridad del liderazgo masculino y asumiéndose como sus “naturales” seguidoras y soportes.**

Y esto, además de limitarlas y restarles espacios a ellas, “empodera más” a los varones, al sentirse apoyados y dizque legitimados como “los verdaderos, genuinos y merecidos líderes”

PERO ELLAS
NECESITAN
ASUMIRSE Y OBRAR EN
TODO ESPACIO COMO
LO QUE SON:
LAS
VERDADERAS Y
GENUINAS LÍDERES
DE LA
HUMANIDAD. PORQUE
NO
SERÍAMOS, NI
SOMOS, NI
SEREMOS SIN
USTEDES.

Siendo entonces mucho más difícil y escabroso el trayecto evolutivo y competitivo para las organizaciones y las sociedades, al privarse de la luz, la visión, la sensibilidad, el olfato, el tacto, la autoridad, la energía, la combinación armónica entre emocionalidad y racionalidad, y las diversas inteligencias que una mujer puede derramar sobre el grupo en el ejercicio del liderazgo.

La huella multitemática que deja en su entorno una mujer que lidera en sus propios términos (de persona y de género), es única, identificable, reconocible y naturalmente diferente a cualquier otra, sea femenina o masculina; porque curiosamente, por razones que no procede analizar aquí, ellas tienden a buscar diferenciarse de sus congéneres mucho más que nosotros, que tendemos más a imitarnos unos a otros.

Y la marca personal en que todo ello la convierte, resulta tanto más poderosa cuanto mayor sea la influencia de su diferencia; pero solo podrá marcar e influir a su entorno como debe, desde la consciencia de SER DIFERENTE, de no necesitar “igualamientos”, y de que ESA DIFERENCIA SUYA es un atributo posicionador, desarrollador y competitivo con un enorme impacto potencial. Simplemente, debe trabajar para convertirlo en real, y darlo a conocer de cuanta forma sea posible.

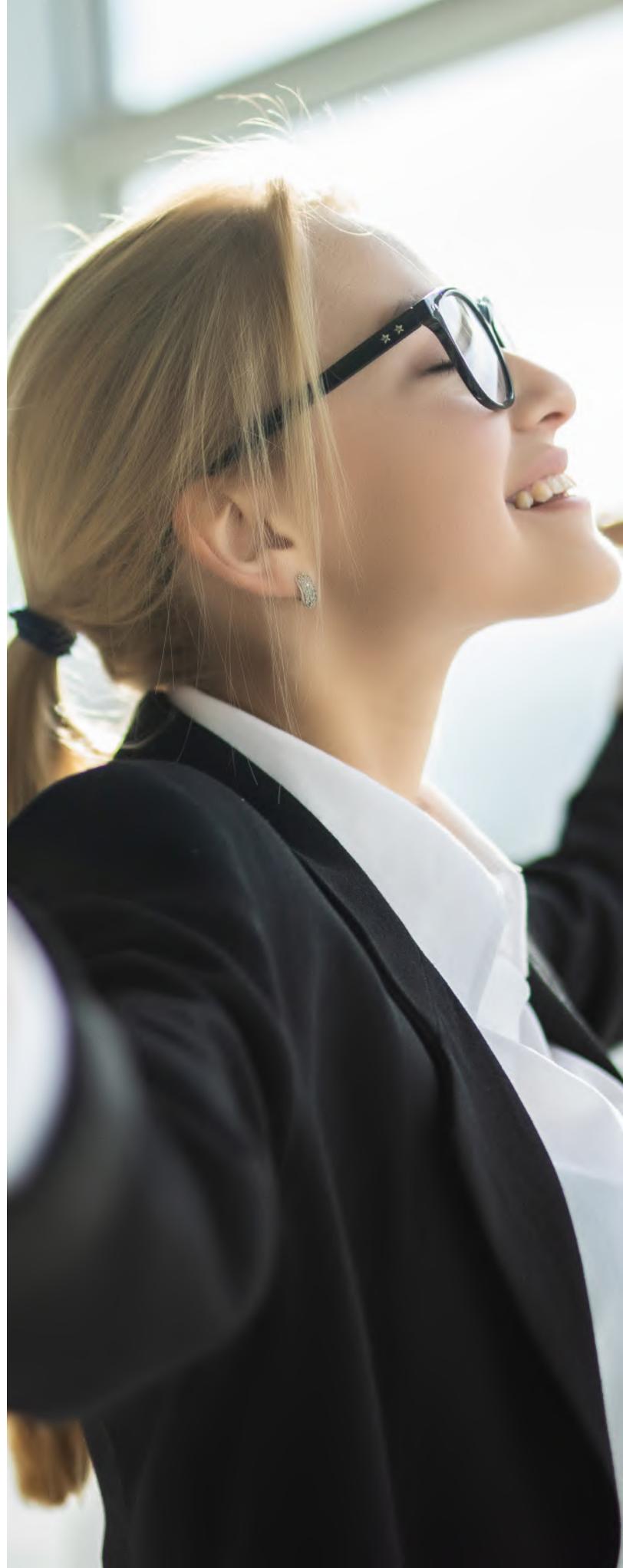
Entonces, MUJER, marca TU diferencia y lidera desde ahí. No necesitas que “te hagamos el favor” de abrirte un espacio que es tuyo por esencia. Simplemente, sal de esa esquina, pon tu marca en la mesa a la vista de todos, ocupa el centro que sabes te pertenece, y condúcenos al logro como solo tú puedes hacerlo.

