

MARCA PERSONAL EVMAR

EVELING MARIN SUAREZ

1.118.309.345

DIANA CASTAÑEDA

COMUNICACIÓN SOCIAL

FACULTAD DE HUMANIDADES Y ARTES

UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI

CALI, 2023

2. JUSTIFICACIÓN DEL DIPLOMADO PARA EL ESTUDIANTE

La mayor parte de nosotros los seres humanos, nunca nos damos cuenta de las necesidades e importancia de las cosas hacia nuestra vida, hasta que por vueltas de la vida llegamos a ese camino.

Con la llegada del diplomado a mi vida, he expandido mi mente y conocimiento hacia la importancia y pertinencia de la marca personal para nuestro ámbito personal, profesional y académico, pues no nos damos cuenta de la relevancia que tiene el conocernos a nosotros mismos, primeramente, ya que es a partir de ese punto donde comienza todo, pues con ello inicia el proceso de reconocer cada parte de lo que soy y seré como marca personal, y de esa manera darme a conocer como una persona con claridad y credibilidad innata.

Pasan los años y en un abrir y cerrar de ojos somos adultos, estamos en la universidad y creemos que estamos seguros de lo que queremos, seguros de la persona que somos y seremos, pensamos que nos conocemos con claridad y que tenemos la plena seguridad sobre lo que pasara en nuestra vida, pero cuando llega la realidad, cuando llega la hora de hacerse preguntas, solo quedamos llenos de

dudas y cuestionamientos, nos damos cuenta que sólo hemos vivido con inseguridades y sin conocer ni la mitad de lo que somos como persona y como marca. Pero el cuestionarse no es malo, creo que es peor que nunca llegue ese momento, pues de ese modo se buscan las respuestas y llegan los conocimientos sobre lo que somos, y se siente bien, es satisfactorio el tener claro lo que eres y lo que deseas representar como marca, como persona, porque sabes y tienes el conocimiento de lo que puedes ofrecer y las habilidades que te acompañan para tu posicionamiento.

Creo que uno de los desafíos que me acompañan ahora, es el uso de las redes sociales, pues está claro que la mayoría de los jóvenes realizamos un inadecuado uso a éstas, aparte del mal uso, damos una impresión de nosotros mismos que en muchas ocasiones no nos representa como marca, y para pasar esas dificultades hay que empezar de cero y hacer una necesaria investigación y estudio sobre el manejo adecuado de cada una de estas redes y sus herramientas para no seguir cometiendo los mismos errores. De resto creo que todo se trata de mucha paciencia, pues el conocimiento hacia nosotros mismos y hacia nuestro enfoque profesional no crecerá de la noche a la mañana, todo es un proceso, debemos seguir creciendo y teniendo amor hacia lo que queremos, y hacia nuestra marca.

Aparte, lo que considero como dificultad en este proceso, son falencias que están

actualmente en mi vida, pero se, que puedo trabajarlas, y resolverlas en un corto o mediano plazo.

1. Falta de claridad:

Se que es lo que quiero presentar como mi marca, lo tengo claro en mi mente, pero a la hora de dar mis ideas en voz alta, a personas externas, me dan nervios y esto genera una falta de claridad, me falta eso, manejar mis nervios, temores, y arreglar mis ideas de una buena manera a la hora de comunicarlo.

2. Inseguridad:

Por supuesto con lo mencionado en el primer punto, se evidencia una falta de seguridad, pues si esto hiciera parte de mí, no tendría ningún problema a la hora de dar a entender mis ideas, ni me acompañaría o estaría conmigo ese nerviosismo que no me permite el tener la comunicación que se necesita para ganar esa confianza. Es claro que falta autoconfianza, pero es algo que se puede sacar adelante, y que tengo claro que así será.

3. Falta de consistencia:

Es importante demostrar por medio de las redes una coherencia de lo que represento como marca, las redes sociales que tengo no me hacen coherente en este momento, ya que a cada una de estas le doy un manejo muy diferente.

Este tiempo es de crecimiento personal y enseñanza, así que vamos por esa consistencia y coherencia.

