

Laborales de CEIM

onales y posee una amplia
stitucional a empresas,
activos sociales. Actualmente
de CEOE y presidente de la
de Trabajo Temporal (Agett).

as y Empresariales por la
ctor gerente de la Escuela de
studios Financieros (FEF) y ha
ualification committee de la
Financieros (Effas).

ntil y MBA por Esade y experto
nes y Adquisiciones, Buen
Desde 2005 es socio del bufete
onde en la actualidad es

as por la Universidad
ora había sido el
o Finantia Sofinloc. Antes era
irito Santo Invetimento y
ica de Banesto.

y Portugal

ia dentro de la compañía,
s 15 años varios cargos en la
landa. Ha sido director de
Retail Brand para toda la

de la jurisdicción civil y
os arbitrales como judiciales.
o el reconocimiento como
members Global 2009. También
e Arbitraje.

or la Universidad del País
por la Universidad de
de Madrid en 2005 y antes fue
Navarra y trabajó durante
ericana de comunicación.

e Schroders

sector tras haber sido socio y
idad absoluta de Brevan
ido director de inversiones de
n París y consejero delegado
nd Watts.



MUY PERSONAL
Una nueva cultura del fracaso

Pilar Jericó
Directora General de InnoPersonas

Un amigo *headhunter* me contó una anécdota que le sucedió al entrevistar a un candidato estadounidense. Tras media hora, el candidato le preguntó inquieto: “¿Cuándo me va a preguntar sobre mis fracasos?” A mi amigo, como buen latino, ni se le había ocurrido hacer una pregunta de tal estilo. No cabe duda que nuestra cultura padece una alergia: El miedo a fracasar. ¿Cuántos de nosotros hemos vivido un despido y hemos evitado que se sepa? No sólo en las entrevistas de selección, en las que todos nos ponemos el disfraz de “superprofesionales-a-los-que-nunca-han-despedido-de-ninguna-empresa”, sino en entornos más distendidos. Y el motivo es muy simple: Interpretamos el fracaso como una mancha, lo que nos impide innovar o emprender nuevos negocios. Tenemos que cambiar la cultura del fracaso por la del aprendizaje del error y los directivos deberían reconocérselo a sus equipos. En Bimbo, por ejemplo, una vez al año su presidente, Esteban Farrero, entrega dos premios en metálico: Uno al proyecto de éxito y otro al que ha cometido el mayor fracaso. A este último se le pide que lo celebre con su equipo para compartir lo aprendido del error. Pero el reto no sólo está en las empresas, sino también en cada uno de nosotros. Deberíamos hablar más de nuestros errores y sus aprendizajes, y no tanto de vender una imagen de éxito “sin manchas”. Personalmente, me he equivocado muchas veces, de todas ellas he aprendido y espero seguir errando muchas otras (no olvidemos que error está relacionado con errar, que significa buscar otras alternativas). En definitiva, si queremos transformar nuestra cultura, tenemos que cambiar la pregunta “¿has fracasado?” por “¿has acertado o has aprendido?”

EL ANTÍDOTO
Vivir en ‘dospuntocerolandia’

Andrés Pérez Ortega
Consultor de posicionamiento personal

No lo niego. Internet es una herramienta excelente para que muchos buenos profesionales dejen de ser invisibles. Pero a pesar de lo que digan los profetas 2.0, la influencia y la credibilidad sigue estando en el mundo real. Se olvida que la red es un medio, y no un fin. ¿Cuántos personajes influyentes que aparecen en las clasificaciones “viven” en *dospuntocerolandia*? ¿Cuántos gurús 2.0 aparecen en las listas de poderosos? En Internet ocurre como con los grandes espectáculos deportivos: Las cifras engañan. Pocos juegan y muchos miran. Por muy impresionantes que sean los números de las redes sociales, sigue teniendo más peso una reseña en un medio tradicional que miles de “amigos” en Facebook. Una conferencia ante un grupo de personas influye en mucho más en la reputación profesional que decenas de frases ingeniosas en Twitter. Dicen que lo 2.0 es conversar. Pero Internet es demasiado ruidoso para hacerlo eficazmente. Todos gritan. Es como hablar en una discoteca. Para los profesionales, estar en *dospuntocerolandia* debería ser como actuar en locales independientes. Es bueno para tener tablas y hacerse ver. Puede ser divertido, pero el reconocimiento de verdad se consigue en los grandes teatros. Lo 2.0 es barato y accesible. Pero en su fortaleza está su debilidad. Cuando un recurso está al alcance de todo el mundo pierde su valor. Lo 1.0 es más minoritario y limitado, pero eso mismo lo hace más apreciado. Estoy convencido de que muchos *popes 2.0* cambiarían sin pensar su *iPad* y su *iPhone* por un lugar en una lista de los libros más vendidos o por una columna en uno de esos medios que consideran muertos. Pero es mucho menos arriesgado y más cómodo seguir dando lecciones tras una pantalla.

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