

>> EXPANSIÓN & EMPLEO

> NOMBRAMIENTOS

**Socia de Norman Broadbent**

Loreto González es licenciada en Empresariales por la Universidad de La Coruña y máster en Finanzas Internacionales por la Heriot Watt University de Edimburgo (Reino Unido). Comenzó su carrera profesional trabajando en Royal Bank of Scotland y Deutsche Bank. En 2007 se incorporó al área de *executive search* de Norman Broadbent.

**Director general de Adecco Outsourcing en España**

David Herranz estudió en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Autónoma de Madrid, PDD en el Instituto Empresa y PDL en IMD Lausanne. Durante los últimos diez años ha ocupado distintas posiciones dentro del grupo. En 2010 fue nombrado director de Adecco Training en España.

**Secretario general del campus de Madrid del IESE**

Yago de la Cierva es licenciado en Derecho por la Universidad de Santiago de Compostela y doctor en Filosofía por la Universidad de Navarra. Se incorporó al IESE en 2009 como director de programas en *executive education* Campus Madrid y en julio de ese año fue nombrado director de comunicación.

**Director de grandes cuentas de Compensa**

José Manuel Barrios posee un máster en Administración de Empresas por el Instituto de Empresa de Madrid. Ha desarrollado su labor profesional como director comercial y de marketing en la FORTA y RTVV. Desde 2009 ha sido socio administrador de CHC Publicidad.

**Director de BLC Comercial Madrid**

Miguel Angel Laso es licenciado en Derecho y PDD en IESE. Cuenta con más de 25 años de experiencia en el sector bancario y asegurador. Ha sido consejero de Banco Santander Colombia, consejero de Banco Santander Panamá, apoderado general de Panamá, y vicepresidente ejecutivo de Banco Santander Colombia.

**Director comercial de LID Editorial Empresarial**

Antonio Molina es licenciado en Dirección y Administración de Empresas por la Universidad de Castilla-La Mancha y máster en Edición por la Universidad Autónoma de Madrid. Posee experiencia en posiciones comerciales y gerenciales en empresas de alimentación, como Grupo Forlasa y Grupo Dhul.

**Director de desarrollo industrial del Grupo Wisco**

Diego Mendióroz es ingeniero industrial con especialidad mecánica por la Universidad Pública de Navarra y alumno del MBA *Executive* de Ide-Cesem. Ha trabajado durante varios años como ingeniero de procesos e ingeniero de producción en JRW Automotive Spain y Kayaba Suspension Systems.

**Consultora de Dédalo Comunicación**

Cristina Garrido es licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid y máster en Comunidades Europeas por la Universidad Politécnica de Madrid. Cuenta con casi 25 años de experiencia en medios. Ha trabajado en diarios como YA, El Independiente, Expansión y Cinco Días.



www.psicsoft.com - La mejor plataforma de contenidos para la Fuerza de Ventas

Especialización | Opinión | Entrevistas | Recetas Comerciales | Premio al Mejor Análisis

PSICSOFT

Opine sobre las cuestiones aquí planteadas en www.expansion.com/empleo/opinion



CABAÑAS

Ni tanto ni tan calvo

PILAR CAMBRA

No, no es una exageración ni una visión pesimista y negra como ala de cuervo: es una realidad comprobada y comprobable día tras día, semana tras semana y años tras año -para quien tenga la suerte de permanecer en su puesto largo tiempo- que el trabajo es una dura escuela en la que hay que aprender a vivir de manera espartana y muy sacrificada...

Desaparecida la *mili* obligatoria, en la que según se decía uno aprendía a «hacerse un hombre», es el trabajo el duro banco en el que mujeres y hombres deben vencerse, superarse, poner toda la carne y todo su talento en el asador para mantenerse a flote y sacar la cabecita en medio de las turbulentas aguas de la competencia personal y profesional.

Y quizá lo más arduo y difícil de sobrellevar en esta escuela que es el trabajo sean las evaluaciones... Por mucho que uno trate de escapar de ellas, nadie se libra en el trabajo del sometimiento a la autoevaluación o a la evaluación de otros, sean jefes, colegas o subordinados...

> MUY PERSONAL

Algo de coherencia

IGNACIO BELINCHÓN

Leo en la prensa la propuesta de la CEOE para terminar con el desmadre de los puentes que se producen como consecuencia de los días festivos (nacionales y locales). Por fin alguien tiene algo de coherencia en sus peticiones.

