





# **¿QUÉ BUSCAN LAS EMPRESAS EN LOS UNIVERSITARIOS?**

**CÓMO SUPERAR SUS REQUISITOS**

**UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ DE ELCHE  
OBSERVATORIO OCUPACIONAL**

**Autores:**

José María Gómez Gras

Domingo Galiana Lapera

María Asunción Pascual Moya

**Colaboradores:**

David León Espí

Belén Carrillo Martínez

Dolores López Martínez

Nuria Agulló Blasco

Ignacio Mira Solves

**Edita:** Universidad Miguel Hernández de Elche

**ISBN:** 84-931726-5-0

**Depósito Legal:**

## ÍNDICE

PRESENTACIÓN .....	1
1. INTRODUCCIÓN.....	5
2. SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO DE TRABAJO CUALIFICADO .....	17
2.1. Marco de referencia .....	17
2.2. Los cambios en el mercado de trabajo cualificado .....	21
2.3. El universitario en la empresa.....	25
3. ANÁLISIS DE LA OFERTA DE EMPLEO CUALIFICADO .....	35
3.1. Sectores demandantes de empleo.....	35
3.2. Titulaciones más demandadas .....	45
3.2.1. Tendencias en la demanda de titulados universitarios.....	45
3.2.2. Los perfiles más demandados por las empresas .....	47

3.3.	Habilidades y actitudes requeridas .....	61
3.3.1.	Las nuevas exigencias a los universitarios .....	61
3.3.2.	Valoración de las aptitudes y actitudes .....	72
3.3.3.	Labor investigadora.....	93
3.3.4.	Aportar valor añadido.....	97
3.3.5.	Conclusión.....	99
4.	QUÉ ESTÁ HACIENDO POR TI LA UMH .....	105
4.1.	El Universitario Cinco Estrellas .....	107
4.2.	El Observatorio Ocupacional .....	111
4.2.1.	Unidad de Prácticas en Empresas e Instituciones .....	113
4.2.2.	Unidad de Formación- Información.....	117
4.2.3.	Unidad de Estudios.....	123
4.2.4.	Unidad de Trabajo .....	123

5. QUÉ PUEDES HACER TÚ.....	127
5.1. La Inteligencia Emocional.....	129
5.1.1. Las cinco claves de la Inteligencia Emocional .....	131
5.1.2. Otras habilidades de Inteligencia Emocional .....	139
5.2. Desarrollo de la Inteligencia Emocional.....	147
5.2.1. Participación en las actividades promovidas por el Observatorio Ocupacional.....	150
5.2.2. Búsqueda y realización de prácticas.....	151
5.2.3. Desarrollo de habilidades mediante iniciativas personales .....	152
6. CONCLUSIÓN.....	157
7. ANEXO .....	163
8. BIBLIOGRAFÍA.....	205





# **PRESENTACIÓN**



## PRESENTACIÓN

Con esta nueva guía de orientación para el empleo, "¿Qué buscan las Empresas en los Universitarios y cómo superar sus requisitos?", el Observatorio Ocupacional de la Universidad Miguel Hernández de Elche continúa la línea de las dos obras anteriores publicadas: "¿Qué debes saber para buscar trabajo?" y "¿Qué debes saber para mejorar tu *"empleabilidad"*?". De este modo, esperamos que esta nueva publicación se convierta en una herramienta útil en la búsqueda de trabajo por parte del universitario y un punto de referencia para el mismo que le permita, una vez alcanzada la meta de conseguir empleo, poder conservarlo y promocionar en él.

El principal elemento diferenciador de esta guía, es que aborda la realidad del mercado de trabajo desde un punto de vista eminentemente práctico. Para ello, se analizan las demandas de trabajo cualificado por parte de empresas, con la finalidad de comprobar qué atributos son los más valorados por las mismas a la hora de seleccionar a su personal. De esta manera, los universitarios pueden conocer qué aspectos deben potenciar para adaptar su perfil a los requerimientos de las empresas y alcanzar así el objetivo pretendido: incrementar su nivel de *"empleabilidad"*.

La utilidad del presente estudio se enfatiza al haberse basado sobre empresas inmersas en un proceso de expansión, por lo que resulta de especial interés conocer sus demandas. Con este fin, confiamos en que las siguientes páginas sean una muestra de lo que cualquier universitario, estudiante o titulado, debe saber para mejorar sus posibilidades en el mercado de trabajo.



# **1. INTRODUCCIÓN**



## 1. INTRODUCCIÓN.

En la actualidad es asumido que nos encontramos en un entorno muy competitivo, tanto desde el punto de vista empresarial (multitud de empresas operando dinámicamente en el mismo sector) como desde el punto de vista profesional (cada vez son más y mejores los candidatos a ocupar puestos de relevancia en las empresas). Este contexto obliga a las empresas a exigir un grado importante de excelencia a sus nuevas incorporaciones, rompiendo el que hasta ahora había sido el esquema tradicional de contratación, que fundamentalmente valoraba la formación académica convencional (títulos universitarios, formación de postgrado, etc.) y la experiencia en puestos similares.

El análisis de la realidad ha demostrado que no siempre aquellos candidatos con mayor coeficiente intelectual o mejores calificaciones académicas son los que más rendimiento aportan a las empresas, por lo que los tests convencionales en los que se habían basado hasta ahora las pruebas de selección de muchas empresas no parecen ser un buen predictor de la validez de un profesional. Esta teoría ha ido ganando fuerza en los últimos años, generando progresivamente un cambio en el modo de entender la selección de personal por parte de las empresas. Una de sus principales consecuencias sería la pérdida de importancia de aspectos que hasta entonces habían sido muy valorados (como un expediente académico brillante) en favor de otros que hasta el momento no habían gozado de mucha popularidad en las pruebas de selección, como las habilidades sociales. En definitiva, se rompe la relación

unívoca que podía describirse como "si un candidato tiene la suficiente capacidad como para obtener buenas calificaciones en su etapa formativa, necesariamente debe ser válido para desempeñar un puesto de trabajo de responsabilidad en la empresa".

Por otra parte, estamos comprobando cómo el autoempleo se está convirtiendo, cada vez más, en una salida natural del estudiante universitario. Son muchos los jóvenes que, atraídos por la idea de convertirse en su propio jefe, se lanzan a emprender esta aventura. Razón por la cual varias universidades, entre ellas la Universidad Miguel Hernández de Elche, se han hecho eco de esta situación, respondiendo con varias iniciativas encaminadas a proporcionar al futuro emprendedor la formación y asesoramiento necesarios para llevar a cabo su negocio con garantías de éxito.

Pero tampoco se cumple en este caso la regla de que los estudiantes con calificaciones académicas más destacadas son aquéllos que más despuntan en el panorama empresarial. Tal y como afirma el diario expansión en su página digital ([www.expansionyempleo.com](http://www.expansionyempleo.com), 3 de diciembre de 2002) en su artículo *La Universidad ayuda a los alumnos con buenas ideas*, "un alto porcentaje de los emprendedores universitarios tiene su origen en los alumnos con un expediente académico menos brillante", lo cual nos lleva a cuestionarnos hasta qué punto las calificaciones obtenidas en la etapa universitaria son indicativas del éxito que posteriormente obtengan estos profesionales universitarios.

A raíz de esta evidencia constatada por parte de las empresas, surgió la necesidad de encontrar un enfoque



complementario al existente que permitiese a las empresas reclutar profesionales válidos con mayor fiabilidad. De este modo, se observó un fenómeno en la práctica empresarial, que ha sido explicado felizmente bajo el concepto de *Inteligencia Emocional*, popularizado por Daniel Goleman en la década de los noventa.

La llamada *Inteligencia Emocional*, que ha generado una corriente de pensamiento que cuenta cada día con más adeptos, ha llevado a las empresas a realizar un giro importante en sus procesos de selección. Así, la tendencia observada en los últimos tiempos en el comportamiento de las empresas es la exigencia a los candidatos de un conjunto de valores complementarios a los conocimientos teóricos, dirigidos a obtener tanto la eficiencia de su grupo de trabajo como la eficacia en la consecución de sus objetivos empresariales. De este modo, el nuevo enfoque, en lugar de desplazar al anterior, se convierte en el complemento ideal del mismo, es decir, la búsqueda por parte de las empresas no sólo de los conocimientos teóricos necesarios para desempeñar de forma adecuada el puesto de trabajo, sino también de *Inteligencia Emocional* en sus candidatos para reforzar de manera integral las potencialidades futuras de un puesto de trabajo.

Esta forma de proceder por parte de las empresas ha dado como resultado un mayor acierto en la selección de profesionales válidos para desempeñar los puestos de trabajo para los que eran requeridos. De este modo, la *Inteligencia Emocional* ha venido a solventar la inquietud que habían venido manifestando las empresas acerca de la ineficacia de los *test* y otras pruebas análogas como único medio de selección y valoración del personal.

