

Fundeseem alumni

Formación COYUNTURA ECONÓMICA

La crisis cambia el perfil de los empleados solicitados del mercado laboral alicantino

> Las empresas consideran más atractivo al ingeniero con Máster en Administración y Dirección de Empresas (MBA) y un alto dominio de idiomas, en especial el inglés

Con motivo de la apertura del Programa de Prácticas para el curso académico 2008-09, Fundeseem ha realizado un estudio con el fin de analizar las tendencias en la demanda de profesionales del mercado actual. Uno de los datos que refleja este estudio es que el 96% de las empresas que han participado en el programa han visto superadas sus expectativas en el trabajo desempeñado por los alumnos en prácticas.

El estudio realizado por el Área de Carreras Profesionales de Fundeseem ha puesto de manifiesto cuáles son los cargos profesionales más demandados por el mercado laboral de la provincia. Está basado en el nivel de demanda de profesionales que experimenta el Departamento de Selección y la Bolsa de Trabajo de Fundeseem, que gestionan una media de 900 ofertas de empleo anuales, todas ellas para puestos cualificados relacionados fundamentalmente con la gestión y la administración de empresas.

Sobre el nivel de puestos directivos, los profesionales más solicitados son aquellos preparados para trabajar en las áreas Financiera y Comercial. Este dato revela un cambio de tendencia respecto a los resultados



FOTO 1
147 X 112

Una encuesta de Fundeseem revela que los empleados más solicitados están relacionados con el área financiera y la comercial

del año 2007, cuando entre las profesiones más reclamadas estaban los directores de Marketing en primer lugar, seguidos de los puestos directivos de los departamentos Comercial y Financiero que ahora ocupan una posición más relevante.

La responsable del Área de Carreras Profesionales de Fundeseem, Cristina Garrido, explica que «el nivel de demanda en puestos directivos de estas dos

áreas ha crecido de manera importante debido al panorama actual de crisis, ya que una de las estrategias en las que inciden las empresas es en reforzar su capital humano en estos departamentos».

El informe confirma que existe una tendencia hacia una mayor demanda de puestos intermedios, siendo los más solicitados los que ocupan el nivel de responsabilidad de jefes de de-

partamento y coordinadores de área. Otros cargos muy reclamados por las empresas en la actualidad son Secretaria de Dirección, Técnico en Marketing y Administrativo. Desde el punto de vista académico se considera como requisito cada vez más indispensable el dominio de idiomas, principalmente el inglés.

Por otro lado, existe una tendencia a que las empresas den

por hecho que cualquier candidato que desee optar a un puesto directivo ha de poseer, además de su carrera universitaria, una formación Master. En la actualidad, el perfil más atractivo corresponde al de un ingeniero con un Master en Administración y Dirección de Empresas (MBA) y dominio de idiomas.

HABILIDADES DIRECTIVAS

El informe de Fundeseem pone de manifiesto que las habilidades directivas más valoradas por las empresas son trabajo en equipo, liderazgo, dinamismo, flexibilidad, innovación, y creatividad. Otras que también están muy cotizadas son orientación a resultados, proactividad y capacidad resolutoria.

En lo que se refiere a la Bolsa de Empleo este año ha apostado por reinventarla para conectar los candidatos que mejor se adapten al perfil deseado de las empresas. Para ello, Fundeseem ha incorporado nuevos servicios como publicar un anuncio de búsqueda de empleo anónimo en la bolsa de trabajo que se envía a las empresas demandantes; invitar al usuario a participar en el filtrado curricular; o ayudarle a identificar y potenciar sus habilidades personales a través de Profiles XT.

tribuna

La taza de Ikea



FOTO 3
22 x 40

FRANCISCO SALAS MOLINA
3er Premio
Fundación Ruralcaja
al Mejor Artículo de
Gestión Empresarial

Si lo tienes todavía a mano, échale un vistazo al catálogo de Ikea de 2007. En las primeras páginas encontrarás la foto de dos tazas encabezadas por el lema Una forma de pensar diferente. Tratando de diseñar una taza no se fijaron en lo que debía contener sino en lo que no debía contener: agua de fregar. Han diseñado una taza cuya base no permite que se almacene el agua de fregar sobrante que se acumula en la base cuando la colocamos bocabajo en el escurridor. Ikea ha invertido las asunciones, ha roto las reglas del juego y ha conseguido generar

una nueva idea.

Si se considera detenidamente, la creatividad no es más que un conjunto de razones para rebelarse, para ser diferentes. Frente al siempre se ha hecho así conviene levantarse de nuestro cómodo sillón para preguntar: ¿existe una forma mejor de hacerlo? Este objetivo implica cierto carácter activo, independencia, originalidad y autocrítica; supone cuestionar las imposiciones, adoptar una actitud propicia al cambio.

¿Y no son estas muchas de las cualidades o competencias esenciales que se buscan en el directivo? Se confirma entonces la hipótesis de que la creatividad no es únicamente asunto de pintores o poetas. En un mundo donde el valor en bolsa de Google supera la suma de los valores de Boeing, General Motors y Alcoa, parece

claro que el conocimiento creativo es valorado como fuente de ingresos sostenible.

Acostumbrados a vivir cómodamente instalados en el qué pensar, en los dogmas rancios y en las ideologías de calentar y listo, se hace necesario un cambio de estrategia vital que focalice nuestra atención en el cómo pensar, en reinventar lo que ya está inventado y en explorar nuevos caminos.

Tómate un instante y piensa detenidamente en tu forma de actuar cuando afrontas un problema en la empresa. Casi con toda probabilidad después de mucho pensar darás con una solución y te pondrás en marcha para ponerla en práctica. Así es, lo hacemos todos, lo hacemos siempre. Cuando creemos que hemos encontrado la solución a nuestro problema paramos de buscar y nos dedica-

mos a otra cosa. Ya sabes, el tiempo es oro, y no conviene desperdiciarlo. Pero, ¿realmente es malgastar el tiempo o invertirlo? ¿Conoces la diferencia entre gasto e inversión? Seguro que sí. Einstein también la conocía. Un día le preguntaron cuál era, a su parecer, la diferencia entre él y el resto de las personas. Contestó que si se trataba de buscar una aguja en un pajar, las personas pararían de buscar cuando encontrarán la aguja mientras que él destrozaría el pajar hasta que encontrara todas las agujas que hubiera. Este aspecto lo ilustra muy bien el idioma inglés con las palabras search: buscar y research: volver a buscar.

Nuestro cerebro actúa como un sistema de reconocimiento de patrones, de reglas estables. Está diseñado para no ser creativo, para establecer esquemas de funcionamiento estables. Sin embargo, lo habitual, lo corriente, lo común no tiene valor. Sólo lo nuevo, lo diferente y lo escaso tiene valor.

Como el oro. En La caza del meteoro de Julio Verne, un meteoro de oro puro, de un valor estimado de cinco billones de francos cae sobre la Tierra. Inmediatamente después las acciones de las compañías propietarias de las minas de oro pierden todo su valor al caer el precio del oro a cero.

Pero, ¿se trata de generar ideas sin más esperando que el azar se ponga de nuestra parte? Es evidente que no. La idea definitiva no existe como no existe el poema después del cual no valga la pena escribir ninguno más. Las ideas han de desarrollarse, perfeccionarse, corregirse, ampliarse, combinarse con otras, adaptarse, mejorarse. Las ideas iniciales evolucionarán en otras más elaboradas, algunas ideas viejas y descartadas en su momento nos harán pensar en soluciones alternativas para los problemas actuales. Si haces lo que siempre has hecho obtendrás lo que siempre has obtenido.