

EL INCREMENTO DEL CONSUMO DURANTE ESTAS FECHAS GENERA NUEVOS PUESTOS DE TRABAJO

La llegada de la Navidad anima los pronósticos de contratación



Más del 70% del negocio que hacen las jugueterías se concentra en noviembre, diciembre y enero

FRAN MANZANERA

Expectativas laborales

Las empresas de trabajo temporal prevén superar los 427.000 puestos de trabajos que gestionaron durante la campaña de 2008

Reponedores, teleoperadores, dependientes y cajeros son las posiciones más ofertadas

Cristina Martín Frutos

Ni un perfume, ni el teléfono móvil de última generación, ni siquiera el tradicional libro. El regalo estrella de esta Navidad para más de cuatro millones de personas —los 4.123.300 de parados que hay en nuestro país según la última EPA—, así como para sus familias, sería un nuevo puesto de trabajo.

Tradicionalmente, «pedir» un empleo por estas fechas no era, ni mucho menos, una quimera. Si nos remontamos a 2007, cuando la actual crisis aún se estaba gestando, 668.180 personas encontraron un trabajo en Navidad a través de una ETT, según datos del servicio de estudios de la Asociación de Grandes Empresas de Trabajo Temporal AGETT.

Sin embargo, la contratación navideña sufrió un importante descalabro el año pasado: las oportunidades laborales alcanzaron a poco más de 400.000 personas y, por ejemplo, una ETT como Adecco vio cómo el número de ofertas que ofrecía para esta época se reducía a la mitad, de 125.529 a 68.401, con respecto al año anterior.

A día de hoy, con las luces navideñas ya instaladas, aunque no encendidas, en muchas de las calles de nuestro país, muchos desempleados se plantean si habrá algún puesto para ellos, al menos, durante estas fechas. «Es difícil dar una previsión exacta de cómo se comportará la actividad laboral en esta campaña», responde Francisco Aranda, presidente de AGETT, que, en cualquier caso, lanza su

pronóstico:

«En todo caso, esperamos que sea mejor que la de 2008 y que volvamos al ciclo normal de estos meses, con un repunte de la contratación, aunque hay que reconocer que el nivel de actividad no será comparable al de años anteriores». En Adecco también manejan las cifras con cierto optimismo. La empresa de trabajo temporal ha previsto realizar 72.000 contratos a lo largo de esta campaña, que se extiende de noviembre a enero, lo que representa un 5% más que en la Navidad del año pasado. «Esta cifra se traduce en otra buena noticia: es la primera vez en 16 meses que esperamos un repunte en la contratación», señala Susana Zancajo, directora regional de Selección de

Adecco.

En su opinión, estas predicciones son un buen termómetro que se puede extrapolar al resto del mercado, ya que «una ETT es la primera en notar una crisis cuando la hay, pero también es la primera en identificar cuándo comienza el repunte, aunque sea muy ligero como en este caso».

En lo que apenas habrá novedades con respecto a otros años es en el tipo de puestos que se ofertará. Una vez más, se buscan reponedores, cajeros,

manipuladores, camareros y dependientes para reforzar la plantilla y hacer frente al incremento de consumo y producción de estos meses, que, por ejemplo, en las jugueterías supone el 70% del negocio de todo el año. Las oportunidades para teleoperadores y agentes de televenta también crecen significativamente en estas fechas. En Bosch Communication Center, especializados en externalización de servicios, necesitan para la campaña de Navidad algo más de cien personas. «Ahora se intensifican las campañas de marketing, atención al cliente... sobre todo en las empresas de telecomunicaciones», afirma María Callejón, responsable de Recursos Humanos de este 'call center'. Sin embargo, en este tipo de empresas el contrato no suele acabar en enero, como en la mayor parte de los casos, sino que puede alargarse durante meses. Patricia Aroa Moreno forma parte de ese centenar de personas que Bosch Communication comenzó a incorporar a principios de este mes. Aunque es educadora infantil, esta extremeña que llevaba dos meses en paro, ha acumulado experiencia en telemarketing durante varios años. «Mi contrato es por obra y servicio, pero esta campaña tiene visos de ser larga —explica—. Eso me da bastante tranquilidad». ¿Habría aceptado el trabajo si sólo fuera hasta enero? «Por supuesto, lo importante es llegar a fin de mes».