Por otra parte, la demanda de habilidades complementarias a la formación académica es aún más evidente y necesaria en aquellos sectores sujetos a continuos cambios del entorno en el que operan. Para estos sectores, es imprescindible contar con personal muy cualificado que, a su vez, tenga las habilidades necesarias para desenvolverse en un ámbito en el que la flexibilidad es un requisito fundamental para la supervivencia empresarial.

Por este motivo, es fundamental para el universitario comprender y asumir el concepto de *Inteligencia Emocional* a fondo, conociendo además qué aptitudes y actitudes le van a ser demandadas y que serán, por tanto, las que deba fomentar.

En resumen, el periodo educativo ya no puede entenderse sólo como una etapa en la que el estudiante se forma en aspectos meramente académicos. Sería un error limitar el aprendizaje a las enseñanzas proporcionadas en las aulas universitarias, ya que cada vez es más evidente que la titulación no es el único requisito necesario para alcanzar el éxito profesional. Aunque, eso sí, es innegable que un título universitario tiene un peso muy importante como medio válido de justificar la posesión de una serie de conocimientos teóricos y técnicos imprescindibles para la correcta ejecución de un puesto de trabajo. Por tanto, sabiendo que hay otros aspectos igualmente valorados por las empresas, no deberíamos centrar nuestros esfuerzos únicamente en alcanzar una titulación sin más, sino que conviene aprovechar ese tiempo de formación académica para nutrirse de los conocimientos y habilidades complementarios para afrontar con mayor éxito una candidatura

laboral. De esta forma, además, se evita la inversión de más tiempo adicional, como suele suceder tras los estudios al constatar los universitarios ya titulados estos requisitos, cuando afrontan su inserción laboral.

Asimismo, en muchas ocasiones, el estudiante o titulado universitario se encuentra desorientado ante la búsqueda de empleo. Parte de este desconcierto suele deberse al desconocimiento que sobre el mercado de trabajo tienen los recién iniciados en la compleja tarea de encontrar trabajo, hasta el punto que, en muchas ocasiones, no saben por dónde empezar. De hecho, los expertos en asesoramiento en búsqueda activa de empleo cada vez están más convencidos por su experiencia de la importancia que tiene contar con una visión realista de la situación del mercado laboral, a fin de orientar la formación en función de la demanda del mercado. Esto permite adquirir un perfil más atractivo para las empresas y lograr, en definitiva, el objetivo principal que es el incremento del nivel de "empleabilidad". Es decir, el incremento de las posibilidades reales que tiene el candidato de acceder a una empresa o de mejorar el puesto ya desempeñado en ella.

Según nuestra experiencia, el mejor modo de conocer el mercado laboral - especialmente desde el punto de vista de las ofertas de trabajo de las empresas, que es el aspecto fundamental que nos interesa -, es obtener la información directamente de ellas. Es decir, conocer qué esperan de sus profesionales y, por tanto, qué demandan a los candidatos para cubrir sus ofertas de trabajo.

Aunque hay varias alternativas a la hora de la búsqueda de empleo, las empresas que van a centrar el objeto de nuestro análisis son aquellas que cumplen una serie de condiciones. Especialmente vamos a interesarnos por las organizaciones que constituyen actualmente una demanda efectiva de empleo cualificado. Para ello, sería muy conveniente contar con las opiniones de firmas que operan en sectores o actividades punteras y que estén en proceso de expansión o crecimiento, lo que las convierte en demandantes efectivas de empleo.

En definitiva, nos interesa conocer la opinión de empresas con una trayectoria nacional e internacional consolidada, de prestigio reconocido y con un número de trabajadores considerable. La razón se apoya en que una empresa de estas características suele contar con estructuras más departamentalizadas y organizadas, favoreciendo así la contratación de profesionales y expertos en cada una de las áreas concretas. Por otra parte, las aspiraciones de los universitarios suelen pasar por formar parte de una gran compañía, que satisfaga sus intereses y necesidades, ya sea desde el punto de vista *profesional*, mediante la realización de un trabajo acorde con sus formación y capacidades, como desde otros puntos de vista como el *económico*, con un sueldo competitivo, el *personal*, disfrutando de un ambiente de trabajo agradable, o el *formativo*, con una empresa que se preocupe de proporcionar a sus empleados la formación adecuada para promocionar.

Sin embargo, no olvidamos el enorme valor que tienen las pequeñas y medianas empresas como potenciales y reales demandantes de empleo, aunque de momento excluirémos de

nuestro razonamiento a aquéllas que carecen de los recursos suficientes para disponer de los servicios de profesionales, o bien los subcontratan a otras empresas más especializadas (como consultorías de empresas, por ejemplo), o bien disponen de titulados, pero que realizan multitud de tareas, no necesariamente relacionadas con su formación académica.

Considerando que la celebración durante los meses de noviembre de 2000, 2001 y 2002 del Foro de Empleo, organizado por tercer, cuarto y quinto año consecutivo respectivamente por ABC Nuevo Trabajo, constituía una excelente oportunidad de reunir bajo un mismo techo a empresas con las características anteriormente descritas, quisimos aprovechar la ocasión de estudiar en profundidad la información tan valiosa que nos ofrecían estas empresas. Especialmente hemos tenido en cuenta que el hecho de su presencia en el Foro es, ya de por sí, una evidencia de que estas empresas constituyen una demanda efectiva de empleo. Además veremos que, salvo muy contados casos en los que la formación universitaria puede sustituirse por otros méritos, como la experiencia demostrable o la formación profesional, estas empresas buscan claramente titulados universitarios.

Concretamente, las empresas participantes del Foro de Empleo fueron, en su edición de 2000: Agilent Technologies, Airtel, alpi Telecomunicaciones, Altran España, Amadeus, Amena, Andersen Consulting (actualmente Accenture), Andersen (actualmente integrado en Deloitte & Touche), Carrefour, Cepsa, Deutsche Bank Servicios de Consultoría e Informática, DMR Consulting, DSS, Ericsson, Europcar, Grupo Endesa, Henkel, Hewlett-Packard,

Hisvavista, IBM España, Indra, Lucent Technologies, Metrored, Motorola, Nortel, Ono, PricewaterhouseCoopers, Retevisión, Robert Bosch, Siebel, Soluziona y Telefónica Data.

Por otra parte, en la edición de 2001, participaron Accenture, Alma Technologies, Altran, Amena, Andersen (actualmente integrado en Deloitte & Touche), Bureau Veritas, Carrefour, Deloitte & Touche, DMR Consulting, Ferrovial, Fundación Catalana para la Investigación, Indra, Lilly, PricewaterhouseCoopers, Redes de Fuerzas de Ventas, Salesland, Grupo VIPS y Vodafone.

En lo que se refiere a la edición de 2002, se contó con la participación de: Salesland, Ferrovial, BBVA, DMR, Redes de Fuerzas de Ventas, Carrefour, Deloitte & Touche, Amena, Bureau Veritas, Grupo Troa, Air Nostrum, Grupo Regio, Monster, Cepsa, Hoteles Tui, Animatour, Viajes El Corte Inglés, Carrefour Viajes, Red Eures, Carrefour Ópticas, Indas, Colegio Oficial de Farmacéuticos, Asociación Española de Franquiciadores y Asociación de Jóvenes Empresarios de la Comunidad de Madrid.

Para la realización del estudio, contamos con las entrevistas que los representantes de estas empresas concedieron a ABC Nuevo Trabajo y que fueron publicadas los días 19 y 26 de noviembre de 2000, el 18 de noviembre de 2001 y el 24 de noviembre de 2002. En estas entrevistas, los representantes de cada una de las empresas participantes en las distintas ediciones del Foro explicaron los perfiles demandados por cada una de sus empresas, lo que nos proporciona la información necesaria para realizar un análisis detallado, a fin de determinar qué aspectos son los más

valorados por el mercado de trabajo. El principal atractivo de estas empresas es que todas están inmersas en procesos de crecimiento y operan en sectores dinámicos, por lo que sus necesidades de incorporar personal cualificado son reales y responden de un modo fiable al prototipo de empresa demandante de personal cualificado que estábamos buscando para nuestro estudio.

Por otra parte, estamos convencidos que una Universidad pública, práctica y avanzada no debe limitar su actividad únicamente a la formación académica, sino que su responsabilidad para con la sociedad abarca también una serie de servicios destinados a procurar la inserción laboral y mejorar la *"empleabilidad"* de sus estudiantes.

Consciente de ello, la Universidad Miguel Hernández de Elche creó un servicio específico para afrontar esta vocación, denominado Observatorio Ocupacional que, desde 1997, viene desarrollando numerosas actividades entre las que destacan, entre otras, la búsqueda de prácticas y de trabajo a sus estudiantes y titulados, la impartición de cursos de formación específica en técnicas de búsqueda activa de empleo y la organización de jornadas y seminarios donde se motiva a los estudiantes y se les orienta sobre su carrera profesional y para los que cuentan con la participación de expertos de reconocido prestigio.

