



Prólogo

Mi filosofía de vida es siempre la misma: aprender de l@s mejores. ¿Y quiénes son l@s mejores? Aquell@s que ya han llegado donde yo también quiero llegar.

Todos –tú, yo, cualquier persona– podemos dar una charla razonablemente bien sobre prácticamente cualquier tema: liderazgo, motivación, trabajo en equipo, inteligencia emocional... y también de marca personal. Pero una cosa es hablar de marca personal y otra ser una marca personal. Una cosa es saber lo que hay que hacer –y decírselo a otros– y otra es hacerlo.

Un experto no es el que habla de algo, aunque lo haga de manera muy elocuente, sino aquel que ha conseguido resultados que otros también quieren conseguir. Eres o no un experto en algo en función del siguiente principio: si lo vives, lo sabes; si no lo vives, has leído sobre ello, has oído hablar de ello, hablas de ello... pero no lo sabes.

Si quieres llegar lejos, no escuches al que habla y observa al que hace. Aprende a escuchar con los ojos. Una persona es lo que hace, no lo que dice, piensa o planea hacer. Y punto. A partir de ahí discrimina entre personas a las que modelar y a las que no.

Y este es el factor diferencial de Eva Collado y de su libro. Eva no es una intelectual de la marca personal, y probablemente haya otras personas con mayor capacidad de conceptualización, pero ella es una marca, un *business case* en sí mismo, y eso le da autoridad para hablar de ello. Lo más importante que tiene una persona es su credibilidad, y la credibilidad sólo depende de una cosa: los resultados. Cada persona es el resultado de nuestros resultados.

No encontrarás aquí grandes teorías, doctrinas y filosofías. No, pero



tampoco te hace falta. Lo importante es saber qué funciona y aplicarlo. La mayoría de la gente hace uso de la electricidad y no sabe ni cómo se genera ni cómo se difunde. Se aprovecha de ella y ya está.

Eva Collado te va contar ‘su caso’ con pelos y señales. Y te lo cuenta para que le saques el mismo partido. Es cierto que no existen las recetas, porque no existen dos personas iguales, ni dos trayectorias iguales, ni dos contextos iguales. Pero sí hay principios que se repiten de manera sistemática a lo largo del tiempo. El éxito deja huellas, y si uno identifica y sigue esas huellas, está en mejores condiciones para triunfar. Las huellas de Eva te pueden ser sumamente útiles para construir tu marca personal.

Sobre la marca personal

La marca personal nace siempre de la autenticidad, de ser fiel a uno mismo. Y ello implica, primero, conocerse bien; segundo, aceptarse; y tercero, desarrollarse. Si partes de ahí, tienes la oportunidad de lograr algo grande. Tu mejor obra es la expresión de tu propia persona. Lo esencial de cada persona es su singularidad.

Luego, antes de cualquier otra cosa, tienes que definir una estrategia de salida, esto es, dónde quieres llegar, tu estación de llegada, porque quien no sabe lo que quiere suele acabar donde no quiere estar. Sin objetivos claros, uno baja el nivel y los resultados no pasan de mediocres.

Pero no basta saber lo que se quiere. El éxito exige planificación. No planificar es planificar el fracaso. Por ello, es fundamental tener una hoja de ruta, un itinerario que facilite pasar del punto A (dónde estoy) al punto B (dónde quiero llegar a estar). Y eso es precisamente lo que hace Eva Collado en este libro. Basándose en su propia experiencia personal, ejerce de *coach* –tu entrenadora personal– para ir dándote sugerencias e *inputs*, y tomes conciencia –no puedes cambiar lo que desconoces– de lo que es realmente importante, lo digieras, y después, si lo consideras así oportuno, decidas y actúes siguiendo un método y sistema de éxito probado.



Otro aspecto que conviene subrayar es que talento no es sólo saber hacer sino poner en valor lo que uno sabe hacer. Lo primero sin lo segundo sirve de poco. Lo que no se conoce, no existe. Y eso implica que hay que trabajar la visibilidad, porque como decía Erasmo de Rotterdam, «el talento escondido no produce reputación».