Patricia ha cumplido 28 años y tiene una carrera. Su perfil, aunque se acerca, no es el del trabajador «típicamente» navideño: estudiantes o jóvenes no cualificados entre los 18 y los 25 años que quieren un extra para sus gastos. El incremento del paro ha añadido a la lista de candidatos a licenciados, mayores de 45, amas de casa... María Callejón confirma la tenden-

(Pasa a la página siguiente)

Un trabajo navideño

Se busca: Persona con ganas de trabajar, disponibilidad horaria. Experiencia en el caso de los teleoperadores
Duración: Generalmente, hasta el 15 de enero
Más información: Las ETT y páginas web especializadas como Infoempleo.com gestionan este tipo de ofertas

(Viene de la página anterior)

cia: «Ya no es una opción sólo para jóvenes, se incorporan otros perfiles y, lo que resulta aún más novedoso, es que la mayoría son españoles». Y es que lo que importa es encontrar un trabajo. Esta responsable de RR.HH. reconoce que «la gente llega con ilusión, dispuesta a todo, aunque el sentimiento que transmiten es de decepción».

Quienes aún no hayan barajado esta posibilidad aún están a tiempo. Otro de los cambios detectado por AGETT que ha traído consigo la crisis, es que las contrataciones, que solían comenzar en octubre, se están ajustando a los meses propios

de Navidad. Los intermediarios de este tipo de contratos animan a los parados a consultar las ofertas navideñas porque, aunque puede que no sean las más atractivas por horarios, tipo de actividad..., son una buena oportunidad para integrarse en una empresa —lo que le sucede a tres de cada diez personas que trabajan a través de ETT— o de que se acuerden de ellos a corto plazo. «Hay empresas que después de estas campañas nos piden a trabajadores concretos, con nombre y apellidos, para contratos más largos», subraya Susana Zancajo, de Adecco. Y concluye: «A lo mejor 20 días te proporcionan una oportunidad laboral más estable».

La familia y la plantilla arrimarán el hombro las próximas fiestas

Pequeño comercio

C.M.F

Los hogares españoles tienen previsto gastar durante estas Navidades 175 euros menos que el año pasado, la mayor parte de ellos (un 62%) achaca este recorte al «ambiente generado por la crisis». El dato procede del «Estudio de consumo navideño» de Deloitte.

Los más de 650.000 comercios minoristas que hay en nuestro país —que dan empleo directo a cerca de tres millones de personas— ya contaban con enfrentarse a este panorama. Por eso, y también teniendo en cuenta el ajuste a la baja de los precios, la Confederación Española de Comercio (CEC) apunta a una disminución en los contratos de refuerzo para estos meses. «Por estas fechas, en las que se concentra el 30% de todas las ventas del año, habitualmente se contrataban hasta 40.000 trabajadores para reforzar la plantilla, pero este año no creo que se superen los 10.000 contratos», prevé Miguel Ángel Fraile, secretario general de CEC. «Es duro, pero la solución pasará por que el propio personal multiplique sus esfuerzos». La familia, según Fraile, será otra de las alternativas a la que recurrirán muchos comerciantes.

A pesar de que los pronósticos no son alentadores, desde CEC insisten, al igual que lo hacen desde ANGED —la asociación de las grandes empresas de distribución que engloba a Ikea, Fnac, El Corte Inglés, Eroski...— en que «en líneas generales, la campaña no será mala». Las perfumerías, jugueterías, tiendas de alimentación especializada y tecnología son las que saldrán más indemnes, ya que son estos productos los más regalados durante estas fechas. Sin embargo, las tiendas de moda, que curiosamente venden el presente más deseado por los españoles según Deloitte, no saldrán tan beneficiadas de la temporada como en años anteriores dado que, con la bajada de los precios, su margen de beneficio se ha reducido.

En cuanto a la contratación de personal, iniciativas como la que ha puesto en marcha la Sociedad Municipal de Fomento de San Sebastián, que destinará ayudas valoradas en 2,4 millones de euros a 2.000 micropymes del comercio y la hostelería, impulsarán la contratación navideña como solución al desempleo. La subvención, —1.200 euros por cada nuevo empleado—, exige que el contrato sea como mínimo de 45 días en el periodo del 12 de noviembre al 31 de enero.



