

**EL ANTÍDOTO****Curanderismo financiero****Andrés Pérez Ortega** Consultor en estrategia personal

Se dice que Internet y los medios sociales no son ni buenos ni malos, simplemente son un reflejo de lo que ocurre en el mundo real. Yo diría que, además, hay una cierta sensación de falsa seguridad tras una pantalla que nos hace ser más desinhibidos. Y eso consigue que veamos cosas que se sitúan entre la vergüenza ajena y el espanto.

Hay retos absurdos, situaciones cómicas, meteduras de pata monumentales. Pero también vemos cómo se multiplican los vendedores de humo, modelos de negocio sin sentido, ideas muy bien empaquetadas para atraer a incautos, gente que dice que te enseñará los trucos secretos para triunfar que sólo conoce una élite.

Cualquiera que navegue un poco por *dospuntocerolandia* verá como le saltan anuncios de gente que promete ganar centenares de miles de euros en pocos días o incluso horas. Es el nuevo curanderismo financiero que, como el de toda la vida, suele atraer a gente desesperada.

Quienes prometen esa riqueza rápida suelen rodearse de una liturgia casi religiosa para atraer feligreses. Organizan eventos "gratuitos" en hoteles a los que acuden centenares de personas deseosas de conocer esos secretos. En sus redes sociales siempre aparece algún coche del lujo y al-



guna foto en la que están con un portátil en una playa exótica. Aunque siempre me pregunto qué hacen trabajando en lugar de surfear si les va tan bien.

Poco a poco van creando una especie de comunidad o tribu, como algunos lo denominan, que se va realimentando y convenciendo a sí misma de que saben algo que los empresarios y profesionales de toda la vida desconocen.

Como cualquier otra idea que pretenda vender algo milagroso, poco a

poco se va creando un lenguaje y terminología a la que solo pueden acceder los iniciados. *Copywriting*, persuasión hipnótica y mucho positivismo y ley de la atracción. Eso tan *coelhiano* de que basta con desear algo con fuerza para que el universo conspire para que lo consigas, bla, bla, bla...

En realidad, el negocio no está en vender un producto útil e innovador con el que, quizás, se pueda ganar dinero. Es algo más grosero y directo. Se trata de hacer creer que hay formas de forrarse sin complicarse demasiado la vida. El producto es el propio sistema. Evidentemente, como en cualquier otro modelo piramidal, los que realmente ganan dinero son los que están en el vértice.

Como dijo alguien, lo interesante sería comprobar, un año después, cuál es la situación de aquellos que han gastado centenares o miles de euros para aprender esas técnicas milagrosas. Aunque supongo que a nadie le entusiasma contar cómo le tomaron el pelo.

Si todo esto le parece raro o extravagante, le sugiero que vaya a Google y haga algunas búsquedas con términos como 'millonario', 'éxito', 'independencia financiera' o 'ganar dinero mientras duermes'. Lo que ocurrirá a continuación le sorprenderá.

**MUY PERSONAL****No todo vale****Carlos Recarte** Socio director de Recarte & Fontenla executive search

Impostores que suplantan la identidad de otras personas, políticos que mienten continuamente sin ningún tipo de pudor, consejeros delegados, ejecutivos y empleados que hacen lo imposible para mantenerse en su puesto, al precio que sea, pensando únicamente en sus intereses particulares y no en el interés de sus equipos y de la empresa, *fake news* que se propagan como el fuego a través de las redes sociales cuyo objetivo principal es desinformar y manipular a la opinión pública... Vivimos en un entorno en el que los valores cada vez brillan más por su ausencia, lo que precisamente no es el mejor ejemplo a seguir por las generaciones venideras. De aquellos polvos, vienen estos lodos.

Lo cierto es que no todo vale para conseguir nuestros propósitos. Siempre ha sido vital cuidar nuestra reputación tanto a título particular como empresarial, ya que es un indicador que valora el grado de integridad que un profesional o una organización han mantenido en el pasado y hasta la fecha, pero de poco servirá si las capacidades y competencias no se mantienen a la altura.

La selección de talento no está exenta de todo lo anterior. Los currículos han estado plagados de pequeñas mentiras prácticamente desde que existe el mercado de trabajo mo-



derno. Inflados ya sea atribuyéndose títulos universitarios o programas de posgrado que no han cursado o no terminaron, calificaciones exageradas, candidatos que se proclaman bilingües o multilingües sin ningún tipo de pudor, logros que asumen como propios cuando no los lideraban, retribuciones poco realistas, fechas poco precisas de permanencia en las empresas... y poca claridad en los motivos a la hora de explicar los cambios profesionales. Sin embargo, ¿por qué lo hacen? Las razones pueden ser múltiples: por impresionar a los demás, por desesperación para

encontrar un trabajo o alcanzar una mejor posición cuando no cumplen con los requisitos que se solicitan en el cargo, etcétera.