Trabajar la visibilidad implica gestionar de manera estratégica y coherente el mundo *offline* y *online*, pero lo primero es lo primero, y antes de dar el salto al mundo 2.0 es necesario haberse ganado la credibilidad en el mundo 1.0.

La irrupción de los medios sociales ha supuesto un maravilloso escaparate para difundir nuestro trabajo y servicios que hay que saber aprovechar, pero previamente es necesario haber demostrado ser capaz de generar valor al mercado. La mejor garantía de una buena marca personal son unos clientes satisfechos.

Por último, una buena marca personal se levanta sobre dos pilares: *networking* y hablar en público. Respecto al primer pilar, hay una idea muy distorsionada acerca de su verdadera esencia. *Networking* es ayudar a los demás a tener éxito. Si actúas así, te ocurrirán cosas buenas. Eva Collado siempre está dispuesta a apoyar y contribuir con su tiempo, conocimiento, experiencia y redes, a que otras personas triunfen.

Respecto al segundo pilar, cada vez que una persona habla en público es una ocasión de impactar, y por tanto, de que su marca personal mejore. Es difícil ser un referente en algún campo sin capacidad de comunicación sobre el escenario. Una persona que empieza a aportar valor a una comunidad siempre es demandada en foros, congresos y eventos para transmitir su expertise, y es esencial desenvolverse con cierta soltura, seguridad y desparpajo sobre la tarima.

Eva Collado ha sido en los últimos años, una de las conferenciantes más solicitadas en España en temas de marca personal, e igualmente sus servicios como *speaker* han sido demandados al otro lado del Atlántico.



Me consta también que tiene propuestas en firme para dar charlas en varios países latinoamericanos.

Sobre Eva Collado

Conozco a Eva Collado y tiene muchas virtudes, pero una de las que la ha llevado a ser una referente en el tema que nos ocupa, es que es una 'curranta': echa horas, tanto detrás del ordenador como en la calle. Algunas personas pensarán que su éxito es fruto de la suerte. Es el recurso preferido de los perezosos. Si ella ha tenido suerte y yo no, la ecuación está hecha y me puedo ir a dormir tranquilo y así evitar tomar acción. Un conocido entrenador de baloncesto decía cierta vez: «Cuando empiezas a hacer depender tu vida de la suerte, la suerte empieza a volverse en tu contra». La suerte siempre está del lado de los osados.

Si quieres construir una marca personal sólida y duradera, tienes que estar dispuesto a trabajar duro, no sólo en los comienzos, sino también después. Primero, para crearla, y luego, para mantenerla. Los esfuerzos irregulares no producen réditos sostenibles. La consistencia siempre es una aliada de una buena marca personal. Porque la marca no es otra cosa que una promesa de expectativas; la marca se basa en la confianza; y esa confianza es el resultado de demostrar lo que se promete de manera 'consistente' a lo largo del tiempo. La marca personal es fruto de la constancia y el aprendizaje continuo.

Si por el contrario quieres algo rapidito, tipo *fast food*, deja este libro ahora mismo y no pierdas el tiempo, aun a sabiendas de tirar piedras contra el tejado de la propia autora.

La marca personal no consiste en tener 'fama' (ser conocido), eso es sólo un resultado, sino en tener 'buena fama' (ser reconocido), esto es, en ser conocido por aportar algo valioso a una comunidad. La primera se sustenta sólo en los fuegos artificiales y el confeti; la segunda, en hacer mejor y más fácil la vida de la gente. Y después viene la fama. Si sólo pien-



sas en la alfombra roja, los autógrafos y los focos, te auguro un desenlace no muy prometedor.

Otro aspecto destacable de la autora es su cercanía; y esa cercanía se manifiesta con todo el mundo por igual, además de intentar atender y contestar a todos los mensajes, solicitudes y comentarios en sus redes sociales, sin olvidar una palabra de cariño, ánimo e inspiración, cuando intuye que la persona que hay al otro lado de la pantalla lo necesita. Eso es un desgaste de tiempo, esfuerzo y energía, que no todos quieren ni están dispuestos a asumir. Y esto también la diferencia: no sólo habla de lo que sabe sino que conecta con la gente. Es muy consciente –y lo ejemplifica– que la RED son las personas. No es casual que una de sus frases preferidas, y que repite con frecuencia, sea de Chris Brogan, experto en social media, quien decía: «Hay un ser humano detrás de cada tweet, blog y correo electrónico. Recuérdalo».

