

OCTUBRE 2020

# MARCA PERSONAL

SARA ESCOBAR SANTA MARIA

PROYECTO APLICADO  
COMUNICACIÓN PUBLICITARIA  
2020-2

# 02

## RESUMEN

El proyecto consiste en desarrollar la marca personal de cada alumno, en este caso de Sara Escobar Santa María. Ella es estudiante de doble programa en la Colegiatura Colombiana, sus Pregrados son Comunicación Publicitaria y Comunicación Organizacional, se encuentra transitando su último semestre de Comunicación Publicitaria y actualmente está realizando la práctica de Comunicación Organizacional.

La Ruta Desarrollo de Marca, permite a las marcas encontrar oportunidades y caminos para lograr sus metas, además, facilita la creación de vínculos afectivos y efectivos entre las marcas y sus públicos. Esta ruta realiza un recorrido en diversas estaciones, las cuales permite alcanzar la creación efectiva de la marca personal; adicionalmente el uso de esta herramienta permite el desarrollo de una estrategia de comunicación publicitaria. Los sistemas que compone la Ruta Desarrollo de Marca son Ser de la Marca y Manifestación de la Marca.

## JUSTIFICACIÓN

En un contexto con alto flujo de comunicación como en el que actualmente nos encontramos, es de vital importancia diferenciarse del resto de las marcas y dar a conocer el potencial de los nuevos comunicadores publicitarios.

El ejercicio del desarrollo de marca personal busca potencializar y proyectar una gestión planificada de cada ser, su nombre, habilidades, capacidades y conocimientos, destacando el carácter esencial y real de cada persona, convirtiéndose así, en una propuesta de valor única.

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El deseo de articular dos perfiles en el desarrollo de la marca personal surge de la conversión de un interés personal frente a la necesidad actual sobre la responsabilidad social empresarial y su manifestación.

El contexto actual se encuentra saturado de marcas que expresan un concepto repetitivo y monótono, dejando atrás el verdadero valor, propósito y el foco organizacional.

El desarrollo de marcas conscientes y su manifestación cada vez se vuelve un mayor reto para las empresas y el mercado laboral que ha identificado la necesidad entra en una fuerte competencia, de allí surge la necesidad de contar con una herramienta o un punto relevante que comunique una fuerte propuesta de valor y resalte entre los demás.

# 05

## OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

### OBJETIVO GENERAL

- *Desarrollar un trabajo de autoconocimiento que permita el análisis de las características personales como bases fundamentales de las habilidades profesionales, logrando fortalecer la Marca Personal y construir una estrategia de Marketing Personal como Comunicadora Publicitaria.*

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- *Identificar el SER de la Ruta Desarrollo de Marca, por medio de diversas actividades que potencialicen la introspección personal.*
- *Desarrollar un ejercicio que permita comunicar de manera efectiva la MANIFESTACIÓN de la Marca que hacen parte de la Ruta Desarrollo de Marca*

# REFERENTES CONCEPTUALES

## A. MARCA PERSONAL

El Personal Branding, o en español, marca personal, es un concepto por el cual consideramos a determinadas personas como una marca, de la misma manera que consideraríamos a una marca comercial, y debe ser elaborada y transmitida con el objetivo de diferenciarse y poder conseguir el mayor éxito posible en las relaciones sociales y personales. La perspectiva de marca personal se obtiene a través de la percepción que los demás tienen de uno, es un activo inmaterial que incluye la apariencia externa y la impresión que se causa. De la misma forma que con las marcas comerciales, la marca personal tiene como objetivo que la impresión causada sea positiva y duradera y aplicar los conocimientos y procedimientos de las estrategias de marca, para las empresas, a uno mismo. (Alonso; 2015, pg. 5)



## A. MARCA PERSONAL

El personal branding no es más que la propia identidad convertida en instrumento para un fin determinado y, por tanto, objeto de definición y transformación. (Ongay, 2016, párr.3)

