

Revista de prensa

Críticas a los poderosos

THE WASHINGTON POST
Nuevo varapalo para Barack Obama

21 de enero de 2010

El presidente de EE.UU. se siente cada vez más lejos del electorado. El triunfo republicano en Massachusetts, que le ha arrebatado a los demócratas la «supermayoría» en el Senado, le ha hecho recapacitar: «De alguna forma hemos perdido el contacto directo con los estadounidenses sobre sus valores esenciales», ha asegurado.

NOVAYA GAZETA

Los primeros pasos del Tratado de Lisboa

20 de enero de 2010

Según el rotativo ruso, España «no desea limitarse al trabajo cultural y ejecutivo» en sus seis meses de presidencia europea. José Luis Rodríguez Zapatero «quiere comenzar a debatir sobre la creación de una especie de Gobierno europeo cuyas decisiones económicas sean de obligado cumplimiento para los países de la Unión».

LE MONDE

Gran polémica con los controladores aéreos

20 de enero de 2010

El periódico francés publica los problemas del Gobierno español con los controladores aéreos: «El ministro de Fomento contempla suprimirlos en los aeropuertos que efectúen menos de 50 operaciones al día. Serían sustituidos por el sistema de información y de alerta AFIS», más barato que los controladores.

CLARÍN

Zapatero ya es tan 'popular' como Bush

19 de enero de 2010

Según la publicación argentina, «la popularidad del presidente del Gobierno español, José Luis Rodríguez Zapatero, ha caído hasta el 33%, la misma cifra que tenía el presidente norteamericano George W. Bush en la parte final de su mandato». Zapatero ha atribuido este deterioro a la dureza que la crisis mundial ha tenido en nuestro país.

FINANCIAL TIMES

Los problemas de la banca española

19 de enero de 2010

El periódico británico cree que los bancos españoles han escapado de lo peor de la crisis financiera global. «Han estado más preocupados por el colapso del mercado inmobiliario y la pronunciada crisis económica interior. Además, la caída del 28% de Banesto sugiere que otros bancos pueden encontrarse en la misma situación».

LE FIGARO

Haití sigue temblando de miedo

18 de enero de 2010

Casi toda la prensa generalista mundial ha dedicado grandes parcelas de su espacio informativo al caos que se está viviendo en Haití después del terremoto. Le Figaro, por su parte, ensalza el papel de EE.UU. a la hora de gestionar las ayudas que van llegando al país afectado.

DIE WELT

El falso rostro de Osama Bin Laden

18 de enero de 2010

El diario alemán se hace eco de la polémica creada por el FBI tras publicar una imagen casi idéntica del ex coordinador de IU Gaspar Llamazares para ponerle cara al «envejecido líder de Al Qaeda, Osama Bin Laden».

En buena Lid Antonio Pamos y Alberto Blanco

Gerente y director del grupo Actual y conferenciantes de LID

Management 2.0:
claves de un nuevo talento

Desde hace unos meses todas las mañanas me desayuno una taza de té con unos *tweets*. Éstos me los han ofrecido personas que tienen algo que decir, que lo dicen bien, y lo mejor de todo, que me resultan interesantes. Yo les he escogido a ellos para desayunar juntos y, en muchos casos, ellos a mí también.

Compartimos, y lo hacemos porque somos una comunidad. Afín, cercana y en sintonía. Esta mañana uno de mis comensales me ha ofrecido un *tweet* sabroso, me hablaba de la importancia que tiene poner a prueba el talento para que no se convierta en un Ferrari empolvado en un garaje. Precisamente hoy he tenido una reunión con un cliente para hablar sobre identificación de talento. Y le dije lo del Ferrari. Le gustó. Sabía que le iba a gustar.