Feliz Día Internacional de la MUJER. Te espero en el próximo número de la revista, para seguirte ayudando a marcar TU diferencia.



Prof. Vladimir Estrada

Académico. PhD. Mentor profesional internacional. Consultor y mentor de personal branding. Conferencista internacional. Escritor. Blogger académico.



MARCA ACADÉMICA FEMENINA: UN SIGNO DE LOS TIEMPOS



El título de la famosa balada de Harry Styles “**Sign of the times**” (hermosa e interesante pieza que evoca diferentes signos de estos tiempos), viene muy a tono con mi tema de hoy. Dice el artista, comentando su obra: “It’s a time when it’s very easy to feel incredibly sad about a lot of things. It’s also nice sometimes to remember that while there’s a lot of bad stuff, there’s also a lot of amazing people doing amazing things in the world” (**Songfacts**, S/F).

Rescato aquí, como uno de los ejemplos positivos aludidos por Styles en la segunda parte de la cita anterior, **todo lo hermoso y desarrollador que vienen haciendo las mujeres que trabajan en las Universidades en todo el mundo**: combinando y armonizando su accionar en procesos investigativos, docentes, extensionistas, intervencionistas, innovadores y de liderazgo académico, produciendo material intelectual y científico de excelente calidad como resultado de sus actividades, conduciendo con efectividad la preparación de las futuras generaciones de profesionales en todas las áreas del conocimiento, y generando grandes y diversos desarrollos a nivel organizacional, comunitario y social.

Igualmente, continúan abriendo espacios para integrar a cada vez más mujeres, especialmente jóvenes, en ámbitos del conocimiento tradicionalmente dominados por hombres; ; ejemplo de lo cual -aunque no el único- son **los agrupados bajo las siglas STEM** (ciencias, tecnología, ingeniería y matemáticas), donde cada vez más de ellas se integran, crecen, aportan valor de utilidad social, y reciben el merecido reconocimiento por ello, aunque como lo demuestran las cifras y los análisis, **aún falta mucho para que sea suficiente**. Porque como bien afirma la UNESCO, “las mujeres necesitan la ciencia y la ciencia necesita a las mujeres” (Azoulay, 2024). Hay que seguir librando esa batalla.

En todo esto se viene potenciando la influencia femenina expresada en su liderazgo, y generándose **una marca académica de doble nivel y múltiple impacto: la de CADA MUJER** de la academia dejando huella en su microentorno de incidencia, y la de **LAS MUJERES** de la academia marcando a la sociedad a través del desempeño y el valor aportado por cada una y por todas ellas, gracias a lo cual se van transformando para bien (y muchas veces, **disruptiendo para mejor**) cada vez más esferas de la sociedad.

Esa marca académica femenina, signo de los tiempos que corren, es, al mismo tiempo, causa y efecto: motiva que cada vez más, nuevas mujeres se integren a los procesos de desarrollo, y colorea los mismos de una impronta desarrolladora diferente que jamás tendrían sin ellas y su contribución.

Lo cual, obviamente, deviene causa de nuevas incorporaciones, que a su vez, incorporan nuevas improntas... y así sucesivamente, en una magnífica espiral virtuosa cuyo único defecto es que aún no está tan extendida como debiera. También hay que seguir librando esa batalla.

Sin embargo, en este tema debo destacar también lo negativo abarcado por la primera parte de la cita de Styles: continúan vivas en muchos sitios -y en algunos, creciendo- las lamentables y retrógradas resistencias masculinas al avance y la representatividad de las mujeres en la academia.

Abundan estadísticas que lo demuestran, así como ejemplos recientes de lo obligadas que ellas están a pensar y expresarse “de ciertas maneras, y no de otras”, en función de la corrección política y de la asunción de determinados modelos y paradigmas definidos históricamente por hombres (y dejo esto absolutamente al margen de cualquier matiz ideológico/geopolítico, que no es mi objetivo aquí ni hace parte de mis temas habituales).