4. Falta de tiempo:

Claro está que para construir una marca personal sólida se requiere de un buen tiempo, dedicación y esfuerzo, pues sin esto no sería posible que mi marca personal progresara de la manera que a mí me gustaría, esto del tiempo ahora es complejo por la universidad, las prácticas y demás obligaciones, pero tengo claro y sé que es algo temporal, pero en un caso hipotético de no tener o contar con ese tiempo, sé que tengo que acomodar mi vida y mis horarios de acuerdo a mis propósitos y sueños, al final todo esfuerzo tiene su recompensa.

“Estas son las cosas que considero como mis dificultades y falencias, es muy importante el tener claro tus ideas y propósitos de lo que quieres ser, y de lo

quieres representar como marca, pero también es bueno el tener claro lo que nos falta, y con esto llega el cambio y la perfección, soy mi proyecto más grande y estas cositas son solo una piedrita en mi camino”

Por lo aprendido en el diplomado ya sabemos que la marca personal abarca lo que soy, lo que hago y como lo hago, y que se construye a partir de mis habilidades, valores, conocimientos, experiencia e intereses, y que por medio de todo esto se va construyendo mi marca personal.

Es muy importante el saber diferenciarnos ante el resto de las personas que nos rodean, iniciando con esto vemos con claridad que lo mismo debe suceder a la hora de crear un negocio o presentarnos para un trabajo, nosotros como personas y profesionales debemos diferenciarnos entre la competencia, y de este modo creo e inspiro confianza hacia lo que soy.

En resumen, una marca personal sólida es esencial para destacar en un mundo cada vez más competitivo, lleno de personas profesionales y emprendedores con ganas de triunfar, y vivir de sus pasiones. Al conocer y comunicar nuestras fortalezas, valores y habilidades de manera efectiva, podemos crear una identidad única y atractiva que nos ayude a alcanzar nuestros objetivos personales y profesionales.

La marca personal se trata de conectar con las personas y transmitir confianza. Simon Sinek, Gary y Seth Godin son ejemplos destacados de personas que han logrado construir fuertes marcas personales. Simon Sinek ha logrado conectar con las personas al mostrar lo que su marca puede hacer por ellos. Gary ha creado una marca personal a través de las redes sociales y plataformas de contenido, posicionándose como alguien que desea que las personas alcancen el éxito por sus propios medios. Seth Godin se ha convertido en una autoridad en su sector a través del conocimiento que ha compartido a lo largo del tiempo.

3. BUENAS PRÁCTICAS EN EL DIPLOMADO PARA EL ESTUDIANTE

Ya se sabe que para la construcción de una buena marca personal es de gran necesidad varios elementos que hace de gran complemento a la marca, entre estos elementos es fundamental las buenas prácticas, pues con estas se fortalece una marca positiva.

1. Autenticidad
2. Calidad en el trabajo
3. Comunicación efectiva
4. Relaciones profesionales

5. Aprendizaje continuo
6. Ética y responsabilidad

Estas son solo algunas de las muchas buenas prácticas que se pueden utilizar para contribuir en una buena construcción de marca, para mantener una marca personal sólida. Cada persona tendrá diferentes buenas prácticas, pero esto es lo que la hace ser sólida, confiable y autentica.

4. APRENDIZAJES EN EL DIPLOMADO PARA EL ESTUDIANTE

Las buenas prácticas que se identificaron se manejan en todos los ámbitos de la vida en el concepto que lo puedas visualizar, tanto en lo personal, académicos y profesional.

1. La autenticidad:

Ser autentico es algo que nos beneficiaria en todo el transcurso o recorrido de la vida, pues siempre es importante el destacar entre los demás, y esto aplica para la vida personal, académica y profesional. Ser autentico es ser fiel a uno mismo, esto significa que se tiene conocimiento de la persona que eres y por ende eres coherente entre lo que se dices y haces, una persona autentica también debe tener valores, valores que le acompañen y complementen para su marca personal tales como la transparencia y honestidad. Tu autenticidad, es tu esencia y esta te ayudara a establecer relaciones más auténticas, atraer a personas con las que tengas afinidad y construir una reputación sólida, que se basara en la confianza. Por supuesto todo esto ayuda a generar confianza y credibilidad entre las personas que te rodean.