Siguiendo esta política de compromiso, se ha realizado el presente estudio, por medio del cual esperamos concienciar a los estudiantes de la necesidad de formarse en otros aspectos no académicos, especialmente de índole emocional (liderazgo, trabajo



en equipo, orientación al cliente, etc.). Así, incluimos en esta publicación una serie de consejos de esta naturaleza que, a modo indicativo, pueden orientar al estudiante sobre cómo dirigir su formación para alcanzar una mejor posición futura en el desarrollo de su carrera profesional, en puestos de trabajo lo más relacionados con su formación académica.



## **2. SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO DE TRABAJO CUALIFICADO**



## **2. SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO DE TRABAJO CUALIFICADO.**

### **2.1. Marco de referencia.**

Parece evidente que, a la hora de emprender una tarea tan importante como la búsqueda de empleo, es conveniente conocer sobre qué terreno nos movemos y qué podemos precisar para desenvolvemos de manera adecuada a nuestros propósitos.

No obstante, este hecho no siempre es valorado por el demandante de empleo, que a menudo inicia la búsqueda sin tener en cuenta este aspecto. En realidad, el conocimiento del entorno que rodea al mercado de trabajo es una buena ayuda a la hora de orientar nuestros pasos y encontrar empleo.

Este hecho, es si cabe aún más significativo si tenemos en cuenta que en las últimas décadas los cambios acaecidos han sido muy rápidos y determinantes, dando como resultado un panorama totalmente diferente al que podíamos encontrar con anterioridad. En este cambio, han influido mucho las nuevas tecnologías, especialmente Internet, pero también otros muchos aspectos que se comentan en el siguiente apartado y que han dado lugar no sólo a un cambio de entorno, sino también a un cambio en la mentalidad empresarial.

Por tanto, ¿En qué sentido puede ayudarnos el conocer el mercado de trabajo? En mucho más de lo que en un principio puede parecer. De hecho, este acercamiento puede ayudar al universitario a orientar sus pasos en la búsqueda de su primer empleo y, más concretamente, a adaptar su perfil a los requerimientos de las empresas y demás instituciones demandantes de personal cualificado.

A modo de ejemplo, sorprende todavía cómo aún pueden encontrarse universitarios con escasos o nulos conocimientos de informática. Este hecho obedece a un desconocimiento de las características requeridas, ya que la realidad nos muestra cómo, cada vez más, las nuevas tecnologías están presentes en cualquier puesto de trabajo cualificado. Asimismo, encontramos estudiantes que no saben a qué empresas dirigirse a la hora de buscar empleo o a qué organismos acudir en busca de asesoramiento.

Todos estos problemas pueden solventarse, o al menos paliarse en gran medida, si el universitario se preocupa de averiguar, antes de iniciar su búsqueda de empleo y durante la misma, aspectos tales como:

- Empresas y demás organizaciones que demandan empleo actualmente.
- Requerimientos más usuales a la hora de seleccionar su personal.
- Procedimiento habitual de selección.

- Preparación y comportamientos aconsejables en el candidato/a.
- Actividad que llevan a cabo las empresas y organizaciones a las que pensamos dirigirnos.

Un conocimiento más o menos apropiado de éstos, y otros aspectos relacionados con el mercado de trabajo, constituyen sin duda un punto a favor del candidato a la hora de, por ejemplo, confeccionar su currículum, organizar el envío de los mismos o hacer frente a una entrevista de selección.

Con el ánimo de acercar en la medida de lo posible al universitario a la realidad del mercado laboral, hemos incluido el presente apartado, en el cual mostramos los cambios acaecidos en el entorno laboral y los rasgos más importantes que caracterizan al mismo desde una perspectiva general.

De igual manera en el tercer capítulo, “Análisis de la oferta de empleo cualificado”, haremos referencia desde una óptica más particular a otros aspectos interesantes tales como: los sectores demandantes de empleo cualificado, las titulaciones que cuentan con mayor popularidad entre las firmas demandantes de empleo o las habilidades y actitudes más valoradas por las empresas.



## **2.2. Los cambios en el mercado de trabajo cualificado.**

Los datos relativos al empleo de los últimos años nos han mostrado la evidencia que el mercado laboral está evolucionando a un ritmo muy rápido, siguiendo unas pautas que dejan entrever tendencias que hasta hace relativamente poco eran desconocidas, o más bien se consideraba que podían adquirir cierta importancia en un futuro, como realmente ha terminado confirmándose. Entre todas las novedades que se han experimentado en el mercado de trabajo, cabe señalar principalmente dos, como las más representativas de la evolución experimentada:

- La importancia adquirida por las Nuevas Tecnologías e Internet, y su derivación a lo que se conoce como *la Nueva Economía*.
- La importancia otorgada a los aspectos de índole emocional en el empleado y su profesionalidad.

Sin embargo, son muchas más las tendencias que han venido manifestándose, en mayor o menor medida, a lo largo de estas últimas décadas y que han ido configurando el panorama laboral que conocemos actualmente. De este modo, cabría destacar por encima de todas la globalización de la economía (propiciada por los avances experimentados en los transportes y telecomunicaciones), cuya principal consecuencia es la creación de un entorno mucho más competitivo en el que diversas empresas de distintos países compiten por un mismo público objetivo.

Por otra parte, los numerosos y rápidos cambios que se producen en el entorno empresarial han provocado que sea para las empresas imprescindible alcanzar la flexibilidad suficiente para reaccionar y adaptarse a las nuevas situaciones. Como consecuencia de esto, se han derivado numerosas alternativas, entre las cuales habría que destacar la aparición de nuevas figuras como el teletrabajador (profesional que desempeña su puesto de trabajo fuera de la empresa conectado a la misma a través de Internet) o el fenómeno de la externalización por parte de las empresas de parte de sus procesos, lo que se ha convertido en uno de los recursos más utilizados en aras a conseguir un mayor grado de flexibilidad que les permita hacer frente a sus competidores con más garantías de éxito. De esta forma, las empresas pueden ofrecer una mayor dedicación hacia aquellas actividades consideradas estratégicas, subcontratando a terceras empresas la realización de otras tareas de carácter más operativo.

Otra consecuencia destacable sería la necesidad de contar en todo momento con personal cualificado, lo que implica promover la formación continua por parte de los empleados, evitando que los cambios del entorno se traduzcan en desfases de los conocimientos de los recursos humanos. Más que trabajadores superespecializados, la empresa busca profesionales polivalentes, capaces de resolver problemas variados y cuya utilidad no se limite a sólo un área concreta. Por otra parte, hay que destacar el respeto y atención que recibe el empleado, así como las múltiples posibilidades que se le ofrecen para triunfar en la empresa (de hecho, se ha venido observando en los últimos años una reducción



gradual de la edad de los directivos). Esta actitud está también propiciada por el desarrollo de una nueva ética empresarial basada en el aprovechamiento del potencial del trabajador por medio de su satisfacción en el puesto de trabajo.

La necesidad de operar en varios frentes a la vez, dadas las múltiples y complejas interrelaciones existentes entre los diferentes aspectos abarcados por las empresas (nuevas tecnologías, finanzas, fiscalidad, etc.), así como la obligación de ofrecer una solución integrada, son otras de las características que actualmente pueden observarse en el mundo empresarial. Estos aspectos han obligado a las empresas a estructurarse de un modo más efectivo, que permita a sus profesionales expertos de cada área tener la suficiente autonomía como para tomar sus propias decisiones. La delegación de responsabilidades ha pasado, por tanto, de ser una elección a convertirse en una necesidad y ha traído consigo un complejo entramado de relaciones formales e informales en las empresas, muy alejado de las clásicas estructuras piramidales, en las que un pequeño núcleo de personas controlaba prácticamente todos los procesos que se llevaban a cabo en la empresa.

La orientación hacia el cliente es, a su vez, otra de las tendencias que con más fuerza se ha venido manifestando. La principal razón ya la hemos adelantado anteriormente, y es la necesidad de diferenciarse del resto de empresas competidoras, ofertando un producto o servicio único que sea demandado por los consumidores. Para obtener una diferenciación efectiva, la herramienta más utilizada es el servicio personalizado al cliente,

convirtiéndose el cliente en el eje central alrededor del cual gira la empresa.

Muy ligado a lo anterior, se ha venido observando en las empresas un auge por obtener certificaciones de calidad que avale a la empresa frente al cliente, diferenciándola de sus competidores, y garantizando que los productos y/o servicios ofertados por la misma cumplen unos determinados parámetros de calidad y que, además, se trabaja por la mejora continua, como corresponde a una filosofía de calidad.

Por otra parte, parece que nos encontramos ante una buena coyuntura para el titulado universitario. De hecho, tal y como concluye el informe Infoempleo, realizado por Círculo de Progreso (2000) a partir del estudio de 206.276 ofertas de empleo realizadas durante el año 2000, los perfiles demandados muestran que la *Nueva Economía* es una realidad asentada en la actividad empresarial española. Las consecuencias que se derivan de este hecho son cada vez más evidentes en la economía española, pudiendo destacarse, entre otras, el incremento de empresas vinculadas a Internet y el cada vez mayor uso de las nuevas tecnologías por parte de las empresas tradicionales.

