



## Gemma Rubio Rodrigo

Madrid, España  
Conferencista | Capacitador | Coach | Docente | Moderador | Panelista

**País de residencia:** España

**Nacionalidad:** España

**Idiomas:** Español, Inglés

0.0



Comentarios (0)

### Áreas de conocimiento

Estrategia de comunicación, Identidad de marca, Marca personal, Estrategia online, Quien eres como empresa, Estrategia de Marketing, Mejora tu perfil de LinkedIn.

### Descripción del perfil

La comunicación es mi combustible y soy apasionada sobre el conocimiento del comportamiento humano. Conecto a las personas desde que tengo uso de razón. Estratega visionaria con un profundo entendimiento de la estrategia de comunicación, la neurociencia y el neuromarketing. Como fundadora de Define The Fine y miembro fundador de la Cátedra EduEmer (Universidad Pablo de Olavide en Sevilla), fusiono conocimientos de diversos campos para crear soluciones transformadoras para marcas globales. Con más de 15 años de experiencia, empodero a organizaciones visionarias fomentando conexiones duraderas que impulsan un crecimiento sostenible y una innovación continua. Reconocida por mi trabajo pionero en economía del comportamiento, moldeo narrativas de marca, elevo la cultura organizacional e influencio el comportamiento del consumidor. Mi orientación estratégica permite a las organizaciones alcanzar sus objetivos y superar expectativas, teniendo un impacto significativo en sus respectivos campos y comunidades. Mi compromiso con la excelencia me ha valido reconocimientos como Mejor Mentora (2024), Liderazgo Femenino (2023) y Ecosistema de Startups (2023). En Define The Fine, lidero proyectos para clientes internacionales tanto en español como en inglés, centrándome en la comunicación, el neuromarketing y el comportamiento económico. Cultivo las ideas de mis clientes, ayudo a los emprendedores a forjar marcas sólidas y establezco una comunicación más impactante con sus clientes y marcas. También comparto mi amplio conocimiento enseñando Neuromarketing y Comunicación a estudiantes de máster, directivos y emprendedores en diversas escuelas de negocios. Como Mentora Registrada en la Asociación de Mentores de España, ofrezco orientación internacional sobre estrategia, creación de negocios, branding, comunicación y diversidad. Participo activamente en iniciativas de mentoría con organizaciones como "EIT Food", "Impulse4Women" y "Kaspersky Exploring Russia", y comparto mis conocimientos como ponente en eventos centrados en la comunicación, el neuromarketing, el emprendimiento y la diversidad. Mis contribuciones se extienden al ámbito de las publicaciones, donde me desempeño como escritora para plataformas como todostartups.com y PuroMarketing. Además, ocupo el cargo de Editora en la revista Insights, afiliada a la Asociación Internacional de Ciencia y Negocios de Neuromarketing. Mi compromiso con la excelencia y mi enfoque visionario me convierten en una destacada en mi campo.

### Conferencias, Cursos o Talleres

#### Como Definir la personalidad de tu empresa

De 2 Horas a 4 Horas

¿Cómo nos comunicamos? ¿A quién nos dirigimos? ¿Cómo nos ven nuestros clientes? Es muy importante definir quienes somos como empresa y cuál es nuestro propósito. Necesitamos crear una buena base en nuestra empresa, para crear una marca sólida y fuerte. Es vital para crear un vínculo fuerte con nuestros empleados y nuestros clientes.

#### Construye tu presencia profesional en LinkedIn

Sin especificar

LinkedIn se ha convertido en una plataforma imprescindible en la que mejorar nuestro posicionamiento como profesional. Crea un perfil 5 estrellas y hazlas brillar!

#### Estrategia de Marketing basica

Flexible

Estrategia de marketing básica, 8 pasos con los que podemos comenzar a trabajar y dirigir las acciones de marketing de forma adecuada

#### Define tu marca Personal

Sin especificar

Todos tenemos una marca personal, lo separamos o no. Pero no todos la tenemos clara ni bien definida. Esto es importante para poder dirigirnos hacia donde más nos interese, seamos empresarios, estemos buscando un nuevo empleo o si queremos un ascenso. Vamos a trabajar todos los pasos para posicionarnos como realmente nos merecemos.

#### La paradoja de la comunicación humana en la era tecnológica

Sin especificar

Para que una comunicación sea efectiva es imprescindible que el receptor del mensaje pueda entender lo que estamos tratando de comunicar. En la era tecnológica, cuando muchas veces nos comunicamos sin vernos a través de plataformas online o aplicaciones, este aspecto cobra más importancia que ya hay muchos factores que tenemos que tener en cuenta y muchas veces pasamos por alto. ¿Estamos comunicando bien o vamos tan rápido que no nos paramos a pensar si nos están entendiendo nuestros clientes? Si nuestros clientes no nos entienden, no les costará nada irse con la competencia, con aquellos a los que puedan entender mejor y con los que puedan conectar. Veremos todos los factores que influyen en una buena comunicación y trabajaremos en ellos desde la base para poder crear una fuerte conexión con todas las personas que interactuemos.