La danesa Hanna Dahl en una sesión del Parlamento Europeo con su hija

VICENT KESSLER

LAS DIRECTIVAS NO 'DESAPARECEN' CUANDO SON MADRES

A caballo entre el biberón y la 'blackberry'

Baja por maternidad

Hasta un 27% de las altas ejecutivas vuelve al trabajo antes de finalizar su permiso

Rosario Sepúlveda

La mujer de la fotografía, que mientras vota no pierde el contacto con su bebé, es la europarlamentaria danesa Hanna Dahl. En España nuestras diputadas todavía no nos han regalado imágenes tan impactantes en el Hemiciclo, pero la posibilidad de hacer compatibles la alta maternidad y el ejercicio de la maternidad se revela francamente difícil. La hoy secretaria general del Partido Popular, María Dolores Cospedal, intervino en alguna sesión plenaria como consejera de Transportes de la Comunidad de Madrid a los pocos días de dar a luz, y tres semanas después de nacer su hijo asumió la presidencia del partido en Castilla-La Mancha. Y la ministra de Defensa, Carme Chacón, que siempre estuvo conectada al despacho tras el parto, reapareció en su puesto una vez pasada la cuarentena.

Como ellas, hasta un 27% de las directivas, según un informe de la Fundación Cajas de Ahorros (Funcas), vuelve al trabajo antes de finalizar su baja por maternidad. Por no hablar de todas aquellas que,

pese a permanecer en casa las 16 semanas que marca la ley, participan de todo cuanto sucede en su empresa gracias a esa arma de doble filo que son las nuevas tecnologías. «Es totalmente normal que algunas directivas tengan la necesidad de incorporarse antes al trabajo. Pero no es un sacrificio impuesto, es un sacrificio que surge de la responsabilidad de esas mujeres», afirma Ana Bujaldón, presidenta de la Federación Española de Mujeres Directivas (FEDEPE).

Bujaldón, sin embargo, advierte de los riesgos de «normalizar» estos comportamientos entre las altas ejecutivas porque, a la postre, podrían poner en una situación incómoda al resto de las empleadas. «Estas prácticas conducirían a una merma de los derechos laborales y no son aconsejables. La solución más fácil, y no por ello la más extendida, sería la elaboración, en cada empresa, de un decálogo de planteamientos que garanticen que lo óptimo y lo correcto es agotar la baja por maternidad», explica. En opinión de Nuria Chinchilla, directora del Centro Internacional Trabajo y Familia del IESE,

este tipo de decisiones merecen ser explicadas al equipo e insistir en que se enmarcan en un contexto personal.

Los datos del Ministerio de Trabajo revelan que de enero a septiembre de este año 4.384 mujeres, de las 258.409 que percibieron una prestación por maternidad, no completaron su baja y, por tanto, la compartieron con sus parejas. ¿Todavía la maternidad ralentiza la carrera? «Sería falso decir que no afecta al desarrollo profesional de una mujer, por lo menos hasta el momento actual —responde Bujaldón—. Además, la competitividad en el entorno da lugar a un oportunismo nada sano, tanto por parte de los compañeros como por parte de las empresas competidoras, que pueden aprovechar esos meses de menor rendimiento». De ahí que Chinchilla sea partidaria de hablar de trayectoria en vez de carrera, «que implica llegar rápidamente, aunque sea mal». «En la vida, todo no se puede hacer a la vez, por eso es tan importante equilibrar, saber dónde se es más insustentable en cada momento».

A las mandos intermedios con ambición, pero que también desean ser madres, Bujaldón les aconseja: «Que recalquen su valía y que nunca oculten sus aspiraciones personales por miedo. Puede entenderse como una maniobra estratégica que no agrade a nadie».

De lunes
a viernes

Planes

Director general sin verlo venir

«Una mañana me encontré con que me daban la dirección general de esta compañía, sin esperarlo para nada. Cada dos o tres años las circunstancias de tu alrededor cambian tanto que hacer planes a largo plazo resulta muy complicado. Lo que sí que tengo muy claro es que cada mañana me levanto con las mismas ganas de salir adelante. Todavía me quedan muchísimas cosas por hacer. El día que te levantes y no afrontes lo que te queda por delante con ilusión, habrá llegado el momento de cambiar de proyecto».

Motivación

Gente que arda de forma espontánea

«Hace años publicamos un anuncio en el que buscábamos personas con sentido del humor. A muchos les sorprendió. En general quieres trabajar con gente feliz, optimista, que transmita ilusión, que sepa contagiarse por un proyecto. Me gusta la gente que es combustible espontáneamente. Si constantemente tienes que poner fuego para que echen a arder...».

Cultura

De efervescencia, japoneses y valores

«Los japoneses son admirables por su disciplina, por lo respetuosos que son y por el valor que le dan a la cultura, a los valores, a la historia. Les cuesta muchísimo confiar en los occidentales, pero una vez que lo hacen, confían plenamente. Hemos aprendido a conocernos porque son ya 13 años... Reconocen que soy muy apasionado y a veces no entienden que seamos tan efervescentes».