Existe un gran número de razones por las que construir tu propia marca personal, pero yo destacaría sobre todo en la idea de que lograr una buena marca personal puede tener un fuerte impacto en tu estatus profesional. Algunas de las razones son:

- Una marca personal fuerte hace que sea más viable la creación de una pequeña empresa.
- Te haces visible ante la sociedad.
- Generas credibilidad.
- Es más fácil centrarte en los temas que te gustan.
- Puedes cobrar mejores precios por tus productos o servicios.
- Con la aparición del mundo 2.0 el hecho de crear una marca personal es asequible para cualquier persona, y como podemos comprobar en España el 51% ya usa internet para encontrar trabajo, el 31% tiene perfil en alguna red profesional y el 10% ya ha encontrado trabajo gracias a estas redes. (Alonso; 2015, pg. 6)



## B. PERFIL ORIGINAL

El perfil original es un concepto que utiliza la universidad Colegiatura Colombiana donde buscan “entender a los seres humanos en la plenitud de sus relaciones con la naturaleza, el Otro y sus propias creaciones al asumir un proceso sistémico que ha redimensionado el concepto tradicional de investigación; fomentado la acción académica creativa, estética, ética, participativa e interdisciplinaria.” (Colegiatura; 2020).

Por medio de, “El autorreconocimiento es la herramienta clave y esencial cuando hablamos de conseguir nuestras metas, propósitos y materializar los deseos personales para asumirse, elegir pensar y sentirse en consciencia. Por el compromiso de permitirse expandir el potencial de la capacidad de los conocimientos en los logros académicos y extracurriculares, Colegiatura resalta la construcción del trayecto, la convicción y la claridad del hacer conectado con el Ser.” (Colegiatura; 2020)

## B. COMUNICACIÓN PUBLICITARIA

La carrera profesional Comunicación Publicitaria en Colegiatura facilita el encuentro con tu ser creativo para la construcción de marcas con valor. Resignificando las interacciones que se centran en el estudio de la comunicación persuasiva, creativa, estratégica y visionaria de la publicidad para generar conexiones efectivas con cada consumidor desde Ser Humano – Ser Origen (Colegiatura; 2019, párrafo 1)

La comunicación publicitaria es la rama de las ciencias de la comunicación que se dirige a transmitir información de una entidad a otra, por lo general de una empresa a un objetivo meta o un receptor, esta pretende actuar de forma directa sobre las personas de distintas características. (Hernandez; 2019, párrafo 1)



## DISEÑO METODOLÓGICO

La Ruta Desarrollo de Marca, permite a las marcas encontrar oportunidades y caminos para lograr sus metas, vincula los procesos y saberes de los distintos programas, crea vínculos afectivos y efectivos entre las marcas y sus públicos.

La Ruta está compuesta por dos sistemas, ambos se componen de dos estaciones que transitan y se conectan: “El Ser de la Marca, en el cual se construye a sí mismo y evoluciona sus elementos constitutivos para la realización de sus legítimos ideales y la Manifestación de la Marca, la cual evidencia las maneras en que la marca se comunica coherentemente hacia su exterior” (COLEGIATURA, 2020, INVESTIGACIÓN APLICADA)

La parte del Ser de la marca, se divide en 6 estaciones las cuales permiten potencializar al Ser:

a. Diagnostico organizacional: en esta primera estación, se busca identificar dónde está ubicado el individuo, con qué recursos cuenta y se empieza a tener una corta visión frente a la ruta para la intervención. El diagnostico personal frente a diversas experiencias del pasado, permite identificar los sucesos que permitieron construir al yo actual.

