



Construyendo nuestra marca personal

Por Patricia León

Editora General de Revista Perspectiva

¿Qué es la marca personal? Seguramente la respuesta que primero se nos viene a la mente es la clásica definición que hizo Jeff Bezos, fundador y CEO de Amazon: “Es lo que dicen de ti cuando no estás en la sala”. Algo que, ciertamente, a las mujeres nos preocupa.

Como comentaba el profesor Diego Ignacio Montenegro, catedrático del IDE Business School, en un artículo publicado en ediciones anteriores, “el concepto de marca personal ha evolucionado desde la exposición mediática hasta la verdadera construcción de una estrategia que pueda impulsar varios aspectos diferenciales en cada persona. Al hablar de personas

no solamente estamos hablando de conocimientos técnicos, funcionalidades o atributos, sino también de emociones y creencias”¹.

Las mujeres profesionales de hoy tenemos en nuestras manos nuevas herramientas que nos permiten construir una marca personal fuerte, sin dejar de lado nuestras características femeninas propias: nuestro modo intuitivo de conocer, nuestra visión más humana, social y familiar de los hechos, nuestra capacidad para evaluar alternativas, nuestro involucramiento y compromiso.

¿Cómo una profesional de este siglo puede construir una marca personal eficaz? A continuación, algunas

¹ Montenegro, D. I. (Abril 2018). Personal Branding: de la notoriedad a la virtud. Revista Perspectiva. <https://perspectiva.ide.edu.ec/investiga/2018/04/20/personal-branding-de-la-notoriedad-a-la-virtuosidad/>

ideas recogidas entre las ejecutivas que realizan el Programa de Formación de Mujeres para Gobierno Corporativo y Alta Dirección en el IDE.

CUIDAR LA IMAGEN PERSONAL. No solamente la pulcritud con que me visto o arreglo, sino el comportamiento que tengo en todo momento y la forma en que expreso mis ideas. En pocas palabras, el lenguaje verbal y no verbal con que comunico. Pero no solo eso, sino también los valores que transmito a mi alrededor, el ejemplo que doy, el optimismo que pongo en lo que realizo. Esto es válido tanto para la imagen que presento personalmente como la que proyecto en las redes sociales.

MEJORAR NUESTRA DESTREZA PARA HABLAR EN PÚBLICO. Siempre se ha pensado que la oratoria es para los abogados, los políticos y los sacerdotes. Nada más alejado de la realidad. Las técnicas para hablar en público, transmitir mensajes y convencer a los demás de nuestras ideas deberían ser incluidas como una materia más de la educación escolar porque realmente hacen la diferencia a la hora de destacar profesionalmente.

COMPARTIR CONOCIMIENTOS Y LOGROS CON HUMILDAD. Es posible que hablar de uno mismo y de los propios logros, para algunas personas sea algo muy natural. Lo malo es que muchas veces la forma repetitiva y vanidosa en que lo hacen, disminuye su credibilidad y simpatía. Pero compartir las metas, logros y buenas ideas que se tienen, utilizando un lenguaje atractivo, sencillo y sin pretensiones, crea una reputación positiva a mayor escala. Ofrecerse a dar una charla sobre un tema de interés en el que se tiene experiencia, escribir para el boletín o revista corporativa de la empresa o, bien, contestar las preguntas que llegan a través de la intranet empresarial, son maneras muy agradables y eficaces de mostrar nuestros conocimientos y los valores que componen el yo interior e ir así construyendo una marca personal prestigiosa, sólida y creíble.

“
Las mujeres
profesionales de
hoy tenemos en
nuestras manos
nuevas herramientas
que nos permiten
construir una marca
personal fuerte, sin
dejar de lado nuestras
características
femeninas propias
”



LA AUTORA

Patricia León González es Master en Dirección de Empresas MBA por el IDE Business School y Licenciada en Sistemas de Información por la Escuela Superior Politécnica del Litoral. Su experiencia profesional se ha desarrollado en las áreas de Organización y Métodos, Operaciones Bancarias y Marketing Personal. Es Directora de Desarrollo Institucional del IDE Business School y Editora General de Revista Perspectiva.