Como consecuencia de ello, la gente quiere tenerla cerca. El afecto siempre genera proyecto. La gente quiere que Eva Collado participe en sus proyectos, porque se siente a gusto trabajando con ella, y eso forma parte también –y mucho– de la marca personal. Lo ‘emocional’ (conectar) da solidez a la ‘racional’ (saber) y garantiza mucho mejor su supervivencia a largo plazo.

En cierta ocasión le pregunté para una entrevista cómo se definía. Las dos palabras que utilizó para responderme fueron: apasionada y cercana. Si la conoces o tienes la oportunidad de conocerla, verás que es así.

Sobre su cercanía ya he dicho algo, y sobre su pasión, ahí radica otra de las huellas de su éxito: pone el alma en lo que hace. Y ya sabes: para que otros amen lo que haces, tú tienes que hacer lo que amas.

Hay otras virtudes también apetecibles que describen a la autora, pero hay una que aprecio especialmente. Eva Collado es una tía ‘echada para delante’. Para triunfar y ser feliz hay que ser valiente. Vivir es atreverse a que a uno le sucedan cosas. Todos tenemos miedos y todos tenemos



dudas, la cuestión es qué hacemos con nuestros miedos y con nuestras dudas. Si quieres tener éxito, tienes que demostrar coraje. El cobarde vive instalado en la nostalgia y la frustración: en la nostalgia porque el tiempo pasó; en la frustración porque le hubiera gustado atreverse y no lo hizo. La cobardía mata a las personas, las anula, las hace sentir pequeñas y convierte su paso por la vida en una existencia sin pena ni gloria.

Por último, destacaría otro rasgo que distingue a l@s mejores y que forma parte de lo que hoy es la marca personal de Eva Collado: no escamotea sus carencias. Como hacen todas las personas que llegan lejos, pide ayuda cuando lo necesita. No se instala en el orgullo y la autosuficiencia que conducen a la ignorancia y el estancamiento. La sabiduría y el crecimiento personal siempre son socios de la humildad, término que la autora utiliza –y mucho– para recordarse y recordarnos que siempre queda mucho por aprender. Preguntar, pedir *feed-back* y rodearse de gente mejor que uno en otras áreas, es una práctica inigualable para seguir avanzando y creciendo.

Para concluir...

¿Qué si tú puedes ser una marca personal de éxito? Por supuesto, sólo tienes que decidirlo y poner la responsabilidad sobre tus espaldas. La determinación –ganar o morir– es el factor primordial para ello.

Puedes triunfar en cualquier cosa que te propongas. En esta vida, todo se decide y todo se aprende. Primero, uno decide lo que quiere, y segundo, aprende todo lo necesario para llegar donde quiere llegar a través del estudio y la práctica.

No busques excusas que te harán quedar rezagado mientras otras personas te adelantan. No importa tu pasado si estás dispuesto a construir tu futuro. Lo importante no es si sabes, sino si estás dispuesto a aprender: o eres víctima o eres protagonista. No puedes esperar a que nadie te resuelva la vida, porque nadie lo hará. El futuro no es lo que va a pasar sino lo que vas a hacer.



Y no te demores, porque nada tarda como lo que no se empieza. Sal ahí fuera y dale al mundo el mordisco –tu mordisco, el que tú decidas– que te corresponde. Te está esperando. Recuerda las palabras de Zig Ziglar: «Naciste para ganar, pero para ser un ganador, tienes que planificar cómo ganar, prepararte para ganar, y esperar ganar».

Acabo como empecé: si quieres construir una sólida marca personal, aprende de l@s mejores. Y Eva está entre l@s mejores. Lo demás, en las páginas siguientes.

Francisco Alcaide Hernández
Autor de 'Aprendiendo de los mejores' y 'Tu futuro es HOY'
www.franciscoalcaide.com @falcaide