## DISEÑO METODOLÓGICO

- b.** Identidad organizacional: es la percepción propia frente a la razón de ser, cómo se define al público, cómo se visualiza, cuál es la autoimagen y cuáles son sus principios. Definir los diversos objetivos personales en las distintas áreas de la vida fortalece el desarrollo de la identidad organizacional.
- c.** Capital humano: se busca entender las competencias y capacidades, con el fin de identificar desde cuál área el estudiante puede potencializar sus fortalezas.
- d.** Capital de conocimiento: aquí se identifica los conocimientos que se han adquirido, la manera que responde frente a las necesidades, la coherencia con los propósitos de vida, el pensamiento creativo y el pensamiento estratégico.
- e.** Capital tecnológico: busca entender cómo es la relación entre el espacio y los procesos
- f.** Responsabilidad sistémica: aquí se analiza cómo es el ser, hacer e interactuar, tanto en el medio ambiente interno, como en el medio ambiente externo

# 12

## RESULTADOS

Los ejercicios mencionados a continuación, apoyan el resultado efectivo de las diversas estaciones del Ser de la marca

**OBJETIVO:** Realizar una revisión acerca de cómo ha sido mi vida hasta hoy.

### 1. TimeLine de la vida

1997: Nací el 25 de noviembre

1999: Me fui a vivir a Puerto Rico por el trabajo de mi papá

2001: Mi tío por parte de mi mamá fue secuestrado mientras que yo vivía en Puerto Rico

2004: Me devolví a vivir a Colombia/ Medellín

2005: Entré al Vermont y se murió mi abuela por parte materna

2006: Se murió mi abuelo por parte paterna

2012: Me salí del Vermont y me fui Avanzar

2014: Me gradué del colegio y me volví novia de Camilo

2015: Empecé en EAFIT, no me gustó y entre a la Colegiatura

2016: Terminé con Camilo (mi mayor maestro)

2019: Empecé con Jose y el 31 de octubre el mejor amigo muere en nuestros brazos

2020: Terminé la Carrera Comunicación Organizacional, terminé mi relación con Jose, estoy viviendo una pandemia y terminando la segunda carrera

# 13

## RESULTADOS

**OBJETIVO:** Realizar una revisión acerca de cómo ha sido mi vida hasta hoy.

### **1. Describe 4 experiencias agradables o positivas que crees han tenido incidencia en tu vida**

- Camilo mi primer novio, fue una relación de 3 años aprendí mucho, fue la segunda vez donde volví consciente mis demonios, con el viví el amor de pareja más puro y tóxico. Ha sido mi mayor maestro.
- Un día estaba en Santa Marta, en la playa y recuerdo que puse una toalla en la arena y me acosté, me relajé tanto que me quedé dormida, ese momento ha sido uno de los espacios donde más he sentido mayor plenitud en mi vida.
- Cuando me operé la nariz, recuerdo que me desdoblé y llegué a una dimensión blanca, todo era perfecto, me encontré con mi guía espiritual, el me tranquilizó y hablamos durante toda mi cirugía; oficialmente ese día entendí y sentí la paz en todo en mi cuerpo.
- Antes de la pandemia, todos los viernes eran muy especiales porque iba almorzar donde mi abuelita, me sentaba a su lado y comíamos frijoles.

## RESULTADOS

### **2. Describe 4 experiencias desagradables o negativas que crees han tenido incidencia en tu vida:**

- La muerte del mejor amigo de mi ex novio (José), el amigo murió en nuestros brazos mientras daba los últimos suspiros.
- Una vez que peleé con mi hermano, nos tratamos súper mal y nos insultamos, ese día recuerdo que me sentí demasiado triste. Los dos estábamos súper malos tragos.
- Yo no recuerdo cuando secuestraron a mi tío, pero si recuerdo que crecí con muchos traumas y paranoia de que me iban a secuestrar.
- Una vez pequeña, en la casa de un tío llegaron los ladrones y nos robaron y amarraron a mis primas, tíos, mi mamá y a mí. Fue un día muy estresante ya que vi como a mi familia les quitaban todo y nos amenazaban con armas.

### **3. Después de ver un poco la realidad sobre tu vida, ¿qué diagnóstico haces de ella?, ¿cómo te sientes?**

Mi vida la divido en dos momentos, antes de la consciencia y después de la consciencia, desde que descubrí la importancia de entender mis conductas, mi vida se transformó; inicialmente, me costaba entender mi pasado y lo ignoraba, pero con el tiempo entendí que las cosas tuvieron que pasar de esa manera para ser la persona que soy ahora.

