

MUY PERSONAL**Reinventarse, ¿mito o necesidad?****Carlos Recarte** Socio director de Recarte & Fontenla executive search

Reinventar, innovar, reestructurar, evolucionar, transformar... estos conceptos están cada vez más presentes en un mundo en permanente cambio. Lo vemos en el funcionamiento de la sociedad, en las empresas y, por ende, en los profesionales, que ven que para seguir aportando valor y ser competitivos deben replantearse su función casi de manera continua, sea cual sea. Si a esto unimos la velocidad a la que se producen los cambios y una esperanza de vida cada vez mayor, parece positivo y hasta necesario replantearse qué queremos hacer en la segunda mitad de la vida, sabiendo que si la salud nos acompaña, nos queda suficiente tiempo y energía por delante para seguir aprendiendo y aportando valor al mundo en el que vivimos.

Las circunstancias que llevan a esta reinención no son siempre las mismas. Si pierde su trabajo, o se separa, si sufre una lesión importante que afecta al desarrollo de su puesto, o su función se automatiza. Estos son algunos ejemplos de reinención reactiva, motivada por un evento externo que le obliga a cambiar. En cambio, la reinención proactiva se trata de un cambio intencionado, como puede ser el deseo de crear una empresa, buscar un nuevo trabajo o estudiar una nueva carrera. Esta es la tierra de los soñadores, que confían en sus capacidades para se-



Dreamstime

guir creciendo y alcanzar sus objetivos profesionales y personales.

La reinención es una metáfora poderosa e inspiradora para alentarnos a continuar evolucionando como seres humanos. Y tiene el potencial de inspirarnos a vivir vidas evolutivas, apasionadas y significativas. Así, no se puede negar el atractivo heroico de la narrativa de la reinención, especialmente en personas que superan los cincuenta años y se enfrentan a un territorio inexplorado. Sin embargo, considero aconsejable capitalizar la experiencia acumulada y entrelazar el conocimiento adquirido con la creatividad para construir sobre nuestros cimientos. Estos son algunos consejos prácticos para lanzarse a ello:

- Entienda que tiene suficiente tiempo. Piense que vale la pena emprender cambios importantes a edades tradicionalmente consideradas avanzadas. Nuestra actitud

y motivación nos ayudarán a superar todos los obstáculos.

- Tome acción. El miedo paraliza y es un generador de excusas. Haga que las cosas sucedan.
- Reconcílese con su pasado para crear un futuro mejor.
- Abra su mente a nuevas maneras de ver las cosas.
- Consolide bien su personalidad y construya su propia historia.
- Asuma la mejora continua como algo positivo.
- Fórmese, investigue.
- Acerquese a la tecnología y al mundo digital. El mundo está conectado.
- Practique la generosidad. Tenemos la capacidad de dar antes de recibir.
- Interactúe con otras personas.
- Asuma riesgos: son los que te llevarán a alcanzar la recompensa.
- Confíe en su capacidad para cambiar cosas.

Reinventarse supone un desafío e implica algunos riesgos para cualquiera. A veces será desalentador y requerirá salir de la zona de confort, pero animará y enriquecerá nuestra vida. Creo que cada uno de nosotros necesitamos reinventar nuestras vidas a partir de un punto de madurez, en el que ya sabemos qué es lo que nos conviene y nos hace fluir, y qué es lo que no nos agrada. ¿Qué mejor que eso para dejar el legado que deseamos?

EL ANTÍDOTO**Espartaco 2.0****Andrés Pérez Ortega** Consultor en estrategia personal

Hay una frase que, quizá, ha perdido mucho de su sentido. Me refiero a aquella de "quien tiene la información, tiene el poder". Estamos tan sobrecargados de mensajes, ideas y noticias, falsas o auténticas, que podría decirse que el poder no es de quienes acumulan, ni siquiera de quienes crean, sino de quienes seleccionan y controlan los contenidos.

Por otra parte, hoy una sola persona puede hacer lo que antes requería de un ejército de profesionales de la comunicación, la tecnología, la producción, el diseño o la venta.

Así que se está gestando una nueva etapa, la del control real de los medios de producción. Si gran parte del trabajo que se realiza en muchas grandes empresas se basa en el conocimiento o en la gestión de productos y servicios de terceros, ¿qué impide a los profesionales utilizar la red para transformarse de siervos en profesionales libres?

Si un profesional de administración ha alcanzado un nivel de excelencia elevado, ¿por qué debería seguir aguantando a un jefe insostenible en lugar de ofrecer sus servicios a través de Internet?

Si un responsable comercial do-



Dreamstime

mina la compraventa, ¿qué le impide hacerlo desde su casa usando herramientas sencillas de comercio electrónico?

Si un profesional sénior con años de experiencia queda fuera del mercado laboral, ¿a qué espera para ofrecer sus servicios como asesor utilizando una plataforma virtual de expertos?

Si un formador está harto de impartir cursos de liderazgo y gestión de equipos, ¿por qué no ofrecer sus propios programas creando su "academia" desde casa?

