

ESPECIAL / MÁSTERES Y POSGRADOS

Las empresas buscan talento y habilidades entre los candidatos

Cada vez es más importante sacarse partido, así como mostrar iniciativa, flexibilidad y carácter emprendedor

Los nuevos tiempos exigen respuestas diferentes. Las empresas están a la caza y captura del talento, en especial si hablamos de renovar plantillas o de incorporar perfiles específicos para cometidos muy determinados, como darse a conocer en Internet, expandirse en el extranjero, dinamizar su actividad en otros sectores o, simplemente, ser más creativos.

Cada vez se tienen más en cuenta la actitud y las capacidades del candidato, ya sean innatas o adquiridas, para hacer frente a multitud de situaciones propias de un mercado en constante ebullición. Pero, además, se valoran más que nunca otras cualidades: la ambición y la movilidad del futuro trabajador; su espíritu emprendedor para protagonizar proyectos innovadores y poner su creatividad al servicio de la compañía; la capacidad de comunicar ideas; demostrar iniciativa y al mismo tiempo predisposición al trabajo en equipo; tener una formación transversal; y conocer la informática y, en general, las redes sociales.

Todas estas características no pueden verse en un currículum y, por ello, resulta esencial para las empresas el proceso de selección de personal, así como la formación dual que les permita observar in situ a su posible futuro empleado mientras disfruta de una beca que aúne formación y trabajo práctico.

La movilidad exterior y el conocimiento de idiomas son otro punto fuerte que debe mostrar el candidato, aunque no solo hablamos de manejar de forma más o menos



El talento y las habilidades personales, objetivo de las empresas. A. A.

hábil una lengua extranjera, sino de la capacidad de interrelacionarse con personas de otras culturas, la disposición a la hora de viajar o de permanecer una temporada en el extranjero.

El márquetin de uno mismo

Pero, al mismo tiempo, es vital saber sacarse partido cuando se trata de convencer al entrevistador de que está ante el candidato idóneo. Potenciar los puntos fuertes

y disimular los débiles; dar confianza o sacar provecho de todas sus habilidades ayuda a causar una impresión positiva. A todo ello hay que sumar la tarjeta de presentación que permite hacerse una primera imagen del candidato: su indumentaria, el lenguaje verbal y, sobre todo, el no verbal. De una correcta puesta en escena inicial puede depender una primera oportunidad y, de esta, el futuro contrato.

ALEJANDRO SERRANO/ DIRECTOR DE MÁSTER DE ZARAGOZA LOGISTIC CENTER



Alejandro Serrano es profesor y director de máster en ZLC. CARLOS MUÑOZ

«Tenemos los mejores máster de 'supply chain'»

Termina la primera promoción del Máster en Dirección de Supply Chain, ¿qué balance cabe hacer?

La promoción ha sido excepcional, la evaluación por los alumnos es de lejos la mejor en los trece años que lleva el programa. Creo que tenemos en ZLC los dos mejores máster de 'supply chain' en España, uno en español y otro en inglés. **Se trata de un máster renovado, procedente del antiguo Máster en Logística. ¿Cuáles son las principales novedades que se han incorporado a esta edición?**

En contenidos, hemos añadido elementos propios de un MBA, personalizados según nuestras necesidades, como finanzas para la cadena de suministro, estrategia de 'supply chain', entorno económico, gestión de equipos o toma de decisiones, y hemos convertido el máster en un programa de dirección. Por primera vez contamos con varios profesores internacionales, formados en universidades como el MIT o Harvard. Además, hemos introducido una pequeña porción del máster en inglés.

¿A qué profesiones y profesionales va dirigido el máster?, ¿qué futuro tienen dentro del actual panorama laboral?

El estudiante tipo tiene una carrera técnica, seis años de experiencia en una empresa que maneja inventario y un nivel de inglés medio/alto. También hay alumnos con buen expediente y buen inglés que comienzan su carrera profesional. En cuanto a salidas profesionales, el 80% de los alumnos está trabajando y esperamos que el porcentaje suba significativamente en tres meses.

Además de la vinculación con la empresa, es importante el vertiente internacional del máster, ¿cómo se fomentan en el programa ambas fortalezas?

Un 20% de los alumnos este año venían de fuera de España; hemos visitado empresas e invitado a directores de 'supply chain' y directores generales; y los 16 proyectos del máster han consistido en resolver problemas reales de empresas reales, como Procter & Gamble, Inditex o CLH.