ÓSCAR SÁNCHEZ director general de Kyocera España

«Siempre he tenido suerte y me ha tocado ser “el más joven de...”»

Una carrera, una vida

De cómo un abogado apasionado, periodista de vocación, acabó dirigiendo una tecnológica japonesa

Una brillante carrera modelada a golpes de suerte y tesón, a partes iguales

Inés Molina

«Durante muchos años quise ser periodista, pero me dio un ataque de practicidad y decidí estudiar Derecho». Óscar Sánchez (Madrid, 1969) sonríe recordando como dejó de lado un sueño para iniciar una carrera tan intensa como veloz. «No tenía una vocación arraigada para ejercer la abogacía, pero pensaba que la carrera me podía dar una base muy sólida».

De su paso por la Complutense guarda recuerdos poco nítidos: «Éramos 380 personas por clase y viví el ambiente universitario como una estación de paso. Estando en cuarto tuve la oportunidad de trabajar seis meses en una compañía japonesa en Nueva York. Fue muy interesante». No fue éste su único encuentro con la suerte. «Siempre he sabido estar en el sitio adecuado, en el momento adecuado. Yo salía con una chica cuyo padrastro era un abogado americano. En unas vacaciones me ofreció trabajo en su despacho en San Antonio (Texas)». «Fue un gran desafío personal: salir de tu entorno habitual, ir a un sitio desconocido, con unas condiciones económicas no muy buenas... Después de un año y medio me ofrecieron quedarme». Todo un triunfo en un mundo tan competitivo, que rechaza amablemente. «Estados Unidos te aporta mucho desde una perspectiva empresarial, pero no es una sociedad en la que me hubiese gustado vivir ni tener familia».

Al volver cambia de aires y cursa un máster internacional en el Instituto de Empresa. «Los últimos seis meses los terminé en California. Durante



IRENE MEDINA

el programa estuve de becario en IBM. Trabajábamos en el lanzamiento europeo de un “software” competencia de Lotus». El proyecto se vino abajo cuando IBM compró al competidor. Así llega a Mita, una pequeña empresa nipona, «que me brindaba la oportunidad de hacer cosas un poquito más arriesgadas».

Desde ese momento, toda su carrera ha estado cosida a puntadas con la historia de esta firma: Mita suspen-

de pagos en el 98 y «sufre un proceso de integración del 98 a 2002». Este año, Óscar Sánchez asume la dirección general, llevando a cabo el proceso de integración en España de Kyocera y Mita, todo un reto para un treintañero con empuje. «Siempre he tenido suerte y me ha tocado ser “el más joven de...” Pensaba que si me daban esa responsabilidad era porque querían a alguien que hiciese algo diferente, revulsivo». Sus arriesgadas apuestas

estaban respaldadas por sus números: «Hemos tenido siete años consecutivos de crecimiento por encima de los dos dígitos». «Siempre pensaba: “Y cuando esta buena racha acabe, ¿qué va a ocurrir?”». Hoy su empresa ha capeado el temporal: «Hemos salido adelante sin reestructuración de personal y seguimos creciendo, con las mismas expectativas». «El más joven de» se hace mayor y continúa aprobando con buena nota.

«De repente descubres la paternidad y lo maravilloso que es»

Muy personal

¿El rasgo de su carácter que más le ha ayudado desde pequeño? «La pasión con la que vivo las cosas, aunque esa pasión descontrolada te puede llegar a perjudicar. La vida me ha enseñado a esperar lo inesperado, a no hacer planes a largo plazo nunca. De repente sales con una chica y terminas en Estados Unidos, en un despacho de abogados

y, de repente, te sale un trabajo en una empresa pequeña y, de repente, te nombran director general y, de repente, tienes hijos y descubres la paternidad y lo maravilloso que es tener hijos. Si miro para atrás, cada momento ha sido un poco mejor que el anterior». ¿Y qué le pide al momento que está por llegar, desde un punto de vista personal? «Yo creo que, para los que somos padres, la mayor ilusión

que tenemos en la vida son los hijos. Yo tengo tres hijos pequeños y mi mayor satisfacción es verlos crecer felices. Que sean buenas personas y que salgan adelante». El tiempo libre lo dedica a su familia —«es absolutamente necesario tener un equilibrio personal-profesional»— y a algo más: «Golf», afirma con una gran sonrisa. «Llevo tres años y me apasiona, pero es que también lo veo como un medio para pasar tiempo con tu familia. A mis hijos ya les he apuntado a clases, no porque quiera que tengan el mismo “hobby” que su padre, sino porque al final son cinco horas juntos en el campo».