Aunque cada día hay más, la mayoría de los profesionales no son conscientes de que Internet no sólo es un medio en el que organizar guerras civiles en Twitter, pelearse por la última nominación de un aspiran-

te a cantante de OT o participar en timbas de poker virtual. El *dospuntocero* es, sobre todo, un mercado abierto en el que hacernos valer... y rentabilizarlo.

Llevan tantos años hablándonos de empleabilidad y de desempleo que hemos llegado a creer que todos debemos ser *cuentajenados*. Habrá quienes prefieran la falsa seguridad de una nómina. Pero, poco a poco, algunos a tiempo completo y otros a tiempo parcial, encontrarán el modo de exprimir lo virtual para generar los recursos que les permitan dejar de depender de un único "cliente". Debemos aprender de los denostados *influencers* y *youtubers* y ver que, con imaginación y descaro, es posible encontrar a quienes te paguen por algo que tienes, sabes o controlas.

Aunque suelo criticar ciertos usos de la red, tenemos que aceptar que no nos pagan por acumular títulos y másteres, sino por el valor que aportamos. Y el canal ideal para demostrarlo son los medios sociales. Internet nos puede convertir en libertos, esclavos al que de algún modo nos conceda (o tomemos) la libertad, sólo hace falta que llegue un *Espartaco 2.0*.

NOMBRAMIENTOS**Consejero independiente de Catenon****Eduardo Montes**

Ingeniero Industrial por la Universidad Politécnica de Madrid, posee amplia experiencia en el sector industrial, tanto en España como en Reino Unido y Alemania. Ha sido presidente en empresas como Siemens o la patronal del sector eléctrico en España (UNESA).

Ceo de DHL Express**John Pearson**

Ldo. en Márketing y Administración de Empresas por la Harper Adams University (Reino Unido), en 1986 se incorporó a DHL Express, en la que ha desarrollado diversas posiciones de alta responsabilidad en países del área Asia Pacífico. Desde 2010 hasta ahora ocupaba el puesto de CEO de DHL Express Europa.

Vicepresidenta de SIGAUS**Niurka Sancho**

Lda. en Ing. Industrial con especialización en química por la UPM, ha cursado un Programa de Liderazgo en Desarrollo y Gestión de Negocio en el IESE. Inició su trayectoria profesional en 1997 en Cepsa, en la que ha sido vicepresidenta sénior de Desarrollo de Negocio e Innovación, entre otros cargos.

'Chief digital officer' de Almirall**Francesca Domenech Wuttke**

Cuenta con un PhD en Farmacología por la Weill Cornell Graduate School of Medical Sciences y tiene un B.A. en Biology and Society por la Cornell University College of Arts and Sciences. Liderará la transformación digital de Almirall y formará parte del comité de dirección de la multinacional.

'Channel account manager' para Iberia de Trend Micro**Meritxel Pijoan**

Ing. Ind. Superior con especialización en Diseño Ind. y Desarrollo de Producto, por la Univ. Politécnica de Cataluña, y máster en Desarrollo de producto funcional e ingeniería mecánica por la Univ. de Tecnología de Luleå (Suecia), habla cinco idiomas y completa su formación con varias certificaciones.

Director general de Europcar Mobility Group en España**Tobias Zisik**

Ldo. en Historia y Literatura Inglesa por la Univ. de Edimburgo, tiene un MBA por el IE. Cuenta con 20 años de experiencia en ventas, márketing, planificación estratégica y puestos de dirección general. Ha desarrollado su carrera profesional en empresas como Metro de Madrid y Barclays.

Dtor. de derecho deportivo en el área de Sports de BDO**Kepa Larumbe**

Licenciado en Derecho por la Universidad Pública de Navarra, máster en Derecho Deportivo y Executive Master in European Sport Governance, en 2005 entró a formar parte, como abogado, de la Real Federación Española de Fútbol (RFEF) y en 2012 fue nombrado director de la asesoría jurídica.

Gerente en Badajoz de Grupo Sifu**Manuel Jurado**

Ldo. en Derecho por la Univ. de Extremadura y Máster en Administración y Dirección de Empresas por la EOI, ha formado parte del ámbito de los 'facility services' durante gran parte de su carrera profesional, incluyendo la fundación y gestión de una empresa propia dedicada a este sector.

Director de operaciones de Habitat Inmobiliaria**Aurelio Rodríguez Sánchez**

Licenciado en Arquitectura por la Universidad Politécnica de Madrid, cuenta con una dilatada experiencia en el sector inmobiliario y promotor. Durante los últimos ocho años y antes de unirse al equipo de Habitat Inmobiliaria, fue el director técnico para Anida.

Director de cuentas para España y Portugal de Schroders**Francisco Neto**

Ldo. en Economía por la Univ. Católica de Lisboa y Máster en Finanzas por ESADE, ha desarrollado su carrera en Crédit Agricole, donde formó parte del equipo de distribución en la división de Investment Banking de la oficina de Madrid, y en BNP Paribas Securities Services como Settlements Analyst en Lisboa.