Hoy en día, me siento bien, me siento tranquila, acepto las emociones negativas y las dejo fluir, entiendo que no soy perfecta y que la única persona responsable de mis decisiones soy yo.

## RESULTADOS

### **4. ¿Qué aspectos de tu comportamiento, de tus actitudes, de tu conocimiento, o de tu ambiente considera que debes mejorar?**

Considero, que puedo mejorar la paciencia y la tolerancia, en especial con personas que no van a la misma velocidad mía. Además, siento que en ocasiones, soy muy sincera y digo las cosas sin filtro, lastimando los sentimientos de la otra persona.

### **5. ¿Qué aspiraciones tienes frente a tu futuro de vida?**

Yo me visualizo siendo una persona equilibrada en la mayoría de aspectos de mi vida, conectada a la naturaleza y apasionada a mi trabajo y familia, me visualizo conociendo nuevas culturas, aprendiendo de mis errores y generando consciencia a mi círculo.

## RESULTADOS

### MAPA DEL FUTURO IDEAL

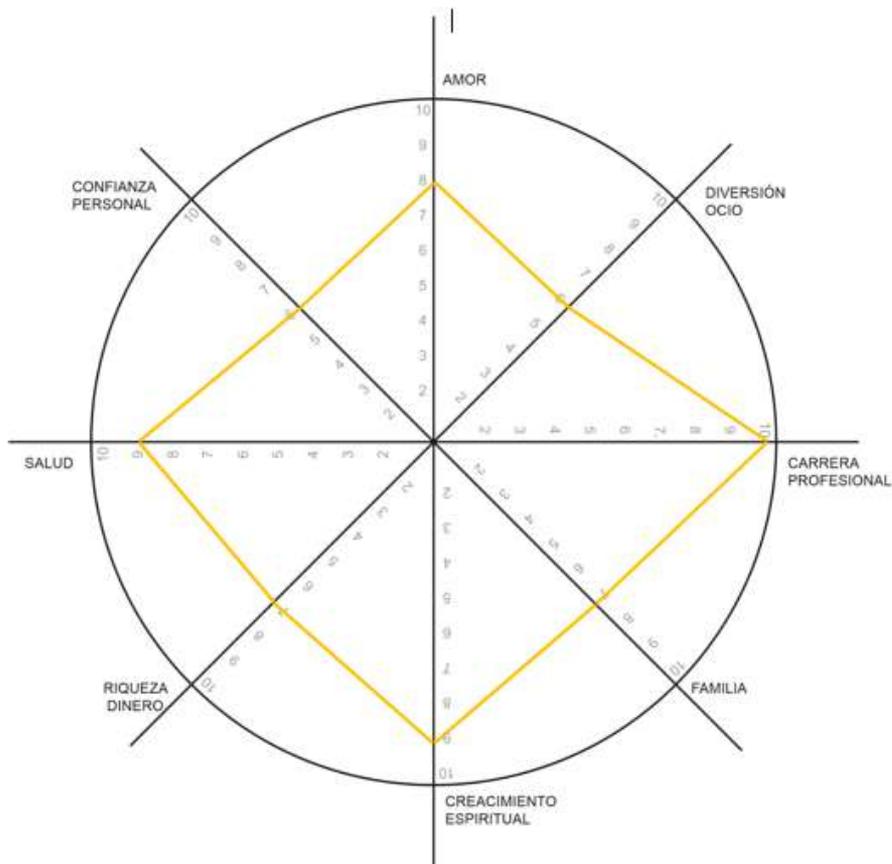
**OBJETIVO:** Identificar mis metas y cómo me visualizo a mediano y largo plazo