Y solo una gestión efectiva de la marca académica femenina por parte de todas y cada una de ellas, podrá abrir definitivamente la brecha necesaria (aquí, espacio) para romper la brecha existente (aquí, distancia) en cuanto al protagonismo de los procesos desarrolladores de la academia, tanto dentro de ella como en lo atinente a su influencia desarrolladora que debe ejercer hacia TODO su entorno; o sea, hacia TODA la sociedad.

Las mujeres deben seguir marcando positivamente al mundo desde la Universidad, como un creciente y cada vez más fuerte signo de los tiempos que corren.

Por mi parte, en varias ocasiones he sido dirigido por mujeres durante mis 30 años de ejercicio como académico universitario; y debo decir con toda claridad que no hay ninguna diferencia significativa entre la calidad del liderazgo que ellas me han ofrecido (no olvidemos que liderar es un servicio), y la del que he recibido por la mayor parte de los varones que han dirigido los equipos en que he laborado, exceptuando un único caso que para mí es el paradigma del líder académico (mi mentor eterno Frank Rabaza); y no por su condición masculina, sino por sus méritos como líder.

Uno de los cuales, por cierto, fue el enorme respeto, la tremenda valoración y la plena igualdad de oportunidades que SIEMPRE ofreció, por bien ganado, a nuestra única compañera de trabajo académico.

También en eso me ha influido, y también por eso su marca es eterna; como lo son las de muchas de mis compañeras y colegas de academia, a las cuales rindo mi sincero homenaje en el inminente Día Internacional de la Mujer.



Prof. Vladimir Estrada

Académico. PhD. Mentor profesional internacional. Consultor y mentor de personal branding. Conferencista internacional. Escritor. Blogger académico.

LIDERAZGO FEMENINO EN EL DEPORTE

El liderazgo, en su esencia más pura, no es sobre títulos, poder o incluso sobre dirigir a otros hacia un objetivo común.

Es sobre la capacidad de ver el potencial ilimitado, dentro de uno mismo y en las personas que nos rodean.

Esta forma de liderazgo tiene un crecimiento actualmente, que va de la mano con el crecimiento del liderazgo femenino en cualquier industria, pero vamos a enfocarnos en el liderazgo femenino en el deporte.

Hoy, las mujeres están liderando desde el frente, desafiando estereotipos, rompiendo récords y, lo más importante, redefiniendo qué significa ser una líder en el mundo deportivo.

ASPECTOS IMPORTANTES:

Innovación: Su enfoque no se limita a ganar juegos; se trata de cambiar la cultura, de hacer del deporte un espacio más inclusivo y empoderador para todos.

Resiliencia: Frente a la adversidad, las líderes femeninas han demostrado una y otra vez que la determinación y la perseverancia son claves para superar cualquier obstáculo.

Empatía: En el deporte, esto se traduce en equipos más unidos, donde cada miembro se siente valorado y motivado para dar lo mejor de sí.



Alan Urbina

Alan Urbina Soft Skills Trainer
Co-fundador & CMO de Integra Personal Branding.
Fundador de Fitia Sports

ÁREAS DE OPORTUNIDAD:

Visibilidad: A pesar de los avances, aún hay un largo camino por recorrer en términos de visibilidad para las mujeres en posiciones de liderazgo dentro del deporte. Medios de comunicación, patrocinios y plataformas de alto perfil deben hacer más para destacar los logros y las historias de estas líderes.

Acceso a Roles de Alta Dirección: Las barreras sistémicas aún limitan el acceso de las mujeres a roles de alta dirección en el deporte. Es crucial seguir abogando por políticas y prácticas que promuevan la igualdad de oportunidades en todos los niveles.

Te recomiendo que sigas a mujeres líderes como Gbemisola Abudu, Nita Ambani, Jana Bernhard y Jeanie Buss no solo están liderando con el ejemplo, si no que también están creando oportunidades para que otras mujeres brillen tanto dentro como fuera del campo de juego.



SOÑAR CON UN MUNDO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES.



Ser hijo de madre soltera en una época donde las oportunidades para las mujeres eran limitadas me marcó profundamente. Hoy, como padre de una niña de 7 años, anhelo un mundo donde ella pueda desarrollar su talento y alcanzar sus sueños sin ninguna barrera.

No puedo predecir el futuro; sin embargo, espero que cuando mi hija se integre al mundo laboral, lo haga no solo por pasión, sino también con las mismas oportunidades que cualquier ser humano.