### **2.3. El universitario en la empresa.**

Tal y como hemos podido comprobar en el anterior apartado, son cada vez más las empresas que otorgan mucha más importancia al atesoramiento de ciertas habilidades personales que a la propia formación académica.

Esta evidencia viene siendo cada vez más constatada en diversos estudios que muestran una realidad distinta, que va más allá de la explicación del éxito profesional y personal atendiendo principal y casi exclusivamente al coeficiente intelectual de cada persona. De hecho, como señala Daniel Goleman (1999), el coeficiente intelectual deja sin explicar entre el 75% y el 96% del éxito laboral, por lo que no permite determinar de antemano quién triunfará y quién fracasará en una actividad.

Así, las nuevas perspectivas de la inteligencia han mostrado la dificultad que entraña la evaluación de las potencialidades en una persona, siendo algo tan complejo que no podía medirse como hasta ahora se había venido haciendo, atendiendo únicamente a aspectos tales como la capacidad verbal o la aptitud lógico-matemática, y dejando de lado otros aspectos mucho más difíciles de evaluar como la capacidad para relacionarse con los demás o la empatía, pero de cuyos efectos sobre la personalidad nadie dudaba.

Entre los muchos estudiosos del tema, cabe destacar a Howard Gardner (1991), que ya hizo referencia a otros aspectos de la inteligencia no contemplados, entre los que cabía destacar la

*inteligencia intrapersonal* (entendida como las habilidades sociales de cada uno para relacionarse con los demás) y la *inteligencia intrapsíquica* (es decir, las capacidades relacionadas con uno mismo: la autoestima, el autoconocimiento, etc.). Estas dos vertientes darían lugar posteriormente al concepto de *Inteligencia Emocional*, que tan acertadamente describió en su libro Daniel Goleman (1996) y que, tal y como ha podido constatarse en los últimos años, ha dado lugar a un notable cambio de actitud por parte de los empresarios y de los profesionales.

¿A qué puede deberse este hecho?. Evidentemente, el incremento de la competencia obliga a las empresas a ofrecer a sus clientes todo tipo de servicios complementarios para diferenciarse de las empresas competidoras. En un entorno turbulento, las empresas se ven obligadas a la búsqueda continua de la plena satisfacción del cliente, como medio para mantener los clientes actuales y, a la vez, incrementar su cuota de mercado. Este hecho, ha convertido al capital humano en el principal factor diferenciador de la empresa, fomentando el contacto directo con los clientes y la búsqueda continua de información, dentro y fuera de la empresa, para detectar oportunidades de mejora. En este contexto, las personas que más triunfan profesionalmente son aquéllas que tienen desarrolladas sus habilidades sociales, transmitiendo seguridad y confianza en sí mismas y, a la vez, cuentan con una personalidad tal que hace que los demás se sientan bien con su compañía.

Una de las principales consecuencias será, por tanto, que el universitario debe preocuparse cada vez más del desarrollo y perfeccionamiento de habilidades y aptitudes que posiblemente no

se había planteado hasta ahora, quizá por no conocer la influencia que estos aspectos pueden tener en su futuro profesional. Por esta razón, es necesario fomentar cuanto antes una actitud diferente por parte de los estudiantes, a fin de adecuar sus currícula a los requerimientos que efectúan las empresas.

Tal y como hemos visto, factores como la evolución tecnológica y el acceso de nuevas generaciones de profesionales al mercado laboral, hace que el capital humano haya adquirido un valor diferencial y estratégico de gran relevancia. Por esta razón, no es de extrañar que los candidatos que reúnan las habilidades necesarias para generar valor añadido a las organizaciones para las que trabajen se hayan convertido en un recurso escaso y muy valorado por las mismas.

En este sentido, ya no es aplicable la convicción que apuntaba que para cada puesto de trabajo las empresas disponían de cientos de candidatos. Este razonamiento ha desanimado en muchas ocasiones a los universitarios, que inevitablemente caían en una resignación perjudicial para sus intereses, con pensamientos como "seguro que habrá alguien más preparado que yo" o "cómo puedo yo competir con otros candidatos de mucha más experiencia". Bien es cierto, como ya se apuntó en la introducción, que actualmente el nivel cultural de la población ha aumentado, dando lugar a candidatos cada vez más preparados, pero lo que esto realmente significa es que la empresa tiene más cantidad donde elegir; pero no necesariamente que todos sean válidos para la organización. Y esto es así, independientemente de si tienen más o menos títulos o experiencia. En definitiva, el factor diferencial que

más van a buscar y valorar las empresas será la capacidad del candidato para generar valor añadido a la organización.

La empresa se encuentra, pues, con el reto de distinguir entre la abundante oferta aquéllos que realmente son válidos para sus intereses, es decir, a las personas capaces de resolver problemas aun antes de que se presenten, habituadas al cambio, independientes, ansiosas de aprender, familiarizadas con las nuevas tecnologías, comunicativas, etc. Y es este perfil el que se caracteriza por su escasez.

Este aspecto es un punto a favor del universitario, que debe ser consciente que, a cambio de este esfuerzo realizado, la empresa suele premiar a sus profesionales con importantes incentivos para evitar la fuga de sus recursos humanos. Y es que, descuidar aspectos tales como la necesidad del empleado de progresar profesionalmente, la remuneración económica adecuada o una cultura y ambiente de trabajo agradables son, a menudo, causa de abandono de las organizaciones por parte de los profesionales. Así, las propias empresas reconocen velar por la satisfacción de sus empleados con aspectos como salarios competitivos, posibilidades de promoción interna, formación a cargo de la empresa, desarrollo personal y profesional, clima laboral motivador, etc.

Si atendemos al Estudio sobre Retención de Talento en la Nueva Economía (“Retaining Top Talent in the New Economy”, Chicago, 2000), algunos de los aspectos más destacados para retener a los profesionales son los siguientes (ABC Nuevo Trabajo, 7 de octubre de 2001):

- Fomento de un ambiente de trabajo amigable.
- Comunicación interna eficaz.
- Cuidado de la acogida de las nuevas incorporaciones.

Según aparece en el mismo artículo, entre las estrategias para retener el talento empresarial y que cada vez cuentan con más popularidad entre las empresas pueden contarse:

- Diseño de estrategias de retención.
- Selección por competencias.
- Fomento entre los propios empleados de la organización para que propongan candidatos válidos.
- Establecimiento de programas enfocados a dar apoyo a los profesionales en la orientación de su trayectoria profesional y ofrecimiento de trabajos que supongan un reto profesional.
- Estrategias de reconocimiento y recompensa a los profesionales.
- Potenciación de una cultura de participación y comunicación abierta que incite a la innovación y creatividad de los profesionales.

Aprovechando el éxito obtenido en la celebración del Foro de Empleo en sus ediciones de 2000, 2001 y 2002, hemos podido constatar la participación de empresas con un perfil y características muy similares y que podrían considerarse un reflejo del mercado de trabajo en el que operan. Concretamente nos referimos a empresas consolidadas, grandes en su gran mayoría, con una trayectoria exitosa y una proyección internacional, que pueden ilustrar los cambios que están produciéndose en el mercado laboral.

La utilidad del presente estudio es mayor si consideramos, tal y como se señaló anteriormente, que la mayoría de las empresas que se han tenido en cuenta para la realización de este trabajo están actualmente inmersas en un proceso de expansión, por lo que sus necesidades de incorporar personal son evidentes. Por sus características, estas firmas resultan de especial interés para aquellos estudiantes y titulados universitarios que cuentan con un perfil técnico, ya que la tendencia general observada en las mismas es la elevada demanda de perfiles técnicos: Ingenieros en Telecomunicaciones, Ingenieros Informáticos, Ingenieros Industriales, etc.

Sin embargo, las conclusiones extraídas no son únicamente aprovechables para los estudiantes y titulados de carreras técnicas, sino que pueden extenderse a cualquier universitario. La razón estriba en ese cambio generalizado por parte de las empresas que hemos descrito y que se manifiesta en el hecho que, para superar sus procesos de selección, ya no es suficiente un buen expediente o



una titulación universitaria, sino que buscan algo que va más allá de todo aquello: el talento, un bien mucho más escaso.

A fin de realizar un análisis lo más completo posible de las pretensiones de estas empresas demandantes de empleo, estructuraremos el siguiente capítulo, Análisis de la oferta de empleo cualificado, en una serie de apartados. En el primero, Sectores demandantes de empleo, mostraremos a los estudiantes qué sectores son los que actualmente están demandando más empleo, con la finalidad de orientar su búsqueda y, a la vez, comunicar al candidato los aspectos más valorados por las empresas representativas de cada uno de ellos. A continuación, realizaremos un análisis de las titulaciones más demandadas por esos sectores, como ejemplo de la demanda actual de titulados universitarios por las empresas. El último apartado, de gran relevancia para nuestros razonamientos, hace referencia a las habilidades y actitudes que son demandadas por las empresas. Es en éste momento en el que pondremos de manifiesto la importancia de la *Inteligencia Emocional*, ya que vamos a poder comprobar hasta qué punto las empresas tienen en cuenta aspectos totalmente ajenos a la formación académica y de qué modo pueden servirnos estas habilidades interpersonales e intrapersonales en la consecución de un puesto de trabajo y en su correcto desempeño.