- **Trabajo:** buen puesto en el trabajo, marca consciente, líder inspirador, disciplinada, visionaria y exitosa.
- **Espiritualidad (alma):** practicando yoga, meditación y haciendo ejercicios de amor propio
- **Seres queridos (social):** me visualizo con mi familia unida y sin peleas, hijos con inteligencia emocional, con un esposo cariñoso y mis amigos. Generado actividades sociales, yendo a comer, haciendo almuerzos, reuniones, mucha unión.
- **Cuerpo (físico y salud):** ejercicio, aire libre, cuidado personal y mucha salud.
- **Intelectual (mente):** lectura, congresos, consciencia y cursos.
- **Recreativa (viaje y ocio):** me visualizo viajando, saliendo con mis seres queridos a distintos destinos turísticos, yendo a clases de baile, clases de huichol, de pintura, viendo series y películas.

## RESULTADOS

### RUEDA DE LA VIDA

**OBJETIVO:** Conocer el grado de satisfacción con algunos aspectos en la vida personal. De 2 a 10, siendo 2 el menos grado de satisfacción y 10 el máximo grado de satisfacción.



## RESULTADOS

### NIÑO INTERIOR

**OBJETIVO:** reconectar con el niño interior



- **¿Qué ves? Puede ser alegría, miedo, pureza, tranquilidad.  
¿Qué ves?**

Visualizo, una niña que no entiende a la sociedad, que simplemente quiere ser libre y feliz, pero que la sociedad la ha juzgado tanto por ser “rara” que poco a poco ha perdido su esencia por encajar.

## RESULTADOS

**OBJETIVO:** reconectar con el niño interior

- **¿Qué te gusta o te conmueve de lo que ves?**

En esa foto, recuerdo que me sentía diferente al resto de las demás personas, sentía mucho miedo, pero con la persona que estaba en ese momento, encontraba tranquilidad y sentía que podía ser yo misma.

- **¿Cómo eras, ¿qué te gustaba, qué te daba miedo, a qué jugabas, qué imaginabas?**

En ese momento, buscaba la aceptación, buscaba tener amigos, me gustaba la naturaleza y los animales, me daba miedo que me secuestraran y jugaba a que hablaba con los animales, que tenía poderes y que era doctora.

- **¿Qué tanto has cambiado, te reconoces en ese niño?**

He cambiado extremadamente, en ese momento no entendía nada de la vida y todas mis emociones las manifestaba por medio de la rabia, la reconozco, la amo, la acepto y le doy gracias

- **¿Qué te gustaría recuperar, sanar?**

Me gustaría recuperar a mis amigos de Puerto Rico, volver a salir con ellos y hacer un picnic

## RESULTADOS

**OBJETIVO:** reconectar con el niño interior

- **Cuéntale ¿quién eres ahora, qué ha pasado?**

Soy una persona fuerte, determinada, con amor propio, que busca cada día ser mejor persona, difundiendo la consciencia y dejando su granito de arena. Hoy soy una persona llena de vida, disciplinada y consciente.

- **¿Qué puedes hacer para que ese niño se sienta más feliz y protegido?**

Abrazarlo y decirle: confía en ti, tú eres capaz de todo, vas a ver que todo va salir bien.

- **Hagan un acuerdo, una promesa.**

Te prometo, que te voy a amar y a cuidar toda la vida, que vamos a superar todos los momentos difíciles y vamos a salir más fuertes y con mayor brillo. Te amo y eres la persona más importante en mi vida.

## RESULTADOS

### TRES VALORES

**OBJETIVO:** buscar los valores personales que estuvieron presentes en los ejercicios anteriores y en cada uno de ellos los valores que caractericen a cada uno. Estos valores se deben apuntar en el cuadro Lista de Valores. A continuación, se repasan cuáles fueron los 3 valores más relevantes y se asigna uno en cada una de las columnas del cuadro 3 Valores y su significado, deben buscar el significado de cada valor en un diccionario y transcribirlo en la columna que le corresponde.