2. Calidad en el trabajo:

Realizar un trabajo de calidad también es necesario en todos los ámbitos y entornos, siempre hay que buscar la excelencia y esforzarse por superar toda expectativa, con esto lograras profesionalismo, el cual te llevara a altos estándares de calidad, mostrando así tu compromiso con la excelencia, y esto genera que te distingan como una persona competente en su campo y confiable.

La calidad en el trabajo te ayudara con la diferenciación, la reputación, credibilidad y la satisfacción personal, el cual hará y te ayudara a resaltar entre los demás. El tener todos estos complementos te dará opciones de puertas para abrir a nuevas oportunidades.

3. Comunicación efectiva:

Este tema fue muy relevante en uno de los módulos, ya que se hace la aclaración de la importancia de comunicar de manera clara, respetuosa y asertiva.

¿Para qué todo esto? para dar de manera concisa nuestras idea, opiniones y conocimientos. Esto incluye el escuchar a los demás activamente.

4. Relaciones profesionales:

Se expresó el tener relaciones significativas con personas con las cuales podamos adquirir nuevos conocimientos, personas que nos puedan brindar oportunidades, aparte de un aprendizaje también colaboraciones y crecimiento profesional.

5. Aprendizaje continuo:

El avance de la tecnología, el avance de la vida, y el avance hacia nuestra carrera, son cosas que son evidentes que estarán propensas al cambio y tenemos que estar abiertos al aprendizaje constante, a la mejora personal y profesional, esto demuestra un compromiso con el crecimiento y una actitud positiva.

6. Ética y responsabilidad:

Para mantener una reputación sólida, es importante el actuar con integridad, respeto y responsabilidad.

5. RECOMENDACIONES

Describa las recomendaciones, las cuales deben estar orientadas a reflexionar sobre las buenas prácticas y cómo profundizar los aprendizajes frutos de la experiencia en el diplomado.

R: El trabajo realizado en los módulos del diplomado estuvo muy completo para mí, la manera de realizar el proceso para llegar a cada respuesta me parece muy importante, porque no todo el mundo tiene la habilidad para dar a entender un tema con tanta facilidad.

Destaco también mucho las dinámicas manejadas, esto nos brinda mayor aprendizaje y capacidad para desarrollar el proyecto,

Como recomendación podría decir que hagan un mejor manejo en la comunicación entre profesores, pues creo que no están muy bien informados del proceso o el trabajo que hemos realizado nosotros los estudiantes en cada módulo.

6. PROYECTO ESTRATEGIA DE MARCA PERSONAL

6.1



6.2

BIOGRAFIA

Soy Eveling Marín Suarez, tengo 25 años, actualmente estudiante de Comunicación social.

Soy una persona soñadora, sueño en silencio por miedo a la negatividad de mi entorno, en los últimos años he conocido la parte de mí, la que sabe que puede con todo, una persona amorosa, sentimental y disciplinada. Creo grandemente en la lealtad y en el amor que todavía puede existir en el mundo.

Día a día trato de bloquear los pensamientos que no me permiten salir de la burbuja del temor, logrando paso a paso el poder llegar a mi meta. Se muy poco de edición, pero cuando lo hago siento una gran pasión al ver lo que he creado, me falta mucho para aprender a hacerlo al 100% pero lo importante es querer y actuar. Hace muchos años he querida entrar a una academia de modelaje, es uno de mis más grandes sueños, pero siempre pongo peros por aquí y peros por allá, y la verdad no logro descifrar porque me limito en ese sueño. Deseo iniciar un emprendimiento sobre confección de ropa, y sé que todo saldrá bien por los complementos de mi carrera,

porque conozco mi esfuerzo y mis sueños.

Para terminar, me gustaría definir una frase con la que identifico la vida.