Si bien la equidad de género aún está lejos de ser una realidad, especialmente en el ámbito laboral, las mujeres han demostrado su capacidad para liderar con éxito, aportando una visión única al mundo empresarial.

Cada vez más escuchamos de una mujer que ha alcanzado un logro a niveles directivos.

En nuestro estudio de retratos corporativos, hemos presenciado un aumento significativo de mujeres como clientas, muchas de ellas con cargos directivos.

Cada vez son más las mujeres que buscan construir una marca personal sólida. Ellas comprenden que trabajar en su marca personal es crucial para alcanzar sus objetivos profesionales.

Esta herramienta, no exclusiva de las mujeres, permite comunicar valores, demostrar profesionalismo y aumentar la visibilidad ante las empresas.

Que las mujeres sean mayoría entre mis clientes me llena de esperanza para el futuro de mi hija. Saber que el ámbito laboral se abre para ellas nos impulsa a seguir trabajando por un futuro más equitativo e inclusivo.

Mi equipo y yo, en nuestro estudio, estamos muy comprometidos a apoyar a todas las personas, especialmente a las mujeres líderes y emprendedoras, en su camino hacia el éxito.

Sabemos que juntos, podemos construir un mundo donde las oportunidades sean iguales para todos, especialmente para las mujeres, que seguirán inspirando y transformando el futuro con su talento y liderazgo.



Carlos Estrada

Mi nombre es Carlos Estrada y estoy en una relación formal, con la fotografía. Me dedico a ayudar a Directivos a tener fotografías corporativas que les ayuden a comunicar su profesionalismo y potencial.



VERDADERAS LÍDERES: MAS ALLA DE LOS TITULOS Y ESTATUS

■ CONTEXTO ACTUAL

¿Cualquiera puede ser líder? Todos podemos ser quienes nos propongamos, si nos capacitamos y ponemos a ello. Desarrollar habilidades como: asertividad en la comunicación, visión estratégica y logro de objetivos, gestión de talentos, resolución de conflictos, resiliencia y empatía...

¡Pero! A mi modo de ver no hay liderazgo sin autoliderazgo. Sin ese trabajo interior, constante y coherente que nos lleva a conocernos, gestionarnos, motivarnos y responsabilizarnos de nuestro propio desarrollo personal y profesional, para estar en capacidad de liderar a otras personas.

■ ¿QUIÉN TE HA DEJADO UNA HUELLA POSITIVA?

Seguramente encontrarás en tu familia, amistades o entorno mujeres que han sabido liderar personas, ser ejemplo y ayudarlas ser mejores.

Pienso en mi abuela materna, sin estudios, que crio sola a 9 hijos y luego asumió los 7 de su hermano pequeño cuando quedó viudo.

Yendo al plano profesional, cuántas maestras o profesoras, enfermeras o médicas, periodistas, abogadas, comerciales, ejecutivas, jefes, directivas...

Aquí tienes a Nancy Vázquez, experta en marca personal y liderazgo femenino, CEO de la primera agencia de Personal Branding en Latinoamérica y creadora de esta Revista, pionera también en la región.

¿Quién te aporta? Mira a tu alrededor. O mejor: mira al espejo.

■ ¿QUÉ TIENEN EN COMÚN LAS VERDADERAS LÍDERES?

Soy muy fan de libros, documentales y series biográficas. También de las charlas TED. Siempre aprendo de historias reales y me inspiran.

Si tuviera que hacer una lista de cualidades que destacan en las Verdaderas Líderes sería:

- Creen en ellas y en lo que pueden aportar a otros.
- Son valientes y superan sus propios miedos o, al menos, no se paralizan por ellos.
- Son únicas y diferentes, no se invisibilizan en las masas ni en tendencias.
- Saben cuándo y a quién pedir ayuda.
- Se forman y se mantienen profesionalmente actualizadas.
- Ayudan a su equipo o a las personas de las que están a cargo, a ser mejores y
- Aprenden de las críticas y a poner límites cuando no son sanas o justas.
- Se comunican bien y escuchan, piden feedback con asertividad.
- Tienen mentalidad de crecimiento y de mejora continua, sin obsesionarse.
- Ante las adversidades, son generosas y solidarias (incluso con ellas mismas).
- Agradecen y reconocen lo que los demás aportan.

Como ves, el liderazgo tiene muy poca relación con el estatus, los títulos y la posición económica. Tiene mucho de autenticidad, de empatía, aprendizaje continuo, buena comunicación y generosidad.

