
Mercado

Alfonso Alcántara: “Cuando es difícil calcular el valor de algo, vale lo que los demás creen que vale”

El experto en *coaching* participa en el tercer encuentro del programa Woman2Woman, impulsado por Cinnamon News en el marco del proyecto Business Women Empowerment.

EjePrime
12 abr 2019 - 04:51



“¿Dibujo infantil o pintor ruso?”. Con esta pregunta, y con un dibujo en la pantalla, comenzó ayer Alfonso Alcántara, experto en *coaching* y *branding* personal, su charla en el tercer encuentro de Woman2Woman, el programa de *mentoring* impulsado por Cinnamon News en el marco de la iniciativa Business Women Empowerment. Durante el encuentro, Alcántara reflexionó sobre los retos en la construcción de marca personal entre las mujeres ejecutivas bajo un título provocador: *¿Los hombres se venden mejor?*

El dibujo (infantil) estuvo sucedido por otras pinturas similares, con las que el

auditorio, compuesto por medio centenar de mujeres directivas de diferentes sectores económicos, tuvo dificultad para discernir si se trataba de obras de un niño o de artistas reconocidos.

“Cuando es difícil calcular el valor de algo, vale lo que los demás creen que vale”, fue la “moralaja” que planteó Alcántara, para después apuntar que la construcción de marca personal en un profesional consiste en elegir “las perlas que te representan”.

“La marca es el perfume que usas, porque lo eliges tú, pero la reputación es el olor que dejas”, prosiguió. “El problema es que no lo estamos haciendo”, es decir, **muchos profesionales no crean una estrategia personal para proyectar su carrera.**

En este sentido, Alcántara recomendó ser específico a la hora de presentarse a nivel profesional, a fin de diferenciarse y posicionarse, y teniendo en cuenta que “la marca que eliges debe ajustarse a los objetivos de tu negocio o de tu perfil”. “Alguien que se presenta como un abogado *en general* no me genera confianza”, ejemplificó.

“Los profesionales narcisistas se postulan más para ser líderes y toman decisiones rápido porque no valoran otras opiniones”

En relación al empoderamiento femenino, y haciendo uso de varios estudios, **Alcántara aportó *inputs* en los que, por varios motivos, las mujeres profesionales cuenta a menudo con peores condiciones para ascender en el ámbito laboral.**

Por ejemplo, mientras a los hombres que hablan más se les percibe como más competentes, a las mujeres que intervienen con frecuencia en las reuniones se las percibe como menos efectivas.

Los profesionales narcisistas (un perfil más frecuente entre los hombres) “se postulan más para ser líderes, atribuyen las derrotas a los demás y toman decisiones más rápido porque no valoran otras opiniones”, señaló Alcántara, que propuso generar un “ROI de liderazgo”, evaluando el impacto real que tienen este tipo de directivos.



En una sesión muy participativa, en la que tomaron la palabra profesionales y directivas de varios sectores, el *coach* señaló que, **ante circunstancias adversas para el desarrollo profesional de las mujeres se puede optar por “adaptarse o polarizarse”**. “Es una opción muy personal”, opinó.

Woman2Woman es un programa de *mentoring* en el que participan una veintena de directivas de larga experiencia en puestos de responsabilidad y ejecutivas que están iniciando su trayectoria profesional, y en el que las primeras (mentoras) ayudan a las segundas (mentorizadas) a proyectar su carrera. El programa, que se puso en marcha el pasado septiembre, se complementa con encuentros de *networking* como el que ayer protagonizó Alcántara.

Por su parte, **Business Women Empowerment**, que cuenta con el patrocinio de Gesvalt, Savills Aguirre Newman, Tendam y Uterqüe, es una iniciativa de Cinnamon News que, utilizando el poder de difusión de los medios del grupo (Modaes.es, Palco23, EjePrime y PlantaDoce), pretende contribuir a la visualización de mujeres líderes en el ámbito empresarial.