“El amor es la base de todo”

- a. Desarrollo de un análisis personal identificando habilidades, competencias, gustos y vocaciones (PASIÓN, MISIÓN, PROFESIÓN Y VOCACIÓN)

Propósito:

El propósito de la marca es combinar el amor, la salud y la pasión por el ejercicio. A través de la marca, se busca promover un estilo de vida saludable y activo. El objetivo no es solo proporcionar productos de ropa deportiva, sino también inspirar y motivar a los adolescentes (12-18) a cuidar de su salud y bienestar a través del ejercicio físico. La marca busca transmitir un mensaje positivo de amor, salud y apoyo hacia los demás, creando así una conexión emocional con los clientes.

- b. Desarrollo de un análisis (identificando Debilidades, Oportunidades, fortalezas y Amenazas) el análisis debe finalizar con un plan estratégico en donde se planteen actividades que fortalezcan las debilidades y generar ventajas con las oportunidades.

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Inexperiencia • Inseguridad • Pedir ayuda • Dificultad para editar • Desconfianza • Manejo de emociones 	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo de marca • Precios accesibles • Expansión de la marca • Canales de ventas virtuales • Diferentes medios de pago 	<ul style="list-style-type: none"> • Empatía • Adaptación • Estratégica • Paciente • Creación de pagina web 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia • Cambios en las tendencias • Imitación • Falsificación • Impacto económico

PLAN ESTRATEGICO:**Debilidades:**

- Inexperiencia → Cursos de social media
- Inseguridad → Identificar mis fortalezas
- Pedir ayuda → Confiar en las personas
- Dificultad para editar → Practicar mas
- Desconfianza hacia los demás → Soltar el control
- Manejo de emociones → Respiración controlada

Oportunidades:

- Liderazgo de marca → Consistencia, diferenciación.
- Precios accesibles → Cupones, investigación previa, programas de lealtad
- Expansión de la marca → Investigar la competencia, actualización
- Canales de ventas virtuales → Promociones, descuentos, línea solida
- Diferentes medios de pago → Simplificar los medios de pago

MISION:

Promover un estilo de vida saludable y activo entre los adolescentes, inspirándolos a cuidar de su salud y bienestar a través del ejercicio físico. Además, busca transmitir un mensaje positivo de amor, salud y apoyo hacia los demás.

VISION:

Nuestra marca busca convertirse en una referencia en el mercado de la ropa deportiva para adolescentes, siendo reconocida por su compromiso con la promoción de un estilo de vida saludable y por su capacidad para inspirar y motivar a los jóvenes. A través de su conexión emocional con los clientes, la marca aspira a tener un impacto significativo en la vida de las personas, ayudándolas a alcanzar sus objetivos de salud y bienestar.

- c. Identificación del concepto para el desarrollo de la marca personal, se debe entregar un escrito donde evidencien su propósito de marca y valor agregado.

Concepto:

La disciplina es el puente a tu meta

Diferencial de Marca:

El valor y propósito de la marca es su posicionamiento como una opción única y completa en el mercado de la ropa deportiva, ofreciendo una experiencia integral para sus clientes. Al fomentar la práctica de deporte y la preocupación por la salud, mi marca se convierte en un aliado de sus clientes en la búsqueda del bienestar y la calidad de vida. Además, la personalización y la creatividad en cada prenda ofrecida, asegura a los clientes la satisfacción y la diferencia en el uso de la ropa, impulsando la motivación y la confianza en su capacidad para alcanzar sus metas en el deporte. En definitiva, la marca es un referente en la industria de la ropa deportiva por su compromiso con la salud y el bienestar, y por la creación

de prendas únicas y de alta calidad para satisfacer las necesidades de sus clientes.

Racional:

La ropa deportiva es más que una prenda de vestir, el realizar tus actividades físicas te hace sentir vivo, y es claro que el ejercitarse genera endorfinas en ti, llegando a tu vida la sensación de felicidad y bienestar. La ropa deportiva es una herramienta imprescindible para garantizar un buen rendimiento, acompañado de los valores del esfuerzo, la tenacidad, la voluntad, la vida sana y el trabajo en equipo, alcanzando así la felicidad que te llevara por el puente de la disciplina logrando tu meta.