No tenemos que ser Ada Lovelace, primera programadora de ordenadores. Ni Marie Curie, primera mujer ganadora de un premio Nobel y distinguida dos veces con este galardón (Física en 1903 y Química en 1911). O Rosalind Franklin, que contribuyó de forma decisiva al descubrimiento de la estructura de doble hélice del ADN, por cuya investigación otros dos científicos ganaron el Nobel de Medicina en 1962.

Como ves, el liderazgo tiene muy poca relación con el estatus, los títulos y la posición económica. Tiene mucho de autenticidad, de empatía, aprendizaje continuo, buena comunicación y generosidad.

No tenemos que ser Ada Lovelace, primera programadora de ordenadores. Ni Marie Curie, primera mujer ganadora de un premio Nobel y distinguida dos veces con este galardón (Física en 1903 y Química en 1911). O Rosalind Franklin, que contribuyó de forma decisiva al descubrimiento de la estructura de doble hélice del ADN, por cuya investigación otros dos científicos ganaron el Nobel de Medicina en 1962.

Para ser líderes tampoco tenemos que serlo al estilo de famosas, como las escritoras Virginia Woolf y Simone de Beauvoir, la política Clara Campoamor ni Rosa Parks, fundadora del movimiento por los derechos civiles en Estados Unidos. Todas luchadoras por la igualdad de derechos fundamentales.

Ni ser presidentas de países o de grandes empresas. No, no es necesario.

Basta con que seamos genuinamente nosotras, con nuestros mejores dones y talentos puestos a disposición de hacer mejores nuestros entornos: familiares, laborales, empresariales o ciudadanos.

Por ejemplo, conocí a Yana en enero de 2021 en una formación sobre ventas. En estos tres años se divorció, dejó la empresa familiar y siguió formándose profesionalmente. Para el momento en que me leas, habrá dado su testimonio, ante 4.000 personas en un evento de esa Escuela de Negocios, de cómo decidió liderar su propia vida.

Mi pregunta para ti es entonces: ¿lideras tu vida? ¿Ayudas a otros a liderar las suyas? ¿Cómo?



**Francis
García
Cedeño**

Social Media Manager especializada en comunicación digital, dinamizar y fidelizar comunidades virtuales desde la esencia de la marca. Como es adentro es afuera.

TU PODER PERSONAL: UN LIDERAZGO QUE INSPIRA Y REVOLUCIONA EL MUNDO

En un mundo que se enfrenta a desafíos sin precedentes, el concepto de poder personal emerge como una fuerza transformadora capaz de inspirar cambios significativos y sostenibles. Este poder no deriva de títulos o posiciones, sino de la **capacidad innata de cada persona para influir, motivar y liderar a través del ejemplo**, especialmente en el caso de las mujeres que, se han convertido en verdaderas pioneras del cambio y la resiliencia.

Particularmente en el ámbito femenino, **la marca personal se convierte en la expresión máxima del poder personal**. Las mujeres, al forjar marcas personales fuertes y distintivas, no solo narran sus propias historias de resiliencia y éxito, sino que también se establecen como pioneras de cambio, inspirando a otros a seguir sus pasos.

La esencia de una marca personal efectiva yace en su capacidad para comunicar valores, pasiones y propósitos de manera coherente y genuina, conectando con otros a un nivel emocional y humano.

En este sentido, el factor personal es la base sobre la cual se construye todo liderazgo influyente. Al centrarse en el desarrollo de una marca personal sólida, las líderes pueden amplificar su impacto, extendiendo su influencia desde el ámbito personal hasta el global.

El proceso de descubrir y cultivar una marca personal invita a una profunda introspección y autoconocimiento, permitiendo a las personas no solo entender sus propias motivaciones y objetivos, sino también cómo estos resuenan con los demás. En el caso de las mujeres líderes, esto implica una valiente exploración de su identidad y capacidades, así como un compromiso con vivir y liderar de manera auténtica.