infoempleo

III EDICIÓN PREMIO HUDSON - ABC AL DIRECTOR DE RECURSOS HUMANOS:
«SOLUCIONES CONSTRUCTIVAS DE RECURSOS HUMANOS EN TIEMPOS DE CRISIS»

Hudson

HUDSON Y ABC RECONOCEN LA LABOR DE LOS RESPONSABLES DE PERSONAS

El director de recursos humanos, piedra angular de la empresa del futuro

Convocatoria

A un mes del cierre de la presentación de candidaturas, el jurado del III Premio Hudson - ABC se reúne para hablar de las próximas tendencias en gestión de personas

La participación de sus expertos en la estrategia del negocio será fundamental

Laura de Cubas

Vocación. Si hay algo en lo que coincide el jurado del Premio Hudson - ABC es que éste es el denominador común de los que consagran su vida a la gestión de personas. «Algo tiene que enganchar», comentaba Alfonso Gordon, director de Recursos Humanos de Eulen al comienzo de su segundo encuentro en la sede de Hudson. A menos de un mes de que estos expertos comiencen con sus deliberaciones para seleccionar los proyectos finalistas de la nueva edición, el sentimiento es compartido: el director de recursos humanos es fundamental, hoy, en momentos de incertidumbre, y mañana, cuando, como comenta Pilar Franca, directora de Recursos Humanos de Saica, «la batalla por el talento se intensifique debido al menor compromiso y a la mayor diversidad que caracterizarán a los equipos en el futuro».

Así las cosas, el lema de este año —«Soluciones constructivas de recursos humanos en tiempos de crisis»— es más que certero. La función se enfrenta a uno de sus más grandes retos, y sus especialistas, más preparados y mejor valorados que hace cinco años, son la gran apuesta de la empresa.

«Muchas compañías que no disponen de esta figura me han expresado su deseo de tenerla —reconoce Javier Arróniz, senior vicepresident human resources de Campofrío—. Echan de menos a alguien

que aporte el valor que necesitan». «Coherencia en la gestión, cultura, management...», especifica Manuel Martínez, VP HR Central and Southern Europe de American Express, descripción que no está reñida con la tarea que en tiempos de recesión económica les ocupa gran parte de su tiempo: las relaciones laborales. «La opinión pública nos ve ahora mucho más orientados a esta labor», explica Santiago Ruete, director de Recursos Humanos de Sara Lee, afirmación que Montserrat Luquero, CEO de Hudson, corrobora en base a los actuales procesos en los que trabaja esta consultora —«que además de perfiles generalistas piden especialización en este ámbito»—, y que Arróniz matiza añadiendo un «punto de vista más global que ejecutivo». El ganador de la pasada convocatoria coincide con ambos y sitúa su apreciación dentro de la gestión de intangibles que realiza ahora la función: «Generamos un modelo de compañía y nuestra imagen se ha ido perfeccionando con el paso del tiempo». «Hoy, la percepción desde fuera es la del 'killer' —retoma Pilar Franca— y, dependiendo de su implicación en la compañía puede o no marcar la diferencia». La directora de Recursos Humanos de Saica señala tres perfiles, el del consultor, el del ejecutor —propios de la pyme— y el que se viene desarrollando durante los últimos años, el del que participa en el comité de dirección. Por éste apuesta Leonor Pablos, directora de Re-

ursos Humanos de Ferrovial Servicios, del que destaca su labor «mucho más estratégica en las organizaciones». «Coincido —prosigue— en que últimamente la imagen se asocia más a relaciones laborales pero también se está actuando en el presente con un pie en el mañana». Y es cierto. Pese al «¿y como estás llevando tú la reestructuración?», que comenta Ruete como la pregunta más habitual entre colegas, Alfonso Gordon reconoce que cuando se dan estas circunstancias, hasta los mayores detractores de la función ven en ella el mejor apoyo para el futuro.