En un primer momento podemos pensar que inflar nuestro currículum puede ayudarnos y convertirse en una clara ventaja frente al resto de candidatos. Pero la verdad es que puede ser esto mismo lo que haga que no consigamos el puesto y, lo peor de todo, "que nos pongan una cruz", algo que no conviene en absoluto. Siempre es bueno ser honesto y contestar con toda naturalidad las preguntas del entrevistador.

Es por eso que para los reclutadores resulta imprescindible contrastar la información. A partir de una entrevista profesional, la toma de referencias y el análisis de la huella digital, ayuda a minimizar el riesgo de adoptar una decisión equivocada.

La vida profesional es una carrera de fondo que debemos desarrollar con visión, objetivos claros, equilibrio emocional, ilusión y esfuerzo. Ese es el camino que nos llevará a alcanzar nuestros objetivos con éxito sin recurrir a mentiras que sabemos que tienen las patas cortas. Recuperemos pues la pasión por aprender y el gusto por la educación y la cultura, el amor por el trabajo bien hecho y su contribución al bien común y a la sociedad.

**NOMBRAMIENTOS****Directora general de la Fundación Naturgy****María Eugenia Coronado**

Lda. en Contaduría Pública por la Pontificia Univ. Javeriana de Bogotá, se incorporó a Naturgy en 2001 como directora Económico-Financiera de varios negocios en Latam. Posteriormente fue directora financiera en Italia y en 2007 volvió a Latam donde ha desarrollado varios cargos.

**Secretario general de FECE****Carlos Moreno-Figueroa**

Máster en dirección de marketing digital y posgrado en dirección estratégica y en dirección comercial, lleva treinta años vinculado al sector y es miembro del comité ejecutivo de ANCECO. FECE representa a los comerciantes españoles de electrodomésticos, que emplean a 35.000 personas.

**Director general de Construcciones ACR****Guillermo Jiménez Michavila**

Ing. de Caminos, Canales y Puertos por la UPM, ha realizado un Programa de Gestión Internacional en IESE y un Programa de Desarrollo Directivo en el IE. Hasta su llegada a ACR era el director de zona en Portugal y la región de Galicia de Acciona Construcción, en la que ha desarrollado toda su carrera.

**Director general en reclamador.es****David Falk**

Bachelor in Business Administration de Nyenrode University en Holanda y Master in Business Administration por IESE, cuenta con más de 20 años de experiencia en marketing, tecnología, experiencia del consumidor y desarrollo de negocio en empresas como DiamondCluster.

**Directora de arte de Tous****Marta Tous**

Se incorporó al negocio familiar en 1994, y desde 2006 era la directora de I+D. Cuenta con un Grado Superior de Joyería y Orfebrería en la Escuela Oficial de Joyeros de Madrid y realizó una estancia en el Gemological Institute of America de Los Ángeles. También es miembro del Colegio Oficial de Joyeros.

**Presidente de Cerveceros de España****Demetrio Carceller Arce**

Presidente ejecutivo del grupo cervecero Damm, Carceller ha impulsado la diversificación e innovación en producto de la compañía. Entre los años 2012 y 2016, asumió la Presidencia de Cerveceros de Europa. El grupo de productores de cerveza en España representa el 1,3% del PIB.

**Responsable de operaciones de 'quality' de Grup Montaner****Antònia Cots**

Licenciada en Psicología por la Universidad Autónoma de Barcelona, ha liderado comercial y operativamente oficinas y equipos desde el año 2000. Cots se incorporó en noviembre de 2017 al grupo y durante este tiempo ha reestructurado la organización y el servicio de las oficinas propias de Quality.

**Directora de recursos humanos de Mediaset España****Alicia Zamora**

Lda. en Psicología y programas máster como el de Dirección Empresas de TV por el IE o el de Org. de RRHH por la Autónoma de Madrid, forma parte del Consejo Asesor del Proy. Cátedra de Mediaset España y del Máster en Creación y Gest. de Contenidos Audiovisuales de Mediaset España con la Universidad Europea.

**Director de seguridad de la información de Auren****Juan Francisco Escuderos**

Ing. Superior de Telecom. por la Univ. Politécnica de Valencia, auditor certificado de ISACA, y MBA por la Escuela de Negocios de La Universidad Abierta de Reino Unido, cuenta con más de 17 años de experiencia en el campo de los Sistemas de Información y Comunicaciones.

**Directora de marketing de neboola****Macarena Cenalmor**

Ha desarrollado su carrera profesional en Mobusi, by Fibonad y las agencias creativas alternativa (grupo Comunica + A) y Sr. Burns, donde ha desempeñado diferentes puestos, desde diseño de estrategia digital, directora de cuentas, VP de servicios al cliente hasta VP de global sales.