



HEMEROTECA » EL TIEMPO »




INICIO

NOTICIAS

DEPORTES

ECONOMÍA

OPINIÓN Y BLOGS

GENTE

SERVICIOS

FOTOS Y VIDEO

Lo + visto Fotos Vídeos Titulares Imágenes edición impresa Asturias s. XXI Cine Guía del ocio Documentos Anuncios breves TodoSporting

[Lne.es » Nalón](#)



FÓRMULA UNO



El R-28 de Alonso

[El blog de Álvaro Faes »](#)

## El empresario Andrés Pérez muestra en Valnalón cómo vender «la marca propia»

En su charla «Yo, S. A.» explicó varios métodos para aprender a destacar en el ámbito laboral

VOTE ESTA NOTICIA ☆☆☆☆☆



Langreo, Lucía CORTINA

«Todos tenemos una marca propia y cada persona ha de esforzarse en aprender a descubrir cuál es la suya». En esta premisa fundamenta su teoría el empresario madrileño Andrés Pérez, que desde hace años defiende la necesidad de aprender a descubrir las virtudes propias y utilizarlas para destacar en el ámbito empresarial. El pasado jueves ofreció una ponencia en el centro de interpretación del Museo de la Siderurgia (Musi) que dio en titular «Yo, S. A.». Esta actividad, inscrita en el Club LA NUEVA ESPAÑA en las Cuencas, contó con la organización de Davinci Domótica y la Ciudad Tecnológica de Valnalón.



Publico asistente a la charla de Andrés Pérez, al fondo, Juan plaza

Andrés Pérez explicó que para descubrir la marca personal «los profesionales tenemos que ser conscientes de quiénes somos, lo que sabemos hacer y lo que tenemos que mejorar para desarrollar nuestro trabajo con eficacia». Durante su charla en el Musi, ilustró su teoría con diversas diapositivas que le sirvieron para facilitar la comprensión del concepto que defiende. Así, el empresario mostró la imagen de un iceberg para explicar la escasa valía de los currículum, al indicar que «estos datos constituyen el 10 por ciento de la información acerca de nuestras cualidades, mientras que el resto queda sumergido». También apeló a la participación de los asistentes al mostrar la imagen de una bebida gaseosa de una famosa marca y otra comercializada bajo la firma de un supermercado y pedirles que eligieran una de ellas. Con ello, trató de mostrar en qué medida las marcas influyen en las elecciones de los consumidores al aportarles confianza, de la misma forma que la marca personal hace destacar a cada trabajador dentro de una empresa, ya que, según señaló, «permite a los profesionales asumir un papel más efectivo y activo en las labores que desempeñan».

MULTIMEDIA

Fotos de la noticia

COMPARTIR



ENVIAR PÁGINA »

IMPRIMIR PÁGINA »

AUMENTAR TEXTO »

REDUCIR TEXTO »

¿qué es esto?

<p><b>Cursos en Asturias</b> Tenemos el Curso que buscas ¡Contáctanos y Especialízate!</p>	<p><b>Obra nueva en Llanes</b> Pisos 1 a 4 dormitorios desde 54 m<sup>2</sup> y 156.000 € en Llanes, Asturias</p>
--	---

CONÓZCANOS: CONTACTO | LA NUEVA ESPAÑA | CLUB PRENSA ASTURIANA | PUNTOS DE VENTA | PROMOCIONES

PUBLICIDAD: TARIFAS | AGENCIAS | CONTRATAR



Lne.es y La Nueva España son productos de **Editorial Prensa Ibérica**  
Queda terminantemente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos ofrecidos a través de este medio, salvo autorización expresa de La Nueva España. Así mismo, queda prohibida toda reproducción a los efectos del artículo 32.1, párrafo segundo, Ley 23/2006 de la Propiedad intelectual.



Otras publicaciones del grupo **Editorial Prensa Ibérica**  
Diari de Girona | Diario de Ibiza | Diario de Mallorca | Empordà | Faro de Vigo | Información | La Opinión A Coruña | La Opinión de Granada | La Opinión de Málaga | La Opinión de Murcia | La Opinión de Tenerife | La Opinión de Zamora | La Provincia | Levante-EMV | El Boletín | Mallorca Zeitung | Regió 7 | Superdeporte | The Adelaide Review