De puertas afuera

El jurado del III Premio Hudson - ABC habla con pruebas. La progresión de esta figura ha sido tan importante que la ha situado entre las mejores del Viejo Continente. «Nos incorporamos más tarde —explica Miguel Ángel García, director de Recursos Humanos del Grupo Vips—, pero en muy poco tiempo nos hemos puesto a muy buen nivel. Hay grandes nombres que han pasado por esta función y que ahora están a la cabeza de corporaciones mundiales». ¿Y qué es lo que tienen que no tengan otros? Sencillo, «la inteligencia emocional» y «el perfil relacional y de negociación», que señalan Javier Arróniz y Pilar Franca, respectivamente. Ambas cualidades marcan la diferencia, sí, pero según Santiago Ruete, además de ellas, la principal señal de identidad del buen director de recursos humanos es

Montserrat Luquero, CEO de Hudson España



«Durante los últimos años, la función ha evolucionado hacia una labor más estratégica. Sin embargo, y lamentablemente, todavía son muchas las compañías, sobre todo pequeñas y medianas, que aún no han dado ese paso. Y es nuestra intención, a través del Premio Hudson-ABC, poner nuestro granito de arena para que esta situación cambie».

la que «hace de él un referente de la innovación y la creatividad en las empresas», y ésta no tiene nacionalidad. «Está en las personas, no en dónde trabajan. Es cierto que en países anglosajones el área de recursos humanos está más arraigada en esa innovación y creatividad pero los profesionales españoles son también un referente», coincide Leonor Pablos desde Ferrovial Servicios, a quien Manuel Martínez, intentando buscar una posición exacta, puntualiza diciendo que, «si comparamos nuestra función con Alemania o Italia, más centradas en procesos, estamos

por delante. Destacamos por capacidad de reacción, espontaneidad e incluso innovación, pero no como en Estados Unidos, que va todavía muy por delante de Europa».

Otra prueba de la valía de la función, y un recurso cada vez más habitual de empresas multinacionales, es el de probar sus proyectos en España —«Aquí puedes ir un poco más allá, nuestros equipos de Recursos Humanos están muy bien posicionados», señala Arróniz—. El único inconveniente, el de la inmovilidad. Montserrat Luquero destaca que «nuestros especialistas en

Javier Arróniz SENIOR VICEPRESIDENT HUMAN RESOURCES CAMPOFRÍO



«Gracias a este galardón, la figura del director de Recursos Humanos se hace más visible a la opinión pública y a las empresas. Cada vez hay más compañías que dicen: "Qué pena que en mi organización no haya una figura que aporte el valor que aportáis vosotros"»

Manuel Martínez VP HR CENTRAL & SOUTHERN EUROPE. AMERICAN EXPRESS



«Iniciativas como la del Premio Hudson - ABC ayudan a que la función siga siendo innovadora y competitiva tanto nacional como internacionalmente. Es importante que las pequeñas empresas vean que la gestión de personas es crítica y que se necesita a estos profesionales»



PATROCINADO POR



infoempleo

**III EDICIÓN PREMIO HUDSON - ABC AL DIRECTOR DE RECURSOS HUMANOS:
«SOLUCIONES CONSTRUCTIVAS DE RECURSOS HUMANOS EN TIEMPOS DE CRISIS»**

Hudson

Recursos Humanos ocuparían más posiciones globales si no fuera por el miedo que existe a cambiar de residencia. «La función está muy valorada y no tenemos más personas, no porque no tengan la posibilidad sino porque rechazan desplazarse», comenta.

Responsabilidad social, desarrollo de talento, gestión de la diversidad... Muchas son las líneas a las que los expertos orientan el futuro de los recur-

sos humanos, sin embargo, pocas son las ocasiones en las que podemos conocerlas de boca de sus verdaderos protagonistas. Por eso la conversación de la última reunión de los miembros del jurado del III Premio Hudson - ABC antes del cierre de candidaturas es tan importante. Para ellos, el mañana pasa por la externalización de procesos —«exceptuando las relaciones laborales locales», matiza Ruete— y la orienta-

ción a la gestión de valores y compromiso —«vamos a tener mucho que decir en cuanto a motivación e implicación»—, añade Miguel Ángel García. «Seremos menos operativos y más estratégicos», resume Alfonso Gordon, quien reconoce que «se puede externalizar todo menos los intangibles que es lo que da la identidad a la empresa». Pilar Franca ve la evolución hacia «una función que será menos función y más

dirección de proyecto». «Iremos hacia el 'core', externalizaremos no sólo nóminas, sino también reclutamiento. Nos centraremos más en la definición de la estrategia de gestión del talento para asegurar la continuidad de los recursos humanos que lleven a cabo el proyecto de la empresa», describe Manuel Martínez.

