

LIDERAZGO

MANUEL MIGUEL HERNÁNDEZ*



ICE - UNIVERSIDAD DE LLEIDA

PROGRAMAS de DESARROLLO DIRECTIVO y del LIDERAZGO
"Formación para directivos líderes"
www.ingenio.cat | www.ingenioschool.com



Estrategia para el éxito en tu carrera profesional

Cada persona ha de tener en cuenta que su empleabilidad depende directamente de dos factores: de sí mismo y del entorno en que se encuentra. Suponiendo que nos encontramos en un entorno determinado, consideramos 5 factores clave que definen nuestra empleabilidad: el autoconocimiento, el perfil profesional, las actitudes, el *networking* y el *branding* personal. Todos estos factores son dinámicos y han de ser revisados con frecuencia por los cambios que acontecen en los mercados y en nosotros mismos. El autoconocimiento nos lleva a buscar trabajar en aquellos puestos en que hay el mayor solape posible entre la contestación a estas dos preguntas: ¿Qué quiero hacer?, que refleja mis intereses y motivaciones y ¿Qué puedo hacer?, que refleja el análisis del entorno. Si el entorno no es el adecuado, postularnos para trabajar será frustrante y no conseguiremos los resultados apetecidos.

En el perfil profesional, es importante no caer en la tentación de aplicar para puestos en que no damos la talla. Recuerda que no por aplicar a un mayor número de puestos tenemos mayor posibilidad de que nos escojan en alguno de ellos. Por el contrario, cuanto más acotemos lo que buscamos y conozcamos a ese entorno empresarial con mayor detalle, más posibilidades tenemos de resultar los elegidos en una selección. Es preferible aplicar pocas veces pero con un gran conocimiento, personalización y preparación de lo que estamos haciendo que aplicar un gran número de veces de forma clónica, superficial y con gran desconocimiento de la empresa y/o el sector. También es importante tener en cuenta la *transversalidad* de nuestro conocimiento y experiencia. O sea, conocer los contenidos de los puestos de trabajo a los que aplicamos, para que sean similares o extrapolables a nuestra experiencia. Por ejem-

plo, un bombero podría aplicar a un puesto de policía, dado que hay un *lenguaje común*: disciplina, preparación física, cadena de mando, horarios de trabajo, cultura, etc.

En cuanto a la actitud, algunos la consideran como el factor más decisivo. Aquí hemos de procurar tener la visión de la empleabilidad como algo atractivo y hasta lúdico y divertido. Demostrar un alto grado de implicación y compromiso y encarar las situaciones de forma proactiva.

El *networking* consiste básicamente en construir relaciones con otras personas. Los principales ejes que habremos de trabajar para tener un *networking* efectivo son: 1) darnos a conocer para conseguir visibilidad; 2) conocer mejor a las personas de nuestro entorno; 3) identificar oportunidades de empleo. Me refiero a empleos *ocultos*, que no son explícitamente ofertados y que son detectados por un *networker* in-

teligente; 4) solicitar asesoramiento experto e ideas de otros, y 5) compartir conocimiento con los demás.

Por último, en el *personal branding*, nuestro objetivo es llegar a tener una marca personal, es decir, un conjunto de características que te hacen único y diferente del resto de personas. Hay que recordar que no debemos pretender copiar a nadie ni ser como los demás. El éxito radica en tener un argumentario propio, hacer visibles las fortalezas propias y la diferenciación de los demás. Tampoco olvidemos que el CV ha de ser dinámico. Debemos ir incorporando en él nuestros nuevos logros, conocimientos, experiencias, etc.

Para finalizar, te animo a lanzarte a la piscina. El mundo no para de dar vueltas y no podemos estar demasiado tiempo contemplando. "Si esperas que haya otro *case study* en tu sector, será ya demasiado tarde" Seth Godin.

(*) MANUEL MIGUEL HERNÁNDEZ ES CONSULTOR EXPERTO EN RRHH, ORGANIZACIÓN Y ESTRATEGIA. ORIENTADO A LA FORMACIÓN DE HABILIDADES DIRECTIVAS, COMERCIALES Y SOCIALES. LECTURER Y CONSULTOR DE INGENIO, LEADERSHIP SCHOOL.

CONSUMO

El gasto de las familias cayó un 16% durante la crisis económica

Según desvela un estudio del BBVA

[MADRID] El gasto de las familias cayó un 16% entre 2007 y 2014, con un comportamiento muy heterogéneo entre las diferentes regiones de España, según el informe denominado 'Crisis, gasto de los hogares y estructura familiar: el ratio de Palma de la economía española (2007-2014)' elaborado por BBVA Research.

El informe explica que la crisis ha producido en España cambios en los niveles de vida de los distintos grupos sociales al analizar la distribución del gasto de los hogares entre 2007 y 2014 partiendo de los datos de la Encuesta de Presupuestos Familiares elaborado por el INE.

Los resultados del análisis de BBVA indican que la desigualdad en la distribución del gasto de los hogares españoles se redujo alrededor de un 9% entre 2007 y 2014, al tiempo que el gasto agregado disminuía un 16%.

RAC1
768.000 oients
38,2% de share*

CATALUNYA RÀDIO
614.000 oients
21,4% de share*

CADENA SER
397.000 oients
17% de share*

1 LÍDERS

2n EGM 2015
RAC1, LA RÀDIO MÉS ESCOLTADA
768.000 OIENTS

RAC1, LÍDER 20 EGM CONSECUTIUS. LÍDER DE DILLUNS A DIJUMENGE. MOLTES GRÀCIES A TOTS.

* Font EGM: Ràdio Catalunya - onada EGM abril/maig 2015

RAC1
TOTS SOM 1