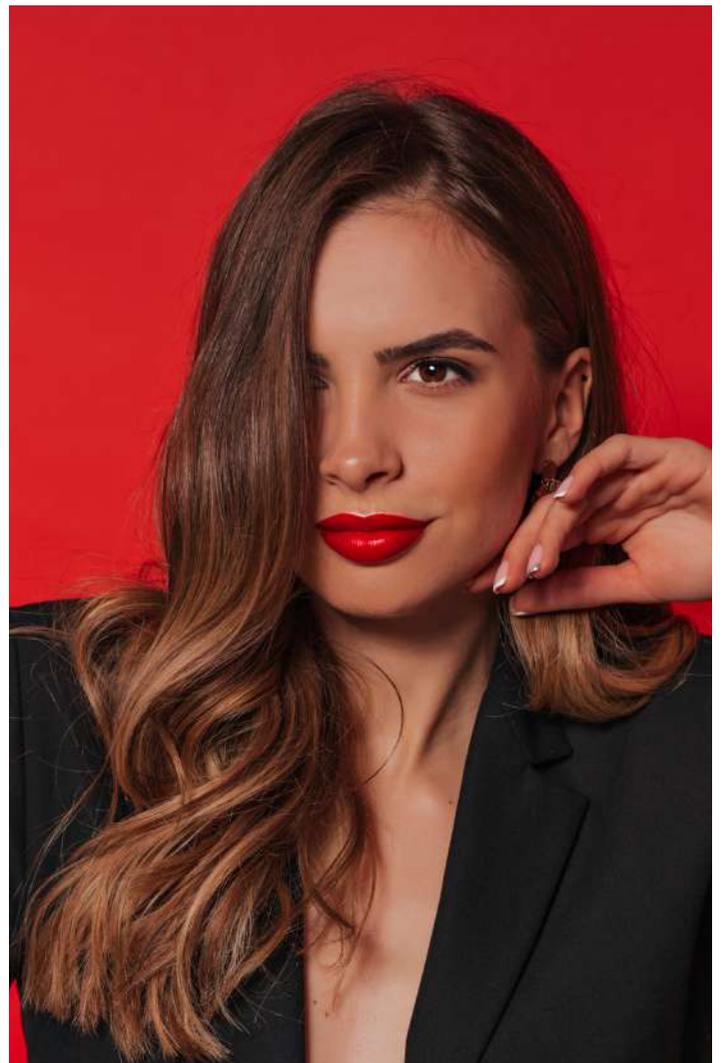
Por lo tanto, **el poder de la marca personal radica en su capacidad para servir como un puente entre el liderazgo individual y el cambio colectivo**.

Al enfocarse en la autenticidad, la resiliencia y la capacidad de inspirar, las marcas personales no solo elevan las trayectorias profesionales de quienes las poseen, sino que también motivan a otros a buscar su propia voz y camino en el mundo. En última instancia, **una marca personal fuerte y definida es un testimonio del poder de un liderazgo que es verdaderamente personal, profundamente humano y universalmente transformador**.

Las mujeres, al ejercer su poder personal, se convierten en arquitectas de un futuro más inclusivo y equitativo, donde el liderazgo se mide no por la acumulación de poder, sino por la capacidad de empoderar a otros.

El poder personal es una invitación a reconsiderar nuestras nociones de influencia y autoridad.

Nos desafía a preguntarnos cómo podemos, utilizar nuestras experiencias, voces y acciones para influir en el cambio. En última instancia, nos recuerda que el liderazgo más efectivo y duradero comienza con el compromiso de ser fieles a nosotros mismos y valientes en nuestra búsqueda de un mundo mejor.



| MUJERES LIBRES

Las mujeres libres han demostrado que el poder personal es fundamental para romper las cadenas de las restricciones sociales y culturales.

Su lucha por la emancipación y la autonomía es un testimonio del impacto que el liderazgo individual puede tener en el colectivo.

Al ejercer su poder personal, estas mujeres no solo han logrado cambios significativos en sus propias vidas, sino que también han abierto caminos para que otras las sigan, estableciendo nuevos paradigmas.

| MUJERES SIN MIEDO

Del mismo modo, las mujeres sin miedo son aquellas que, enfrentándose a desafíos y adversidades, **han optado por liderar con valentía y determinación. Su poder personal se manifiesta en la capacidad de enfrentar el miedo y convertirlo en una fuerza motriz para la acción.**

Estas mujeres son catalizadoras del cambio, impulsando avances en todos los ámbitos de la sociedad y demostrando que el liderazgo efectivo se fundamenta en la resiliencia y la capacidad de inspirar a otros a superar sus propias barreras.

| EL IMPACTO GLOBAL DEL PODER PERSONAL

Cuando el poder personal se ejerce de manera consciente y dirigida, tiene el potencial de inspirar y revolucionar el mundo.

Este tipo de liderazgo se basa en la influencia positiva, la claridad de objetivos y, sobre todo, en una profunda humanidad. **Al adoptar un enfoque de liderazgo consciente, somos capaces de tomar las riendas de nuestra vida, establecer una dirección clara y alcanzar nuestras metas, inspirando a su vez a aquellos a nuestro alrededor a hacer lo mismo.**

| LA ESENCIA DEL PODER PERSONAL

El poder personal radica en el reconocimiento y la aceptación de nuestra propia capacidad para efectuar cambios. Se basa en la confianza en uno mismo, la autoconciencia y la autenticidad. Este tipo de liderazgo trasciende el ámbito personal para influir positivamente en nuestras familias, amistades, lugares de trabajo y, en última instancia, en la sociedad en su conjunto. Al liderar desde un lugar de poder personal, nos convertimos en una fuente de inspiración para aquellos que nos rodean, demostrando que el cambio verdadero comienza dentro de nosotros.