En los siguientes capítulos (Qué está haciendo por ti la UMH y Qué puedes hacer tú) mostraremos a todos los estudiantes universitarios que, una vez asimilada la importancia de determinadas habilidades, cuentan con multitud de herramientas a su alcance para



desarrollarlas y mejorarlas, consiguiendo así incrementar su nivel de "empleabilidad".

### **3. ANÁLISIS DE LA OFERTA DE TRABAJO CUALIFICADO**



### **3. ANÁLISIS DE LA OFERTA DE EMPLEO CUALIFICADO.**

#### **3.1. Sectores demandantes de empleo.**

A la hora de plantearse la búsqueda de un puesto de trabajo, el candidato debe, antes que nada, preocuparse por conocer la situación del mercado, lo que va a permitirle orientar sus esfuerzos de un modo más efectivo. De esta manera, el universitario puede centrar su atención en aquellos sectores en los que las probabilidades de éxito sean mayores.

Por tanto, es importante conocer en qué sectores operan las empresas que constituyen una demanda real de empleo, sin descuidar aquellos sectores que puedan constituir una demanda potencial, es decir, sectores en alza con grandes posibilidades de desarrollo y crecimiento. En este sentido, las empresas participantes en el Foro de Empleo en sus distintas ediciones constituyen un claro reflejo de esto mismo, ya que se trata de firmas consolidadas, demandantes reales y potenciales de personal cualificado. De este modo, los datos ofrecidos por estas empresas pueden servir de gran ayuda al candidato a la hora de afrontar con ciertas garantías de éxito un proceso de selección (por ejemplo, al confeccionar el currículum vitae o preparar la entrevista de selección), ya que el conocimiento de las peculiaridades de estos sectores permite orientar la búsqueda de trabajo y puede convertirse en un punto a su favor.

Como hemos visto, un aspecto que debe tenerse en cuenta a la hora de enfocar la búsqueda de trabajo es dónde buscarlo, es decir, qué sectores son los que constituyen la principal fuente de creación de empleo. Con esta finalidad, se han realizado varios estudios, entre los que cabe destacar el Informe Infoempleo, realizado por Círculo de Progreso (2000). Para la realización de este informe se tuvieron en cuenta, como ya se indicó anteriormente, 206.276 ofertas de trabajo cualificado contabilizadas durante el año 2000 y que fueron publicadas en distintos medios de comunicación.

Asimismo, contamos con la distribución por sectores de las empresas participantes del Foro de Empleo en el mismo año (2000), lo que nos permitirá realizar una comparativa entre ambas clasificaciones para establecer si, a grandes rasgos, se comportan de manera similar. En definitiva, nos interesa comprobar qué sectores son los que más acuden a los foros de empleo y si éstos son realmente los que están realizando una demanda efectiva de trabajo. En caso de confirmarse este hecho, las conclusiones que podamos obtener en el presente estudio tendrán un doble valor como ayuda al universitario a la hora de orientar la búsqueda de trabajo.

Para poder llevar a cabo esta comparativa, aun dándose el hecho de que ambas clasificaciones son muy similares en cuanto a distribución de empresas por categorías, hemos tenido que proceder a realizar alguna reagrupación en el caso de Círculo de Progreso, dado que la clasificación realizada por ABC Nuevo Trabajo es más general. De esta manera, se ha procedido a fusionar, por una parte, las categorías "Industrial" y "Química", utilizadas por Círculo de

Progreso, en una más general que ABC Nuevo Trabajo denomina "Gran Consumo". De igual manera, las categorías "Servicios" y "Electricidad, electrónica y óptica" de Círculo de Progreso se agrupan en otra más amplia que pasa a denominarse de manera genérica "Servicios".

Teniendo en cuenta estos aspectos, los resultados obtenidos son los siguientes:

	<b>CÍRCULO DE PROGRESO (%)</b>	<b>ABC NUEVO TRABAJO (%)</b>
TELECOMUNICACIONES / NUEVAS TECNOLOGÍAS	19,58	43,00
CONSULTORÍA / AUDITORÍA	12,65	19,00
SERVICIOS	14,94	16,00
INFORMÁTICA	17,82	10,00
AUTOMOCIÓN	6,06	6,00
GRAN CONSUMO	16,11	3,00
BANCA Y CAJAS DE AHORRO	4,37	3,00
CONSTRUCCIÓN	8,48	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

FUENTE: Círculo de Progreso (2000) y ABC Nuevo Trabajo 9 de septiembre de 2001

Una primera reflexión sobre la tabla anterior apunta que existen, salvando las distancias, bastantes similitudes en ambas clasificaciones.

En primer lugar, llama la atención que, tanto en una clasificación como en otra el sector de las Telecomunicaciones el que más ofertas atesoró en el año 2000. Sin embargo, hay que destacar que este porcentaje es mucho más elevado entre las empresas presentes en el Foro de Empleo, lo que lleva a pensar que

este tipo de eventos, por sus características especiales, son un canal de selección de personal que ofrece grandes posibilidades a empresas de este sector, como alternativa o complemento de otras vías como pueden ser los anuncios en prensa o agencias de empleo.

Una prueba del éxito que, progresivamente, van adquiriendo los foros de empleo como medio eficaz de reclutar personal cualificado válido, es que varias de las empresas presentes en una edición del Foro de Empleo, han repetido su presencia en ediciones posteriores. La razón por la que las empresas se fijan en estos eventos como medio válido de selección de personal, es que permiten, con un coste relativamente bajo, acceder en muy poco tiempo a un número elevado de candidatos muy cualificados, con la posibilidad incluso de realizar entrevistas en el momento. De esta opinión es el gerente de DMR Consulting, que aboga por la rentabilidad de los mismos, ya que "les permite darse a conocer y seleccionar a personal" (Expansión & Empleo, 10 y 11 de marzo de 2.001). Por otra parte, María Vega de Seoane, responsable de relaciones externas de Prensa Española, señala la oportunidad que estos eventos ofrecen a los candidatos, ya que "no es habitual que un candidato pueda charlar distendidamente con el responsable de selección de una gran empresa, preguntarle qué opinión le merece su currículum o pedirle consejo acerca de su carrera profesional" (ABC Nuevo Trabajo, 9 de septiembre de 2001).

Por otra parte, las empresas del sector de la informática, las firmas de consultoría, asesoría y auditoría y el resto de organizaciones que operan en el sector servicios cuentan también con importante presencia tanto en una como en otra clasificación.



Este hecho revela cómo, junto al sector de telecomunicaciones y nuevas tecnologías, estos sectores son los más punteros en cuanto a demanda de trabajo cualificado.

Sin embargo llama la atención la escasa presencia que tiene el sector de gran consumo en el Foro de Empleo, si comparamos este porcentaje con el obtenido por Círculo de Progreso y que recordamos se refiere a 206.276 ofertas de trabajo cualificado contabilizadas durante el año 2000. Este hecho, parece mostrar que las empresas de este sector apenas se fijan en estos acontecimientos, por lo que cabe pensar que prefieren optar por otras vías de selección tales como los anuncios en prensa, empresas de trabajo temporal, servicios de intermediación laboral, etc.

De este modo, y a tenor de lo observado en el Foro de Empleo en su edición de 2000, vemos cómo predominan las empresas pertenecientes a algunos sectores concretos (telecomunicaciones, servicios, informática y consultoría), fenómeno que no se manifiesta con igual fuerza en el resto de sectores. Esta tendencia se ve confirmada en las ediciones de 2001 y 2002, pues como puede comprobarse, son estos mismos sectores los que cuentan con una mayor presencia en el Foro.

A continuación vamos a definir brevemente cada una de las categorías analizadas en nuestro estudio:

**a) Telecomunicaciones / Nuevas Tecnologías.**

El elemento común que define a estas empresas es que su actividad principal es la de facilitar la comunicación a distancia en tiempo real por diferentes vías (Internet, telefonía móvil y fija, etc.).

Para estas empresas es especialmente valorable y necesario que **su personal se forme continuamente**, ya que se opera en un sector muy dinámico, en el que los conocimientos se quedan obsoletos rápidamente.

Por otra parte, también hay que tener en cuenta que las nuevas tecnologías están presentes en la mayoría de empresas de cierta importancia y proyección estratégica, lo que demuestra no sólo el amplio potencial de crecimiento y creación de empleo que tiene este sector, sino también las implicaciones que tiene sobre el resto de actividades económicas.

Como puede observarse claramente en las cifras y gráfico presentados, es éste el sector que tuvo más presencia en el Foro de Empleo 2000. En las sucesivas ediciones de 2001 y 2002, aunque sigue haciendo acto de presencia, hay que matizar que cede su protagonismo a consultorías y empresas de servicios, que pasan a convertirse en el sector dominante en el Foro.

No obstante, esto no quiere decir que las nuevas tecnologías hayan dejado de ser una fuente de empleo, ya que éstas están presentes en todos los sectores, y muy especialmente en el sector servicios.