# RESULTADOS

## TRES VALORES

LISTA DE VALORES	
Línea del tiempo:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empatía</li> <li>• Lealtad</li> <li>• Responsabilidad</li> <li>• Espiritualidad</li> <li>• Optimismo</li> </ul>
Mapa del futuro:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espiritualidad</li> <li>• Abundancia</li> <li>• Equilibrio</li> <li>• Liderazgo</li> <li>• Seguridad</li> </ul>
Rueda de la vida:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espiritualidad</li> <li>• Dedicación</li> <li>• Puntualidad</li> <li>• Liderazgo</li> <li>• Humildad</li> <li>• Respeto</li> <li>• Solidaridad</li> </ul>
Niño interior:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Superación</li> <li>• Honradez</li> <li>• Inocencia</li> <li>• Esperanza</li> <li>• Empatía</li> <li>• Generosidad</li> <li>• Lealtad</li> </ul>

3 VALORES Y SUS SIGNIFICADOS		
Espiritualidad	Equilibrio	Liderazgo
<p>Para mí, la espiritualidad es la conexión del cuerpo, mente y alma. Es la conexión divina con la fuente de energía más grande que es el amor. Una persona espiritual, es una persona que tiene fe y busca ser mejor persona.</p> <p><b>Palabra:</b> ALMA <b>RAE:</b> Perteneciente o relativo al espíritu.</p>	<p>Para mí el equilibrio es encontrar el punto medio entre dos extremos, es entender la realidad desde todos los puntos de vista, respetando y entendiendo que cada acción tiene una realidad. Equilibrio es vivir en paz</p> <p><b>Palabra:</b> PAZ <b>RAE:</b> Contrapeso, contrarresto o armonía entre cosas diversas.</p>	<p>Para mí, el liderazgo es la capacidad de motivar a las otras personas por medio de la empatía.</p> <p><b>Palabra:</b> INSPIRACIÓN <b>RAE:</b> Persona que dirige o conduce un partido político, un grupo o social u otra colectividad</p>

# RESULTADOS

## DOFA

**OBJETIVO:** analizar las fortalezas y debilidades propias, identificando cuáles son los riesgos y oportunidades profesionales.

DOFA		
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
<b>ANÁLISIS INTERNO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Soy una persona optimista, no me rindo tan fácil, me gusta trabajar fuerte por lo que realmente quiero</li> <li>Soy centrada, tengo claro que me gusta y que no me gusta</li> <li>Siento que soy inspiradora, ya que considero que transmito paz y puedo identificar fácilmente las emociones de los otros</li> <li>Soy empática, siento que cuando me comunico con las personas me puedo conectar con ellas y me comunico muy bien</li> <li>Soy puntual y me adapto fácilmente.</li> <li>Quiero emprender y mi familia tiene las bases</li> <li>Me apasiona la espiritualidad</li> <li>Soy minuciosa y perfeccionista</li> <li>Estudio dos carreras (Com. Publicitaria y Com. Organizacional) e hice un curso de liderazgo</li> <li>Hablo Inglés c1 y español.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>En ocasiones soy muy imprudente, ya que digo las cosas como las pienso y no utilizo filtros</li> <li>Siento mucha rabia e impotencia cuando las cosas no salen como yo quiero</li> <li>Siento que soy impaciente, ya que me estresa mucho que las personas no vayan a la misma velocidad mía</li> <li>Soy perezosa, en ocasiones me absorbe la pereza y no quiero hacer nada</li> <li>Cuando me siento inestable emocionalmente me alejo y me vuelvo muy evasiva</li> <li>Inseguridad frente a la competencia</li> </ul>
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<b>ANÁLISIS EXTERNO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Red de contactos que apoyan el emprendimiento</li> <li>Demanda alta en las organizaciones que buscan líderes conscientes.</li> <li>Tendencia en gestión de marcas conscientes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>País con poco apoyo a los emprendedores.</li> <li>Alta competencia en el sector que quiero emprender (Productos de cuidado personal natural)</li> <li>Desconocimiento de las habilidades de un comunicador publicitario y comunicador organizacional</li> <li>El gremio de la comunicación publicitaria es muy egocéntrico y competitivo.</li> <li>Solo el 5% de los emprendedores duran más de 5 años en el mercado</li> </ul>