Retos muy serios en los que predominará la innovación y la cada vez mejor preparación

de los directores de Recursos Humanos, como señala Leonor Pablos —y corrobora Alfonso Gordón destacando la creciente oferta formativa para la función— y a los que Montserrat Luquero añade la gestión en la distancia: «Con las nuevas tecnologías avanzando a velocidad de vértigo, habrá que gestionar los equipos de forma diferente y cambiará radicalmente la gestión de personas».



Santiago Ruete
DIRECTOR CORPORATIVO DE RECURSOS HUMANOS. SARA LEE

«Creo que la gran contribución de la iniciativa es que podemos cambiar en origen la situación. De hecho ya se está empezando a hacer. Ahora hay cada vez más demanda y oferta de formación en Recursos Humanos, incluso especializada según labores, y la función termina siendo el destino final en la biografía de hombres ilustres que se incorporan a ella desde, por ejemplo, la gerencia o la ingeniería»



Alfonso Gordon
DIRECTOR DE RECURSOS HUMANOS. GRUPO EULEN

«Me parece magnífico que a través de este premio se pueda reconocer la labor de otros directores de Recursos Humanos, sobre todo de pequeñas y medianas empresas, que sacan adelante sus proyectos. El participar el año pasado supuso para mí un enorme enriquecimiento. Creo que la función de Recursos Humanos es eminentemente vocacional y este galardón lo pone de manifiesto»



Pilar Franca
DIRECTORA DE RR.HH, RR.II. Y COMUNICACIÓN. SAICA.

«Vienen unas generaciones muy fuertes y el Premio Hudson - ABC, ayuda a hacerles visible la necesidad de innovación en su gestión. Gracias a él, el profesional de la función se acompaña al cambio y traslada a su compañía las experiencias y proyectos que, de otra manera, no podría conocer. Es una labor muy buena y ayuda mucho en momentos en los que el especialista no sabe hacia dónde ir»



Leonor Pablos
DIRECTORA DE RECURSOS HUMANOS. FERROVIAL SERVICIOS

«Esta profesión es muy vocacional ya que además de objetivo y libre, el experto tiene que ser muy activo en su apoyo al consejero delegado o director general. Por eso este premio es una magnífica oportunidad para ver cómo están trabajando otras personas en este ámbito, incluso en las compañías más pequeñas, donde a veces se ponen en marcha ideas de lo más innovadoras»

III Premio Hudson - ABC

- *Soluciones constructivas de RR. HH. en época de crisis*
- *Plazo: hasta el 15 de diciembre*
- *Información: <http://es.hudson.com>*
- *Candidatos: directores de RR. HH. de empresas con una plantilla de entre 100 y 3.000 empleados*



Miguel Ángel García
DIRECTOR DE RECURSOS HUMANOS. GRUPO VIPS

«El Premio Hudson - ABC va a ser testigo de la evolución de la función durante los próximos años. A partir de ahora los Recursos Humanos van a tener más que ver con la motivación, la implicación, la cultura... La gestión de talento será el campo de batalla tanto en España como en el mundo occidental. En la medida en la que la crisis acabe, veremos que nos van a faltar personas de todo tipo»



PATROCINADO POR



ÁNGELES CASO escritora



GABRIEL VILLAMIL

«La televisión destrozó mi vida muchos años»

Así empezó

La pequeña pantalla se cruzó en el camino de una joven con inquietudes culturales que no encontraba un trabajo fijo

Rosario Sepúlveda

Ángeles Caso (Gijón, 1959) tiene la sensación de que la vida, más que empujarla, como decía Agustín Goytisolo, se rebelaba en su contra. Ella, una

licenciada en Historia del Arte que se imaginaba trabajando en una institución cultural y escribiendo en sus ratos libres, se convirtió en una estrella de la televisión de la noche a la mañana. Y esa jugarreta del

destino que tan desgraciada la hizo —«la tele era una tortura para mí»— terminó por dirigirla hacia su primera vocación. Hoy, cumplidos los 50, anda feliz y atareada con la promoción de su última novela, «Contra el viento», ganadora del Premio Planeta 2009.

¿Cuál fue su primer empleo?

Tuve dos por las mismas fechas, porque daba clases particulares de francés y, en Navidades, desde los 16 o 17 años, trabajaba en una tienda de re-

galos y juguetes. Creo que no he tenido un trabajo más duro en mi vida. Por las noches, después de estar todo el día de pie, llegaba a casa tan deshecha que no podía ni dormir de lo cansada que estaba.

¿Nunca se planteó dedicarse a la docencia?