- d. Identificación de los medios adecuados para difundir el mensaje, Desarrollo de un plan de medios estratégico y funcional, donde pongan en funcionamiento las actividades planeadas generadas del DOFA y desarrollo de discurso de venta.



EVYMAR

NEGRO: Exclusividad, lujo

BLANCO: Pureza, inocencia, modestia

Por qué los colores: La elección se hizo porque son colores neutros, no quería algo que estuviera dirigido solo a un público o producto en específico, por el momento la marca está enfocada en ropa deportiva, pero en el futuro quiero expandirme, crear otro tipo o estilo de prendas, ya sea del diario vivir o prendas de alta costura.

Por qué la jirafa: Deseo que la marca represente también algo que represente mi esencia o con lo que me identifico, la jirafa es mi animal favorito, es un mamífero pacífico claramente hasta se sienten atacados, aparte son muy humildes y con gran modestia.

HUMILDAD: La humildad nos aporta autoconocimiento, serenidad y voluntad de progreso

La humildad nos ayuda a contrarrestar las propias imperfecciones.

MODESTIA: La modestia nos hace estar prestar atención siempre a la opinión de los demás.

Tipografía – Garamond.

Por qué la tipografía: La tipografía Garamond es de las más influyentes, ya que estoy enfocada en la moda y en el entorno textil es importante completar las ideas, Garamond fue creada en París y París es una de las capitales con gran influencia en las tendencias de la moda.

PROPUESTA DE VALOR:










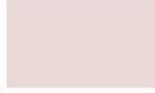

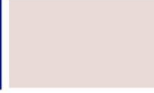
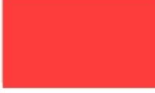
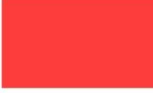











Eres fuerte, salva tu mente.

OBJETIVO Y ESTRATEGIA:

Ayudar a los adolescentes a adquirir un estilo de vida activo, enfocado en el deporte y en una alimentación equilibrada para su bienestar y vida.

Inicialmente hacer encuentros en lugares abiertos, con buen espacio, donde se sienta tranquilidad y armonía, y para eso se ha seleccionado el parque San Antonio de Cali, para comenzar con pequeñas prácticas de actividad física de una manera didáctica, y poder lograr que vean el deporte con amor. Es de suma relevancia crear talleres y campañas de concientización sobre la importancia de nutrición y alimentación, esto en alianza con la escuela nacional del deporte, con expertos en salud y deporte, involucrando a los padres de familia para brindarles orientación sobre la importancia del apoyo a sus hijos adolescentes en este sentido.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

		MESES (SEMANAS)					
ACTIVIDADES		AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
1	Renovación de catálogo de ropa						
2	Difusión publicitaria en redes sociales y perifoneo						
3	Comunicación Interna (registro de funcionamiento)						
4	Estrategias de negocio planteamiento de descuentos ofertas, etc						
5	Videos Historias en feed	3 por semana Diaria	3 por semana Diaria	3 por semana Diaria	3 por semana Diaria	3 por semana Diaria	

- e. Desarrollo de un video en el que cada participante cuente sobre su desarrollo basado en el discurso de venta que se generó en el módulo anterior. Video de 3 minutos contando (que hace, para que lo hace y cómo lo hace) esto teniendo en cuenta los parámetros aprendidos en temas de presentación personal vistos en el módulo.

<https://youtu.be/3ndOv6RdlMA>

BIBLIOGRAFIA

<https://www.udep.edu.pe/hoy/2022/09/marca-personal-importancia-de-su-desarrollo/>

<https://forbes.co/2021/04/07/red-forbes/el-consejo-de-branding-personal-de-gary-vaynerchuk-que-cambio-mi-vida>

<https://www.icesi.edu.co/marketingzone/seth-godin-la-clave-del-marketing-es-hacer-sentir-a-la-gente-que-forma-parte-de-algo/>