
Ranking de Colegios Privados 22

Salarios de mercado en Costa Rica 13

Cmap Tool, Herramienta de alto calibre 36

Parapente de aventura 38

Expoempleo **Desarrolle su** **Marca personal**

Simon Vetter presenta sus ideas acerca de lo que él denomina la “Marca Personal”. Ante un ambiente empresarial cada vez más competitivo, sus planteamientos se convierten en insumos para el desarrollo laboral de los ejecutivos del nuevo siglo. **P.14**



Porte Pagado
Port Payé
Permiso N°130



¿Cómo mejorar la relación entre el departamento financiero y el de mercadeo? P.10

¡Destáquese!

Desarrolle su Marca Personal

En un mundo globalizado como el de hoy, donde los paradigmas laborales cambian dramáticamente, donde el concepto de seguridad laboral ya no existe y la capacidad de reinventarse cada día es vista por los empleadores como algo indispensable; el surgimiento de nuevos conceptos como el de Marca Personal, nos dan una fresca perspectiva de hacia dónde caminan las empresas. “Hijo” de Simón Vetter (ver recuadro: ¿Quién es Simon Vetter?), este novedoso concepto busca responder las expectativas de las personas en cuatro áreas básicas:

- 1. Un deseo fuerte por el trabajo significativo:** es decir, estar satisfecho con el trabajo, tener el sentimiento y la certeza de que se contribuye a una buena causa. Un trabajo que está de acuerdo con sus valores, con ese hermoso sentimiento de hacer la diferencia.
- 2. Reconocimiento y pertenencia:** recibir reconocimiento, sentirse parte del equipo, contribuir con ideas, ser escuchado... y lograr ascensos.
- 3. Independencia:** más autodeterminación, horarios flexibles, más vacaciones, tiempo de calidad con la familia, trabajar en casa evitando los viajes de hasta dos horas diarias al trabajo.
- 4. Y por supuesto ¡más dinero!:** un sueldo creciente, compensación justa por sus servicios, seguridad financiera, capacidad de proveer a su familia... ¡Pagar la hipoteca, sin preocupaciones!

Entonces...

¿Qué es la Marca Personal?

Sin duda, quien mejor puede responder esta pregunta es el “padre de la criatura”, Simon Vetter, que explica: “Hagamos lo que hagamos dejamos una impresión... las personas alrededor de nosotros nos observan, ya sea en el trabajo, en casa, en el gimnasio o en un restaurante. Nuestra marca está basada en la experiencia que las personas tienen con nosotros... cada acción, cada palabra, cada elemento de nuestra apariencia es notada, grabada y juzgada por todos. Siempre dejamos una impresión porque la marca personal es la esencia de USTED, cómo es visto por otros”.

Y es aquí precisamente donde el asunto se pone interesante, pues Vetter plantea dos opciones: o se deja el proceso al azar, esperando que las personas entiendan nuestros mensajes y características o nos hacemos cargo, sistematizando nuestra estrategia

hacia la marca personal.

5 Visiones y 5 Mandamientos

En su libro Stand Out! (¡Destaca!, su versión en español) el autor enfatiza en diez grandes reglas divididas en visiones y mandamientos, a partir de las cuales usted puede construir, sistematizar y consolidar su Marca Personal.

Visiones:

- 1. La experiencia crea la marca:** conozca mentores y aprenda, escuche su entorno atentamente, realímbese de sus compañeros y clientes.
- 2. La marca personal es cómo los otros lo perciben,** lo que realmente importa es lo que los demás pueden creer que usted puede hacer por ellos.
- 3. Una marca personal genuina** tiene que estar arraigada en una causa con sentido, una pasión o compromiso profundo.
- 4. Las marcas fuertes movilizan a las personas.** Ellas consiguen que las personas actúen porque hay una conexión emocional entre la marca, el mensaje y el cliente.
- 5. El reconocimiento de marca** se construye cuando las personas que nunca se lo han encontrado saben quién es usted.