### **b) Consultoría / Auditoría.**

Como puede deducirse de las cifras, este sector es uno de los que experimenta un mayor crecimiento y, por tanto, supone una demanda importante de trabajo que debe tenerse en cuenta al fijar la atención de la búsqueda de empleo con una óptica de significación sectorial.

Hay que señalar que en esta categoría se han incluido tanto las empresas que realizan labores de consultoría y asesoría en general, como aquéllas más especializadas en nuevas tecnologías. La característica dominante de estas organizaciones, salvo casos concretos, es que no se limitan a un asesoramiento en un tema específico, sino que ofrecen a la empresa una solución integrada para todas sus áreas. De ahí que estas empresas valoren especialmente la **capacidad para el trabajo en equipo**, puesto que de nada les sirve tener a los mejores especialistas de cada área si luego no pueden ofrecer una solución conjunta y compatible, que no provoque conflictos entre los diferentes departamentos de la empresa cliente.

### **c) Servicios.**

En este apartado incluimos aquellas empresas que operan en el sector servicios, pero en otra actividad no recogida en las anteriores categorías utilizadas. Es una categoría muy amplia y que a lo largo de los últimos años ha venido manifestando un crecimiento importante, desplazando otros sectores.

**d) Informática.**

El principal criterio distintivo recae en que se trata de empresas dedicadas a la creación de software y hardware destinados al tratamiento de información.

Al igual que el sector de las telecomunicaciones, con el que mantiene fuertes vínculos, es un sector en el que la **formación continua** de su personal se convierte también en una necesidad.

**e) Automoción.**

En este caso, nos encontramos ante un sector que, por sus características, va a demandar a sus recursos humanos un nivel de **conocimientos técnicos** elevado que les permitan desempeñar de manera efectiva puestos de trabajo que requieren una alta cualificación.

**f) Gran consumo.**

Ya hemos visto la escasa presencia que tienen en el Foro de Empleo las empresas de esta categoría. Por tanto, es lógico pensar que las empresas pertenecientes a este sector y que acuden a los foros suelen ser firmas punteras en su campo de actividad, con proyección internacional y con una importante presencia de tecnología debido, sobre todo, a su esfuerzo realizado en I+D. Por esta razón, es fundamental para estas organizaciones contar con profesionales con un **alto nivel de cualificación** además, claro está,

de las actitudes necesarias para obtener el máximo rendimiento de sus conocimientos.

Por otra parte, suele ser muy valorable para estas empresas el **conocimiento de idiomas**, debido a la importante presencia que tienen en el extranjero, lo que les obliga a formar parte de equipos de trabajo internacionales.

**g) Banca y cajas de ahorro.**

En este caso, nos encontramos ante un sector muy dinámico, que cuenta además con múltiples interrelaciones con el resto de sectores de la economía. Especialmente destacable es el esfuerzo que estas empresas realizan en nuevas tecnologías.

**h) Construcción.**

El sector de la construcción, que no tuvo representación en el Foro de 2000 y sí en los sucesivos, no debe olvidarse, pues tiene un importante papel en la economía. Para las empresas pertenecientes a este sector, por las propias características de su actividad, son muy valorados los **conocimientos técnicos** y también, los conocimientos en materia de **seguridad laboral y medio ambiente**.



### **3.2. Titulaciones más demandadas.**

#### **3.2.1. Tendencias en la demanda de titulados universitarios.**

Es indudable que a cualquier estudiante le interesa saber qué aceptación tiene entre las empresas la titulación que actualmente está cursando. Acerca de este interés, se han realizado numerosos estudios, la mayoría basados en la contabilización de las ofertas de empleo cualificado realizadas por las empresas durante el año, o periodo concreto, a que haga referencia el estudio.

Por este motivo, antes de presentar los resultados obtenidos de nuestro análisis, consideramos oportuno hacer una breve revisión de alguno de los trabajos realizados en este sentido. Entre otros, podemos destacar el llevado a cabo por Círculo de Progreso, cuyos resultados se reproducen en el cuadro siguiente:

OFERTAS PARA TITULADOS	NÚMERO DE OFERTAS
Licenciatura en Admon. y Dirección de Empresas	11.992
Licenciado en Económicas	11.534
Ingeniero Técnico Industrial	10.007
Ingeniero Informático	9.668
Ingeniero de Telecomunicaciones	8.945
Arquitecto Técnico	8.227
Ingeniero Industrial	7.986
Ingeniero Técnico Informático	7.293
Diplomado en Ciencias Empresariales	6.587
Ingeniero Técnico Telecomunicaciones	6.332

FUENTE: Informe Infoempleo. Círculo de Progreso (2000)

Según este estudio, las titulaciones relacionadas con la consultoría de empresas (fundamentalmente la Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas y la Licenciatura en Economía), son las que más ofertas de trabajo reciben, seguidas muy de cerca por titulaciones más técnicas, relacionadas con las nuevas tecnologías o con la realidad empresarial, como: Ingeniero Técnico Industrial, Ingeniero Informático, Ingeniero de Telecomunicaciones, etc.

El auge experimentado por las titulaciones relacionadas con la consultoría de empresas es explicado por la directora de Círculo de Progreso por "la necesidad de las empresas de implantar nuevas formas de organización y nuevas estructuras que se derivan del uso de las nuevas tecnologías", motivo por el cual cada vez son más requeridos gestores con formación en *e-business*.



En esta misma línea, se realizó un estudio (Mora, 2.001) a fin de determinar las titulaciones con más adaptación al mercado laboral. El enfoque empleado en el estudio es muy original, ya que en la clasificación de las titulaciones que ofrece se tiene en cuenta cuatro factores: desempleo, salario, subempleo (es decir trabajar en un puesto no adaptado a la cualificación del titulado) y satisfacción. Los resultados alcanzados explican que las carreras con mejor adaptación a la oferta de empleo son, por orden de importancia: Ingeniero Agrónomo, Ingeniero de Telecomunicaciones, Ingeniero Industrial y Licenciado en Informática.

Para la Guía de Empresas que ofrecen empleo, los perfiles más demandados por los empresarios en España se refieren especialmente a las áreas de informática o administración, destacando las titulaciones de Empresariales, Ingeniería Industrial, Económicas, Telecomunicaciones, Investigación y Técnicas de Mercado, Informática, Matemáticas y Derecho (Fundación Universidad-Empresa, 2000).

### **3.2.2. Los perfiles más demandados por las empresas.**

Aprovechando la gran cantidad de información que puede obtenerse de las entrevistas realizadas a las empresas presentes en el Foro de Empleo 2000, 2001 y 2002, publicadas en ABC Nuevo Trabajo, hemos realizado un análisis de los perfiles solicitados a fin de determinar qué titulaciones son las más demandadas por estas empresas. Las conclusiones que saquemos del mismo nos permitirán una aproximación útil a la realidad del mercado laboral.

Además, tenemos la suerte de contar con los datos de tres ediciones consecutivas, lo que nos va a dar la posibilidad de realizar un análisis conjunto, a fin de determinar si se ha producido un cambio en las demandas o si, por el contrario, las tendencias se mantienen.

De esta manera hemos analizado las entrevistas en las que los representantes de las empresas asistentes exponían los perfiles de los candidatos que estaban buscando. El criterio de respuesta era totalmente libre, con lo que nos encontramos, por una parte, con empresas que respondían enumerando las titulaciones que consideran atractivas para su proceso de selección y, por otra, con empresas que únicamente se limitaban a dar una respuesta vaga aludiendo más a un perfil que a una titulación concreta.

Debido al carácter abierto de la información manejada, se hace necesario establecer unos criterios de tabulación que permitan aprovechar todas las respuestas proporcionadas por las empresas. De hecho, aunque a simple vista pueda parecer que las respuestas son muy heterogéneas, lo cierto es que si se analizan con detenimiento se pueden observar varias similitudes. Así, podemos agrupar las pretensiones de las empresas en tres diferentes categorías:

**a) Perfiles Técnicos y Experimentales.**

En esta categoría entrarían especialmente tres ingenierías, tanto las técnicas como las superiores:

- Ingeniería de Telecomunicaciones.
- Ingeniería Informática.
- Ingeniería Industrial.

No obstante, también siguiendo el criterio utilizado, habría que incluir otras titulaciones que cuentan con demanda por parte de las empresas. Estaríamos hablando fundamentalmente de otras ingenierías (Ingeniería Técnica Agrícola, Ingeniería de Materiales, etc.) y de titulaciones relacionadas con las ciencias experimentales (Estadística, Matemáticas, Física, Química, etc.).

Dentro de este apartado de perfiles técnicos y experimentales requeridos, habría que destacar especialmente a la Ingeniería de Telecomunicaciones, ya que ha sido la gran beneficiada del auge que han adquirido las nuevas tecnologías en la economía. De hecho, en los últimos años la demanda actual de Ingenieros en Telecomunicaciones ha superado ampliamente la oferta, lo que ha provocado auténticas competiciones entre las empresas por la disputa de estos "escasos" titulados.