| EL PERSONAL BRANDING: UNA HERRAMIENTA DE TRANSFORMACIÓN

El personal branding para las mujeres se ha convertido en una herramienta clave para el empoderamiento y la diferenciación individual. No es solo una estrategia, sino que permite lograr una expresión poderosa de su identidad, valores y visión. Al profundizar en el desarrollo de marcas personales auténticas, las mujeres pueden ejercer una influencia más amplia y significativa, tanto en su entorno inmediato como a escala global.

El personal branding se revela como un vehículo poderoso para el cambio colectivo y la innovación.

Al posicionarse como líderes en sus campos, ganar visibilidad o comunicar su poder personal, las mujeres con marcas personales fuertes pueden influir en las agendas de discusión, promover iniciativas de cambio y contribuir a la conformación de políticas y prácticas más inclusivas y equitativas.

En este sentido, el personal branding trasciende el ámbito personal y profesional para convertirse en una herramienta de liderazgo social, capaz de movilizar recursos, personas e ideas hacia objetivos comunes de progreso y bienestar.

Inspírate y encuentra tu poder con estas TED Talks

[El dilema de la simpatía para las líderes femeninas](#)

[Este ícono del tenis abrió el camino para las mujeres en los deportes.](#)

[Cómo amarte a ti mismo hasta lo más profundo](#)

[Mi fuerte derrame cerebral de lucidez](#)

[Mujeres: La mayor reserva de talento sin explotar del mundo](#)

[El poder de las mujeres](#)



Nancy Vázquez

Personal Branding Strategist
Co-fundador y CEO de Integra Personal Branding

W

WOMEN FOUNDERS



PODCAST

womenfounders.net

RECOMENDACIONES

JOY:

EL NOMBRE DEL ÉXITO

(JOY)



UN RELATO DE EMPODERAMIENTO Y MARCA PERSONAL

Joy, protagonizada por Jennifer Lawrence, es una vibrante narración sobre Joy Mangano, una inventora y empresaria cuya trayectoria redefine el significado de éxito en el emprendimiento femenino. Su historia destaca cómo una marca personal auténtica y bien gestionada es esencial para transformar tanto carreras como vidas.

La película es un reflejo fiel de los desafíos y victorias que enfrentan muchas mujeres en el ámbito empresarial, mostrando la importancia de la unicidad, la autenticidad y el propósito. Joy demuestra que, con claridad de visión y resiliencia, es posible superar barreras y abrirse camino en un mundo lleno de estereotipos y expectativas.

LECCIONES CLAVE DE JOY:

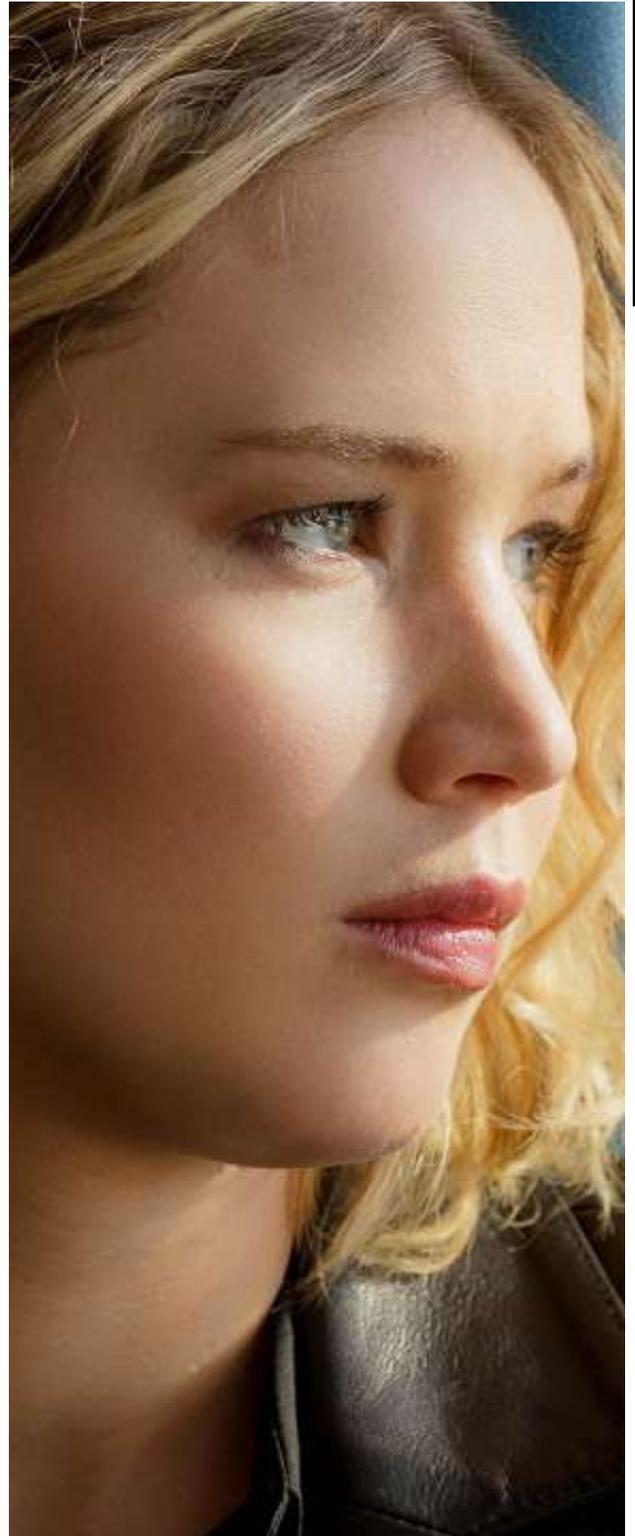
Resiliencia ante el Fracaso: Cada contratiempo es un escalón hacia el éxito.