¿Han visto el de diciembre de este año?. Con tres días de vacaciones desapareces nueve días. Y luego, nada vuelve a arrancar hasta el 9 de enero. Para esos «macropuentes» no parece que exista crisis, las carreteras se llenan y todos salimos donde haga falta. Que nos quiten lo bailado. Así vamos. Eso sí, que me abonen la extra puntualmente. No es sólo un problema de puentes y de días festivos. Es también un problema de estupideces locales y regionales. Si un día es festivo en Madrid pero no en el resto de España, también se para el país. ¿No podemos coincidir al menos en estos días festivos?

En España siempre se nos ha tachado de tener una baja productividad, aunque le «echemos» más horas que nadie en Europa. Y cómo no va a ser así, si somos un caos de organización. Un país ha de funcionar como una empresa. Con 17 comunidades (delegaciones) es casi imposible gobernar y liderar. Hace falta arrimar el hombro y ser un bloque para salir de este agujero negro. Agilidad y toma de decisiones. Parece que nadie quiere tomar éstas últimas... Veremos si esa agilidad se ve, al menos, en la formación del nuevo gobierno tras el 20N y se toman decisiones como país, dejándonos de individualidades y actuando como un todo.

Ignacio Belinchón es socio director de Norman Broadbent.

En ocasiones, uno tiene la impresión de que su tarea es tan mínima, tan insignificante, que nadie se va a fijar en su cantidad y calidad... ¡Error, inmenso error! En la maquinaria empresarial, en el entramado del trabajo no hay tornillo o tarea pequeña, y el fallo o el éxito acaban por ser detectados siempre.

Los más valientes suelen entrenarse practicando la autoevaluación: «Yo me examino a mí mismo y, así, estoy más que preparado para que me examinen»... Sabia decisión, oigan: muy sabia. Si optamos por este prudente recurso, aconsejo huir de dos tentaciones. La primera es ponernos a nosotros mismos por las nubes, buscar siempre excusas para nuestros fallos, despreciar cualquier objeción que se haga a nuestro desempeño profesional -«¡qué sabrá este!», «¿y quién se ha creído esta que es para hacerme una crítica?»-; es la tentación de considerarnos «lo más de lo más» y «de lo bueno lo mejor». La segunda tentación es la humildad de garabato, el miedo a no dar la talla, la perenne sensación de que no nos ganamos el pan que comemos. Oigamos el mejor consejo posible antes de emprender nuestra autoevaluación: «andar en verdad» sobre nosotros mismos... Dura pero muy eficaz disciplina.

> EL ANTÍDOTO

Bebés en la red

PASCUAL DRAKE

Si me hubieran preguntado hace diez años qué es lo peor que le puede pasar a la intimidad de un niño, diría que ser hijo de un famoso. Todo el día con guardaespaldas, sorteando *paparazzi* y dando explicaciones de por qué te llamas Brooklyn o Caspar Matthew en lugar de Carmen o José Luis.

Si me lo preguntan hoy, y sin infravalorar la dura infancia de los vástagos de las *celebrities*, diría que lo peor que le puede pasar a un niño es ser hijo de un adicto a las redes sociales. Ser hijo de un *Social Media Heavy User*, como lo llaman los expertos, o de un *Social Media Brasas*, como les llamamos los que no somos tan expertos, supone que tu cara, tu torso, tus babas, tu ombligo, tu intimidad en el término más amplio de la palabra, van a estar expuestos en imágenes las 24 horas de día al veredicto de millones de usuarios de internet.

Que el orgullo paterno supere en ocasiones al sentido común es hasta bonito, siempre que se limite a que la persona piense que su hijo es el más guapo, el más listo o el más simpático. Uno lo piensa, se lo cree, y a otra cosa. Pero, por favor, padres del siglo XXI, idejen de subir fotos de sus bebés a internet! Ellos nunca lo harían. O quizá sí, pero no pueden. Piensen en que ese niño será adulto y se encontrará con su vida narrada, foto a foto, en la red como si de un mini gran hermano se tratara, y sin poder borrar la huella que su padre dejó iPhone en mano. Llámenlos Caspar Matthew, o Brooklyn, pero no interneticen su infancia.

Pascual Drake es periodista.

Publicidad: Director: José M^a Montejo. Tel.: 91 443 55 70. Empleo: M^a José Zapatero / Beatriz González. Tels.: 91 443 55 72 / 91 443 55 71. Jefa de producto-área formación, publicidad RRHH y especiales: Mónica Fernández. Tel.: 91 443 55 75. Formación: Ana Casatilla. Tels.: 91 443 55 73. Coordinación: Daniel Ortiz. Tel.: 91 443 52 80. Madrid: Avda. de San Luis, 25, 28033. Tel.: 91 443 50 00. Fax 91 443 56 35. Barcelona: Eduardo Jaumot. Tel.: 93 227 67 70. Fax 93 227 67 62. Avda. Diagonal, 640. Edif 3-4^a planta 08017