## RESULTADOS

### BRANDING BEING

**OBJETIVO:** empezar a definir la personalidad de la marca.

- **Lo que soy: AMOR**
- **Lo que amo: LIBERTAD**
- **Lo que siempre seré: ENERGÍA**
- **Lo que odio: COMPARARME**
- **Lo que nunca seré: EGOÍSTA CONMIGO MISMA**
- **Lo que quiero ser: FELIZ**



## RESULTADOS

### PRISMA

**OBJETIVO:** desarrollar la matriz PRISMA

**Aspecto físico:** Me perciben físicamente por mi altura, mi melena despelucada, por andar con una sonrisa en la cara, por andar mirando al infinito y por mis tennís grandes.

**Relaciones:** Soy una persona empática y por lo general, se un poco de todo, entonces es rara la vez que no tenga tema de conversación con alguna persona, me reconocen por ser extrovertida, conversadora y efusiva.

**Reflejo:** Perciben que soy una persona deportista, espiritual, que soy creída, que transmito buena energía y que soy extrovertida.

## RESULTADOS

### PRISMA

**Personalidad:** mis arquetipos son:

- Filósofo: busco siempre el sentido de la vida
- Pelegrino: me apasionan los viajes, explorar, expandir mi vida
- Gobernante: considero que tengo habilidad para liderar e inspirar al otro

**Cultura:** Espiritualidad, liderazgo y equilibrio. Ser reconocida por difundir la consciencia en todos mis proyectos.

**Autoimagen:** Me visualizo como una persona comprometida, disciplinada, que busca el bienestar de las personas que me rodean, sensible energéticamente, amante a la naturaleza y a las aventuras. Me apasiona la actividad física como yoga, patinar y ejercicios de pesas, me gusta alimentarme bien y vibrar desde la gratitud. En ocasiones permito autosabotearme, lo que hace que me exija más y sentir que no soy suficiente. Amo a mi familia, a los animales y creo profundamente que unidos podemos crear un mejor mundo. Soy soñadora y mis conversaciones más reales y profundas las tengo con mi almohada. Soy feliz y busco constantemente crecer espiritualmente.

## RESULTADOS

### DEFINICIONES

**OBJETIVO:** capturar la esencia de una persona y conectarla a un nivel emocional con la marca

1. Esencia de un producto	PRODUCTO	Comunicación publicitaria y Comunicación Organizacional con enfoque estratega en el SER y el liderazgo. Busco entender las marcas desde su esencia y logro comunicarla de manera asertiva e inspiradora.
2. Personalidad atractiva	DEFINICIÓN DE MARCA	Disciplina, liderazgo, inspiradora, empática, organizada. Una mujer que se conecta con lo demás con facilidad. Estoy en constante reinención y busco mostrarme desde el SER.
3. El cliente potencial	MERCADO	Marcas emergentes, marcas posicionadas y emprendimientos. Deben de estar alineadas a mi filosofía de vida. Que busquen reinventarse y gestionar de adentro hacia afuera, desde el ser de la marca
4. Nivel emocional	VALOR DE <u>MARCA</u>	Habilidad comunicativa. Facilidad de transmitir mensajes de manera asertiva, persuasiva y motivacional. Además, ofrezco un diagnóstico profundo de la organización y cuento con la capacidad de entender la esencia para manifestarla externamente
5. Dotándola de cierta magia	BENEFICIO DIFERENCIADOR	Análisis interno, externo y consciente del contexto Marcas conscientes