Autenticidad: Ser genuino es el mayor activo en un mundo repleto de marcas.

Visión y Determinación: Mantener un objetivo claro es vital para superar obstáculos.

Innovación: Adaptarse y buscar soluciones innovadoras es clave para la relevancia.

Joy no solo es una historia sobre alcanzar el éxito empresarial; es una fuente de motivación para cualquier mujer que aspira a dejar su huella, recordándonos el poder de descubrir y potenciar una marca personal que realmente nos represente.



DEJA TU HUELLA DE ALIZA LICHT

En nuestra continua búsqueda de recursos que empoderen y guíen a las mujeres jóvenes en su desarrollo profesional, **Deja tu huella** de Aliza Licht emerge como una lectura obligatoria.

Este libro no es solo una guía sobre cómo desarrollar una marca personal en la era digital; es un relato inspirador de una mujer que ha navegado por los desafíos del mundo empresarial con astucia, determinación y un estilo inconfundible.

Aliza Licht, con su reconocida trayectoria como la voz detrás de DKNY PR GIRL, ofrece una perspectiva valiosa y auténtica sobre el desarrollo de la carrera.

Su historia es un testimonio del poder de la pasión, la perseverancia y la importancia de desarrollar una marca personal coherente y atractiva.



A través de sus experiencias, Licht proporciona un mapa vial para aquellas que están empezando su viaje profesional, destacando la importancia de la autenticidad, la comunicación estratégica y la creación de redes significativas.

Para las mujeres jóvenes en el umbral de sus carreras, este libro sirve como un recordatorio de que el éxito es accesible a través de la autenticidad y el trabajo duro. Licht enfatiza la importancia de ser fiel a uno mismo, de encontrar mentores y de no temer al fracaso como parte del proceso de aprendizaje y crecimiento.

En *Deja tu huella*, las lectoras encontrarán no solo una guía para navegar el inicio de su carrera profesional, sino también una fuente de inspiración para convertirse en líderes innovadoras y influyentes en sus campos. Aliza Licht, con su relato personal y consejos prácticos, motiva a las mujeres jóvenes a tomar las riendas de su desarrollo profesional, a ser audaces en sus elecciones y a dejar una marca indeleble en el mundo.

**BRANDING:
CONVIERTE TU
MARCA EN UNA
LOVEMARK**

**PODCAST
QUE MARCAN**



BRAND WORDS

I AUTENTICIDAD

Ser genuino y verdadero en la representación de uno mismo, manteniendo coherencia entre lo que se dice, se hace y se cree.

I HISTORIAS HUMANAS

La capacidad de ser visto y reconocido en un contexto específico, asegurando que la marca personal o profesional destaque y sea accesible a la audiencia objetivo.

RAQUEL GÓMEZ H. LA CASA AZUL



DE LA MISMA AUTORA
• CÓMO •
• VENDER •
SU MARCA
PERSONAL
DEL BEST SELLER

Tu viaje hacia una
marca personal sólida
y un autoliderazgo
duradero

**PRÓLOGO DEL EMPRESARIO
ESPAÑOL Y CEO RAFAEL JUAN**





SAVE THE DATE

29 y 30 Noviembre
2024



SAVE THE PLACE

Barcelona
España