A media tarde cambié de escenario y me trasladé a otro más estático, pero por el contrario

COMPARTIMOS,
Y LO HACEMOS
PORQUE SOMOS
UNA COMUNIDAD.
AFÍN, CERCANA Y EN
SINTONÍA

más rico en afluencia: LinkedIn. Allí he podido estar al corriente de los pormenores de muchos profesionales. En mi caso se acercan a 300 de todo el mundo. De nuevo hemos elegido estar conectados (*linked*) y que todos sepamos los avatares profesionales de los demás. Compartimos ideas, documentos, presentaciones, debates y, lo más importante, reducimos la famosa teoría de los Seis Pasos a sólo dos o tres.

El primer paso que una empresa quiera dar hacia el management 2.0 pasa inevitablemente por revisar y adaptar los atributos que definen su cultura organizacional. Sólo así podrá posicionarse de forma coherente como un empleador capaz de atraer este nuevo talento.

Competencias como la creatividad, el *networking* o la orientación al aprendizaje se convierten ahora en variables críticas. Aspectos de motivación ahora se manifiestan en una necesidad constante de participar, de compartir, de contribuir, de la instantaneidad, de buscar sinergias. También en la necesidad de cambio, de protagonismo, de pertenecer a grupos, o de relacionarse constantemente con los demás.

Dentro del management 2.0, la nueva forma de entender las relaciones profesionales que se dan entre las organizaciones y las personas, está obligando a las empresas a revisar su forma de buscar y atraer talento, evolucionando desde un rol tradicional de empleador hacia el *Social Recruitment*.

A partir de aquí, la revolución tecnológica que han supuesto las redes sociales han permitido a herramientas como LinkedIn o Twitter, y a aplicaciones como TwitterJobSearch, convertirse en nuevas fuentes de talento. A través de ellos, las organizaciones pueden acceder a una red global de personas, localizar talento anticipándose a la necesidad, y ampliar la visión de los candidatos a sus intereses y motivaciones.

Un estudio realizado por la compañía CareerBuilder a mediados de 2009 concluía que el 45% de las empresas en EE.UU. utilizan las redes sociales para reclutar candidatos. Podríamos pensar que el resultado aún no es representativo, sin embargo analizando el mismo estudio realizado en 2008, que arrojaba un porcentaje del 22%, podemos asegurar que el crecimiento de estas fuentes de talento es ya imparable.

Después de varios años en los que la mayoría de las organizaciones han venido realizando inversiones millonarias para el desarrollo de su capital humano, nos encontramos en un contexto económico de reducción drástica de recursos. Sin embargo, y por paradójico que parezca, en momentos como el presente las organizaciones tienen una necesidad mayor de con-

seguir el mejor desempeño de sus empleados.

Las nuevas políticas de desarrollo de personas basadas en modelos de management 2.0 están sustentadas en tres pilares: autodesarrollo, aprendizaje informal y productividad. El primer pilar es la palanca que implica y establece un compromiso de la persona con su propio desarrollo, compartiendo la responsabilidad del mismo con la organización.

El segundo pilar, el aprendizaje informal, se alza como vehículo para acceder a los conocimientos y a las experiencias existentes dentro y fuera de la organización. A través de procesos continuos de aprendizaje, basados en la combinación de prácticas que van más allá del aula y el formador, se potencia el aprendizaje en el puesto de trabajo, el acceso a directorios de expertos, la participación en comunidades de conocimiento y aprendizaje, las lecturas, y por

EL AUTODESARROLLO
ES LA PALANCA
QUE ESTABLECE UN
COMPROMISO DE LA
PERSONA CON SU
PROPIO DESARROLLO

supuesto las posibilidades que brindan las nuevas tecnologías 2.0, mediante blogs, wikis, etc. La cuestión es hacer presente el aprendizaje en cualquier momento y en cualquier lugar.

Por último queda la productividad. El objetivo principal de cualquier plan de desarrollo es conseguir una mejora en el desempeño de las personas a través de su desarrollo profesional y personal. Esto sólo se consigue cuando se maximiza la transferencia del aprendizaje al puesto, y este debe ser el principal objetivo de cualquier acción que se englobe dentro del autodesarrollo y el aprendizaje informal. ■