## CONCLUSIONES

### MANIFIESTO

- **CUERPO (IMAGEN) Yo soy DISCIPLINA.** Disciplina por mis metas, ya que marcar la diferencia me motiva a pararme todos los días. Soy disciplina con mi cuerpo, ya que él es mi fiel compañero de vida. Soy disciplina por mis creencias, ya que ellas me guían en el camino ético. Soy disciplina porque hago, porque calculo y porque cumplirme es la mejor forma de ser fiel conmigo misma.
- **MENTE (EGO) Yo soy MIEDO.** ¡sí!, miedo.. Miedo a dejar de sonreír, ya que detrás de mi sonrisa guardo millones de historias y sentimientos. Soy miedo a perder mi libertad, ya que liberarme de mis limitantes ha sido el mejor suceso para entender mi vida. Soy miedo a desentender al otro, ya que entender es el primer paso para la empatía y el liderazgo. Soy miedo porque soy, porque existo, porque sin él no sería la persona que soy hoy.
- **ALMA (SIENTO) Yo soy AMOR.** Amor por lo que hago, ya que comunicar desde adentro me permite identificar la esencia, para difundir la consciencia. Soy amor por la estética, ya que disfruto de los pequeños detalles y placeres de la vida. Soy amor por el equilibrio, ya que entender al SER me permite construir vínculos. Soy amor porque amo, porque siento, porque seguir encontrándolo es mi mayor propósito de vida.

## CONCLUSIONES

### GUION VIDEO

- Nací el 25 de noviembre a las 9:02 de la mañana, cuando la constelación de sagitario transitaba el sol, la constelación de libra la luna y el horizonte se alineaba en Capricornio.
- Durante años viví con miedo, ¡Sí! Miedo. Miedo a dejar de sonreír, ya que detrás de mi sonrisa guardo millones de historias y sentimientos.
- Miedo a perder mi libertad, ya que liberarme de mis limitantes ha sido el mejor suceso para entender mi vida.
- Miedo a desentender al otro, ya que entender es el primer paso para la empatía y el liderazgo.
- Soy miedo porque soy, porque existo, porque sin él no sería Sara Escobar Santa Maria
- Soy disciplina, ya que marcar la diferencia me motiva a pararme todos los días.
- Soy disciplina con mi cuerpo, ya que él es mi fiel compañero de vida.
- Soy disciplina por mis creencias, ya que ellas me guían en el camino ético.
- Yo soy AMOR. Amor por lo que hago, ya que comunicar desde adentro me permite identificar la esencia, para difundir la consciencia.
- Soy amor por la estética, ya que valoro la belleza en los pequeños detalles.
- Soy amor por el equilibrio, ya que entender al SER me permite construir vínculos.

## CONCLUSIONES

### GUIÓN VIDEO

- Soy comunicadora publicitaria y comunicadora organizacional.
- Soy inspiración, conexión y creación.
- Soy la alineación entre el Ser y la manifestación de la ruta desarrollo de marca.
- Una herramienta que me dio respuestas
- ¡Sí! Respuestas...
- Respuestas que me permitieron indagar mi pasado para entender mi presente (LINEA TIEMPO y NIÑO INTERIOR)
- Respuestas que me ayudaron a visualizarme a futuro para fortalecer mis propósitos y seguir soñando
- Respuestas que me facilitaron entender cómo era percibida, cuál era mi esencia y cómo la manifestaba
- (espacio)
- Soy constante evolución, soy cambio, soy adaptación, soy el resultado de la alineación de las estrellas de un martes 25 de noviembre de 1997.

31

## CONCLUSIONES

### VIDEO

<https://www.youtube.com/watch?v=nwwhSQb9FlI&feature=youtu.be>



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

[https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/4143/70893355H\\_GADE\\_Septiembre14%20%281%29.pdf?sequence=1](https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/4143/70893355H_GADE_Septiembre14%20%281%29.pdf?sequence=1)

<https://www.colegiatura.edu.co/coloquio-creatividad-investigativa-que-refleja-el-perfil-original/>

<https://www.colegiatura.edu.co/ellos-creyeron-en-si-mismos-y-hoy-se-reconocen-con-la-beca-perfil-original-y-las-menciones-especiales-de-colegiatura/>

[colegiatura.edu.co/oferta/comunicacion-publicitaria/](https://www.colegiatura.edu.co/oferta/comunicacion-publicitaria/)

<https://www.subcutaneocreative.com/2013/03/concepto-la-comunicacion-publicitaria.html>