A modo de ejemplo, y tal y como se pone de manifiesto en el informe anual realizado por Círculo de Progreso (2000), sólo el sector de Telecomunicaciones abarcó el 25,46% del total de empleo cualificado, es decir, la cuarta parte del empleo cualificado. Este hecho es aún más llamativo si tenemos en cuenta que esta cifra se ha obtenido una vez superados el "Efecto 2000" y la adaptación al euro, hecho que ha provocado una reducción de la oferta de puestos

de trabajo cualificados en tecnología y telecomunicaciones (El País, 8 de julio de 2001).

Por este motivo, cuando hablamos de Ingenieros en Telecomunicaciones, no sorprende encontrar profesionales cobrando hasta cuatro veces más de lo que cabría esperar por su categoría profesional, o desempeñando puestos de responsabilidad dos niveles por encima de lo que aconsejaban su edad y experiencia (Nuevo Trabajo, 25 de febrero de 2001). A modo de ejemplo, y según datos del estudio PESIT V (Colegio Oficial y Asociación Española de Ingenieros de Telecomunicación, 2000) obtenidos a partir de las encuestas realizadas a 908 Ingenieros de Telecomunicación, la mitad de los encuestados declaraba encontrarse entre los 3 millones de pesetas (18.030,36 €) y los 7 millones de pesetas (42.070,85 €) brutos anuales; el sueldo medio se situaba en los 5,2 millones de pesetas (31.252,63 €) y el salario más frecuente (moda) era de 4 a 5 millones de pesetas (de 24.040,48 a 30.050,61 €). Asimismo, los datos reflejan una clara relación entre la edad (la experiencia) y el salario percibido, siendo por tanto los ingenieros más jóvenes los que tienen salarios más reducidos y, por el contrario, los sueldos más elevados se corresponden con los profesionales de mayor edad/experiencia.

Aun así, esta tendencia tan favorable no podía mantenerse indefinidamente. A medida que se ha ido incrementando la oferta de ingenieros, la competencia entre los candidatos se ha hecho más dura. De hecho, se ha pasado en apenas diez años del monopolio formativo (Universidad Politécnica de Madrid), a una situación de treinta instituciones que imparten esta titulación, lo que ha

aumentado considerablemente el número de recién titulados. Por otra parte, la demanda de estos profesionales se ha ralentizado en los últimos años, lo que indica que la situación obliga a los "telecos" a buscar nuevas oportunidades en el mercado laboral

Este hecho se refleja en ABC Nuevo Trabajo (31 de noviembre de 2002), cuando se afirma que el sector de las telecomunicaciones no es ajeno a la crisis. ¿Qué pueden hacer los estudiantes y recién titulados ingenieros de telecomunicación? Tal y como señala Enrique Gutiérrez Bueno, Decano del Colegio Oficial de Ingenieros de Telecomunicación (COIT) y gerente de la Agencia EFE, la tecnología forma parte indiscutible de nuestras vidas y sufre un proceso evolutivo imparable (ABC Nuevo Trabajo, 31 de noviembre de 2002). De este modo, si las empresas están obligadas a seguir invirtiendo en tecnología, como principal medio de diferenciarse de la competencia, se convierten en demandantes efectivos de estos profesionales. Por tanto, sería una lástima dejar escapar esta multitud de oportunidades que se ofrecen a los ingenieros de telecomunicación y centrarse únicamente en el sector de las comunicaciones, negándose a otras alternativas igualmente válidas.

De esta manera, sectores no directamente relacionados con el suyo, como el calzado, el automovilístico, la alimentación, etc. requieren la presencia de especialistas en telecomunicaciones con conocimientos técnicos, pero también económicos, financieros y de gestión, que les permitan distanciarse de sus más inmediatos competidores. Por tanto, y tal y como señala Gutiérrez (ABC Nuevo Trabajo, 31 de noviembre de 2002), para tener una carrera de éxito,

los ingenieros de telecomunicación deben superar la concepción clásica de limitarse a la formación técnica proporcionada por la universidad y formarse con urgencia en otras materias, especialmente en gestión.

De esta misma opinión es Adrián Nogales, secretario general del Colegio Oficial de Ingenieros de Telecomunicación ([www.expansionyempleo.com](http://www.expansionyempleo.com), 17 de enero de 2003). Tal y como manifiesta en el artículo "Los ingenieros ajustan su perfil para salir de la crisis", es importante aprender a venderse, a competir, a ser flexibles y a aplicar sus conocimientos en otras áreas. Para ello, señala que estos ingenieros deben ser polifacéticos, presentarse a puestos no específicos y conocer bien el sector y la empresa donde quieren trabajar.

Pero... ¿Son conscientes de esta realidad los ingenieros? Las estadísticas parecen indicar lo contrario. Y es que, tal y como se refleja en la Síntesis del Estudio sobre el Empleo de los Ingenieros de Telecomunicación (COIT, 2003), sólo un 11% de los entrevistados inició otros estudios recién terminada la carrera y, lo que aún es más significativo, solamente un 5% de estos casos realizó un máster en gestión o adaptación al mundo empresarial. Por tanto, la realidad muestra que la mayoría de los "telecos" aún no son realmente conscientes de que el mercado requiere ingenieros versátiles y que tengan conocimientos no sólo técnicos, sino también de gestión empresarial. Atrás quedaron aquellos tiempos en los cuales triunfaba el perfil del ingeniero especializado, ajeno a cualquier otro tema no relacionado con la tecnología.

**b) Titulaciones relacionadas con la gestión empresarial.**

Esta categoría incluiría básicamente las Licenciatura en Economía, Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas, Diplomatura en Ciencias Empresariales y similares. También la Licenciatura en Derecho, estudios relacionados con el Marketing o la gestión de recursos humanos. Por último, es notable la demanda de algunas empresas que solicitan un máster, siendo el MBA el más demandado con diferencia.

**c) Otros perfiles.**

En esta categoría incluimos el resto de titulaciones demandadas. Es un conjunto muy heterogéneo y que con frecuencia hace referencia a titulaciones orientadas a otras salidas profesionales, como la oposición o la docencia, o bien responden a una demanda muy concreta, por parte de empresas e instituciones que pertenecen a sectores específicos.

A pesar de este esfuerzo homogeneizador, aún hay un pequeño número de empresas cuya respuesta no puede catalogarse en ninguna de estas categorías, por ser demasiado amplia o inconcreta. No obstante, aunque las respuestas proporcionadas no siempre permiten una clasificación exacta en alguna de las categorías contempladas anteriormente, hemos optado por realizar esta tabulación en función de las afinidades del sector al que pertenecen y de las áreas en las que operan. A pesar que esta clasificación pueda conllevar un margen de error, creemos que su

relevancia puntual es mínima como para excluir del análisis estas empresas, especialmente teniendo en cuenta que la pérdida de la información proporcionada por las mismas sería menos conveniente.

Por otra parte, hay que señalar que este apartado está enfocado desde el punto de vista de la formación universitaria, puesto que en la gran mayoría de las empresas consideradas tener un título universitario es un requisito indispensable para optar a un puesto de trabajo. Así, encontramos empresas con unas necesidades muy concretas y que no admiten candidatos no titulados, por muy cualificados que estén. En el otro extremo estarían empresas que consideran cualquier candidatura, incluso la de no titulados, siempre que esta carencia formativa se supla con otros atractivos como la experiencia demostrable en un puesto similar o la formación por otras vías como, por ejemplo, la Formación Profesional. Además, según el puesto a ocupar, las exigencias serán mayores o menores. Por ejemplo, para un puesto de comercial puede ser más interesante para la empresa una persona que tenga mucha experiencia en ventas que un recién titulado universitario, con un excelente expediente académico, pero sin experiencia.

Además, como los perfiles demandados por las empresas en la mayoría de las ocasiones no son únicos, sino que abarcan dos o incluso las tres categorías señaladas, se realizará un estudio por separado. Esto implica señalar, para cada categoría, qué porcentaje de las empresas consideradas realizó una demanda de ese perfil. De este modo, los cálculos obtenidos para el Foro 2000 son los reflejados en la siguiente tabla (entre paréntesis se expresan las cifras en términos porcentuales):



### FORO 2000

PERFIL	SI	NO	TOTAL
PERFILES TÉCNICOS	29 (93,55%)	2 (6,45%)	31 (100%)
PERFIL EMPRESARIAL	19 (61,29%)	12 (38,71%)	31 (100%)
OTROS PERFILES	3 (9,68%)	28 (90,32%)	31 (100%)

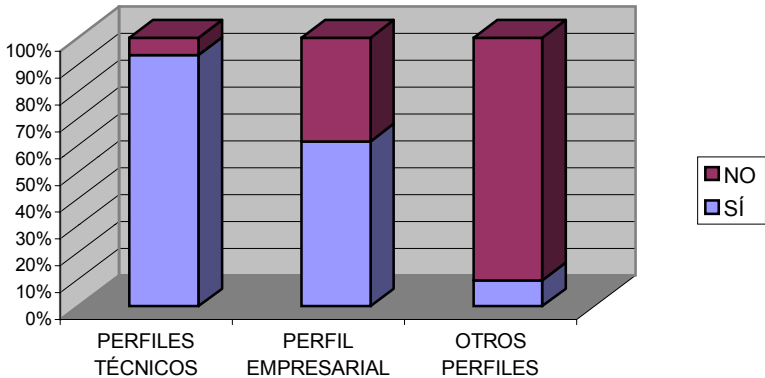
FUENTE: Elaboración propia

En primer lugar observamos, en cuanto a los **perfiles técnicos o científicos**, que el 93'55% del total de las empresas consideradas se mostraron interesadas en contratar a candidatos de alguna titulación de estas características. Este dato confirma el auge que estas titulaciones están adquiriendo, no ya únicamente en las empresas que operan en el sector de las nuevas tecnologías, sino incluso en aquellas empresas punteras en cualquier sector. Para mantener e incrementar la cuota de mercado, es necesario para las empresas no quedarse al margen de los avances tecnológicos. De hecho, son las Ingenierías de Telecomunicaciones e Informática, con diferencia, las más demandadas por las empresas.