No, me especialicé en Historia del Arte, pero tenía claro que no quería dedicarme a la enseñanza. Tuve la posibilidad de quedarme en la universidad, en el departamento de Musicología, porque tenía muy buena nota, pero no quise y me lancé un poco a la aventura. Quería trabajar en algo que tuviera que ver con el mundo cultural e hice trabajos como traductora e intérprete; organicé ciclos de conferencias de música clásica; llevé la secretaría de los Premios Príncipe de Asturias; trabajé de azafata en los mundiales de fútbol... Pero eran empleos de un mes, dos meses, una semana. No acababa de encontrar mi sitio.

Y, de repente, la televisión se cruzó en su camino.

Sí, se convocaron unas pruebas para la televisión de Oviedo, y yo no tenía la menor intención de presentarme. Pero el realizador me conocía, llamó a mi padre e insistió para que lo hiciera. Me presenté por compromiso y, al día siguiente, me pusieron un contrato delante. Yo no quería la oferta, pero habían pasado tres años desde que acabé la carrera y seguía sin un trabajo fijo. Hay gente que mata por salir en televisión, y yo firmé a regañadientes, con muy pocas ganas. La vida, a veces, es así de absurda.

Una vez delante de la cámara, ¿le gustó la experiencia?

No, nada, no me gustó nada. De hecho, enseguida me fui. Después de tres o cuatro meses en Oviedo, me llamaron para hacer el telediario de Televisión Española. Lo rechacé, pero insistieron y Calviño, entonces director general, me presionó tanto que acepté. Recuerdo que estuve llorando todo el viaje, y hasta pensaba: «Que nos pase algo y no lleguemos a Madrid». Ese trabajo era una tortura para mí, pero era muy joven, no veía claro mi futuro, y me dejé torturar. Ahora no me habría pasado. Total, que estuve un año y medio en el telediario y seis meses en el programa La Tarde. Después, me planté y lo dejé. Decidí aceptar colaboraciones en radio y en prensa que me dejaran tiempo para escribir.

Seguro que, si pudiera, cambiaría algún capítulo de su vida.

Sí, cambiaría muchas cosas. Probablemente, creo que no volvería a trabajar en televisión. A pesar de que ahora le esté agradecida, creo que destrozó mi vida durante muchos años. Yo era muy tímida y me sentí muy desdichada por ser una persona conocida.

Aunque lamenta su paso por ella, alguna ventaja le reportaría la pequeña pantalla.

Sí, sí, sí, me dio muchas cosas. Y, al final, la popularidad, que yo vivía como algo en contra, me ha beneficiado. Me permitió que mucha gente se interesase por mí como escritora, que las editoriales me publicasen sin poner pegajos... Es curioso, tú te empeñas en ir por un sitio y la vida te va llevando por donde ella quiere.

Opinión

A LA BÚSQUEDA DE LOS MEJORES DE CARA A 2010



ALEJANDRO GORTARI

Socio de Zavala Gortari Asociados

Después del «efecto paralizante» que desencadenaron los primeros síntomas de la crisis en la toma de decisiones empresariales, el año 2009 se ha revelado como un momento para el ajuste de costes

y la reevaluación de las líneas de negocio. Y ahora, ¿qué va a pasar en 2010?

La palanca de reducción de costes ya está exprimiendo, en ocasiones, hasta el límite. Sin esa opción, sólo queda apostar por la reforma de las estructuras, ya que las organizaciones son conscientes de que deben contar con los mejores si quieren salir indemnes de lo que nos espera el próximo año.

Podemos determinar qué pasos seguirá el baile de directivos si observamos cómo ha sido la tendencia a lo largo de este año. El director comercial ha sido el más buscado y así seguirá, mientras que el responsable de Marketing mantendrá su vulnerabilidad, lógica ante la congelación de las inversiones. En lo referente

a Recursos Humanos, después de los cambios, que también han sido frecuentes, su director cobrará un protagonismo especial en los próximos meses. Si los costes están ajustados, no puedes subir los salarios... ¿cómo entusiasmas al equipo? Precisamente ésa será la labor de este directivo. Y también la del director general, un puesto que, con toda probabilidad, estará entre los más demandados por las empresas.

El año que viene será el momento de ver si la dirección general camina con buen rumbo. Los profesionales con visión de futuro para denificar el camino, al menos a corto plazo, pegados al terreno, valientes, que consigan que las cosas ocurran, y capaces de ilusionar, serán los más adecuados para gestionar la compañía.