Mandamientos

- 1. Identifique y reconozca la esencia de usted.** Eso se vuelve su factor singular y distintivo.
- 2. Tiene que amar lo que está haciendo,** ame lo que hace, haga lo que lo apasiona, lo que más le importa... lo que lo levanta por la mañana.
- 3. Siempre sepa quién es su cliente y lo que quiere...** proporcionele soluciones. Realmente entienda los asuntos, desafíos y problemas de sus clientes.
- 4. Encuentre algo que puede hacer mejor que los demás y...** vuélvase muy, muy, muy bueno en eso.
- 5. Cree visibilidad y expóngase, hable, escriba, conéctese, haga relaciones públicas.** La consolidación de la Marca Personal requiere de un esfuerzo sostenido... coraje, entrega y en palabras de Simon Vetter: “Pasión, alma... cosas que vienen de adentro... el corazón de una marca...” EKA

En el marco de Expoempleo se presentó Simon Vetter y sus ideas acerca de lo que él denomina la “Marca Personal”. Ante un ambiente empresarial cada vez más competitivo, sus planteamientos se convierten en insumos para el desarrollo laboral de los ejecutivos del nuevo siglo.

¿Quién es Simon Vetter?

Con casi 20 años de experiencia en mercadeo y ventas, Simon Vetter aconseja y entrena a profesionales de negocios en gerencia de marca personal, cambio conductual y desarrollo del liderazgo.

En el transcurso de su carrera ha trabajado con ejecutivos y asesorado líderes de prestigiosas empresas como 3M, Lufthansa, IBM, Procter & Gamble y Siemens, entre otras.

Vetter ganó el equivalente al grado de Master en Negocios y Mercadeo de la Universidad de Berna, Suiza y habla con fluidez inglés, alemán y francés. Nació en Suiza y ahora vive en San Diego, California.



¿Cuál es la Competencia más importante que debe tener un empleado en su empresa?



Empresa: Adecco Costa Rica
Contacto: Alba Solano
Cargo: Jefe de Reclutamiento y Selección
Web site: www.adeccocr.com

“Es muy importante la actitud, generalmente se compensa la falta de experiencia con una actitud positiva”.



Empresa: AdvanceMe, Inc
Contacto: Carolayn Delgado
Cargo: Jefe de Recursos Humanos
Web site: www.advanceme.com

“Buscamos personas capaces de trabajar en equipo, que se identifiquen con la cultura organizacional de la empresa y con un alto sentido de servicio al cliente”.



Empresa: Alienware
Contacto: Lisbeth Thomas
Cargo: Supervisora de Recursos Humanos
Web site: www.alienware.com

“Lo más importante es contar con un nivel de inglés de un 85% o superior. Además, debe ser una persona que le apasione todo lo relacionado con la tecnología de punta. Ser flexible, con capacidad para amoldarse al cambio, tener mucha versatilidad”.



Empresa: AvVenta Worldwide
Contacto: Fabricio Soto
Cargo: Director de Reclutamiento
Web site: www.avventa.co.cr

“Enfocado al servicio al cliente, nuestro trabajo debe ser de la mejor calidad para nuestros clientes”.



Empresa: BAC San José
Web site: www.bacsan jose.com

“Debe tener valores. Esto nos garantiza integridad, respeto, disciplina, mejoramiento continuo, confiabilidad, lo necesario para formar parte del equipo del Grupo Financiero BAC/Credomatic/Network”.



Empresa: Banca Promérica
Contacto: María Laura Quirós
Cargo: Gte. de Recursos Humanos
Web site: www.promerica.fi.cr

“Tiene que ser una persona proactiva, que genere ideas y que busque soluciones a los problemas en los diferentes puestos, porque nuestro lema es “lo que hacemos lo hacemos fácil y lo hacemos bien”.