#### Que comunicamos cuando NO estamos hablando

De 1 Hora a 2 Horas

¿Alguna vez te has detenido a pensar en todo lo que comunicamos sin decir una palabra? Cada gesto, cada mirada, incluso la forma en que nos movemos en un espacio, todo envía un mensaje. Es fascinante cómo nuestras acciones, ya sean conscientes o inconscientes, hablan por nosotros, revelando mucho más de lo que podríamos imaginar. En esta sesión, nos adentraremos en el impacto que tienen estos conceptos en nuestras percepciones y decisiones cotidianas. Descubriremos cómo la primera impresión puede influir en nuestras interacciones, nuestras elecciones y hasta en nuestros juicios. Analizaremos el efecto Halo y la belleza Visceral. Ya sea que estés interesado en comprender cómo se forman las opiniones sobre nosotros o en aprender estrategias para causar un impacto positivo desde el primer momento, esta charla te ofrecerá valiosas perspectivas que podrás aplicar en tu vida diaria, tanto laboral como personal.

## Experiencias

### Reviewer

Insights Magazine

2017 - Actual

### Founder

Define The Fine

2015 - Actual

### Lecturer

CEF (Madrid)

2020 - Actual

### Ambassador

Impulse4Women

2019 - Actual

### Redactor

Todostartups.com

2020 - Actual

### Public Relations Officer

Women in Tech - The Netherlands

2020 - Actual

### Online Strategy Director

LEAD TCML

2017 - 2018

### Founder

Floeijs

2014 - 2017

### Country Manager Spain

Symboloo BV

2013 - 2016

## Estudios

### Transformación digital para mujeres líderes

Mujeres líderes de las Américas

2020

### Human Computer Interaction

Interaction Design Fundation

2019

### **Conducting Usability testing**

Interaction Design Foundation

2018

### **UX Management: Strategic and Tactics**

Interaction Design Foundation

2018

### **Public Speaking Fundamentals**

Lynda.com

2016

### **Subtle Expressions Expert Leven**

Paul Ekman Group

2015

### **Business Administration and Marketing management**

CEREM

2005

### **Crisis Communications**

National Association of State Boards of Accountancy (NASBA)

### **UI Design patterns**

Interaction Design Foundation

### **Get your product used: Adoption and appropriation**

Interaction Design Foundation

### **How to create intuitive products by imitating phisicality**

Interaction Design Foundation

### **Google Digital Garage**

Google

## **Artículos**

### **La importancia de la tipografía en la identidad de marca: transmitiendo personalidad y comunicando con efectividad**

La importancia de la tipografía a la hora de crear la identidad de marca de nuestra empresa.

<https://www.puromarketing.com/55/212365/importancia-tipografia-identidad-marca-transmitiendo-personalidad-comunicando-efectividad>

### **¿A que nos referimos cuando hablamos de familiaridad de una marca o un producto?**

Por lo general las personas decimos que nos gustan los productos novedos e innovadores, pero a la hora de la verdad, lo que nos gusta son los productos conocidos, lo que nos resulta familiar. Es muy importante tenerlo presente a la hora de definir la estrategia de nuestra empresa

<https://www.puromarketing.com/44/36546/referimos-cuando-hablamos-familiaridad-marca-producto>

Estando solo es muy difícil triunfar

<https://www.todostartups.com/emprendedores/marketing/pablo-fernandez-clicars-estando-solo-es-muy-dificil-triunfar>

Kaspersky crea un programa de aceleración de turismo sostenible

<https://www.todostartups.com/agenda/kaspersky-crea-un-programa-de-aceleracion-de-turismo-sostenible>

Impulse4Women: Plataforma que facilita la conexión entre mujeres e inversores

<https://www.todostartups.com/emprendedores/inversiones/impulse4women-plataforma-que-facilita-la-conexion-entre-mujeres-e-inversores>

Cómo impactan los puntos de contacto con el cliente (Touchpoint) en el customer journey

<https://www.todostartups.com/emprendedores/marketing/como-impactan-los-puntos-de-contacto-con-el-cliente-touchpoint-en-el-customer-journey>

User experience vs Customer Experience

<https://www.todostartups.com/emprendedores/marketing/user-experience-vs-customer-experience>

¿Estás utilizando el Priming de tu marca correctamente?

<https://www.todostartups.com/emprendedores/recursos-humanos/estas-utilizando-el-priming-de-tu-marca-correctamente>

“The patience effect”

<https://www.todostartups.com/emprendedores/marketing/the-patience-effect>

Efecto Diderot: Tendencia en Marketing

<https://www.todostartups.com/emprendedores/marketing/efecto-diderot-tendencia-en-marketing>

**Perfil en Mentés a la Carta**

<https://mentesalacarta.com/conferencistas-capacitadores-coaches/gemma-rubio>