Para las **titulaciones relacionadas con la gestión empresarial**, el 61,29% de las empresas consideradas manifestaron estar interesadas en estos titulados. Como puede observarse, éste también es un porcentaje considerable aunque, por supuesto, por debajo del anterior.

A fin de realizar una comparación, presentamos a continuación un gráfico conjunto:

**PORCENTAJE COMPARADO FORO 2000**



A simple vista queda claro qué perfil es el que comparativamente fue más demandado por este tipo de empresas. No obstante hay que puntualizar que estas categorías son muy amplias, por lo que es difícil precisar qué porcentaje de empresas estaría interesado en cada una de las titulaciones que comprende cada categoría. Para una información más amplia se puede acudir al anexo en el que, de modo resumido, se recogen los perfiles demandados por cada una de estas empresas entrevistadas.

Por otra parte, además extendimos el estudio con nuevas entrevistas realizadas a otras empresas presentes en la edición de 2001 del Foro de Empleo organizado igualmente por ABC Nuevo Trabajo, con el ánimo de observar si se confirmaban las conclusiones obtenidas en la edición anterior. Esta información adicional nos va a permitir comparar los perfiles demandados en las diferentes ediciones del Foro de Empleo. De igual modo que para la

edición de 2000, a la hora de adscribir a algunas empresas en las categorías correspondientes, hemos tenido que atender a las afinidades del sector al que pertenecen. Ha sido el caso de aquellas empresas cuyos representantes no proporcionaban una respuesta lo suficientemente concreta como para realizar una clasificación exacta en alguna de las categorías contempladas.

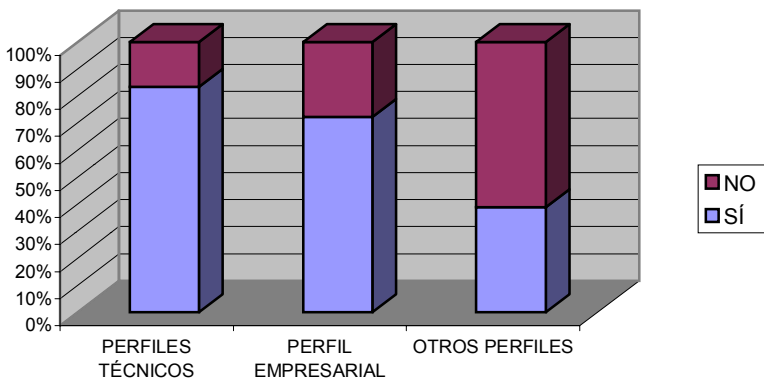
A continuación, podemos ver esta información de un modo más intuitivo, en la siguiente tabla y gráfico:

### FORO 2001

PERFIL	SÍ	NO	TOTAL
PERFILES TÉCNICOS	15 (83,33%)	3 (16,67%)	18 (100%)
PERFIL EMPRESARIAL	13 (72,22%)	5 (27,78%)	18 (100%)
OTROS PERFILES	7 (38,89%)	11 (61,11%)	18 (100%)

FUENTE: Elaboración propia

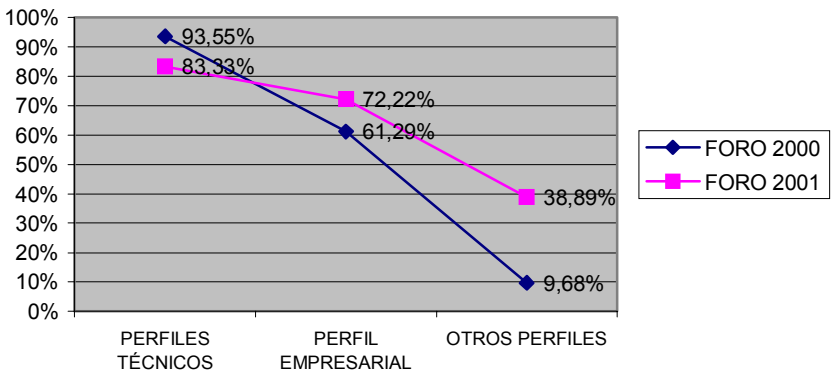
### PORCENTAJE COMPARADO FORO 2001



En el gráfico anterior se observa cómo, a grandes rasgos, las proporciones que vimos en la edición de 2000 se confirman, siendo los perfiles técnicos los más solicitados, si bien es cierto que éste porcentaje es ligeramente más bajo que en la edición anterior. Este hecho puede deberse a la mayor presencia en el Foro de empresas pertenecientes a otros sectores, demandantes de perfiles más variados. De hecho, se observa que el resto de categorías, perfil empresarial y otros perfiles, han incrementado su presencia en esta última edición del Foro de Empleo, dando lugar a una oferta más diversificada.

A fin de observar la evolución experimentada en estas dos ediciones, a continuación mostramos el siguiente gráfico conjunto, en el cual podemos ver esta información de un modo mucho más intuitivo:

**EVOLUCIÓN PORCENTAJES**



Atendiendo a la información proporcionada por las empresas participantes en la edición de 2002, vemos que se confirma la tendencia que ya podía entreverse en 2001. Y es que, la formación que más se valora por parte de las organizaciones es aquella orientada a la empresa. Esto implica que todos los perfiles son válidos para la empresa si son capaces de generar valor añadido. Asumir este hecho es fundamental para el universitario, especialmente para aquellos que tengan un perfil técnico.

Como hemos podido observar en las diferentes ediciones del Foro de Empleo, se ha pasado de demandar una titulación técnica por sí misma, a demandar un perfil que se inserte dentro de las actividades propias de la empresa. Esto se debe a un cambio en las necesidades por parte de las empresas. Hace unos años, la necesidad primordial por parte de las empresas cuando se trataba de inversión en nuevas tecnologías, era hacer frente a una serie de acontecimientos como la adaptación al euro y al "Efecto 2000". Estos hechos que, en cierto modo no estaban directamente relacionados con la propia actividad empresarial, eran ineludibles, por lo que los recursos humanos encargados de esta misión no tenían por qué conocer de la empresa más que lo justo para realizar su trabajo con las debidas garantías.

Pero esta realidad ha cambiado, una vez superado este objetivo, la inversión en nuevas tecnologías se plantea metas diferentes, orientadas a ofrecer productos y servicios de calidad que contribuyan a diferenciar a la empresa de la competencia. Para ello, es preciso que el trabajador no sólo cuente con una buena base en nuevas tecnologías, sino que también debe tener conocimientos en

otras áreas relacionadas con el mundo empresarial. Este hecho, que ya habíamos comentado anteriormente, es una evidencia que nunca debe perderse de vista por parte de los estudiantes y titulados en ingenierías y demás titulaciones técnicas, pues no parece ser un fenómeno pasajero, sino la confirmación de una realidad económica. Por tanto, es un error limitar la formación únicamente a aspectos técnicos, pues manifiesta un desconocimiento de las necesidades del mercado que puede dificultar la inserción laboral del universitario.

### **3.3. Habilidades y actitudes requeridas.**

#### **3.3.1. Las nuevas exigencias a los universitarios.**

A pesar de lo comentado en el apartado anterior, no podemos concluir que la titulación es el único requisito demandado por las empresas. De hecho, la tendencia general observada en las empresas participantes en los foros de empleo es la de buscar un perfil humano compatible con la cultura de la empresa y que aporte un valor añadido a la compañía. Estas habilidades y actitudes son independientes de la formación universitaria, por lo que debe prestarse especial atención a ellas, ya que se han revelado como muy útiles en la búsqueda de empleo.

Este aspecto es cada vez más asumido por los profesionales de la búsqueda de empleo. A modo de ejemplo, para la reflexión reproducimos algunas citas que podemos leer en una dirección de Internet especializada en el mercado laboral (<http://www.guiempleocv.com>):

- "El valor de un profesional hoy día reside en el conocimiento que tiene de su trabajo, pero sobre todo en su motivación a hacer un trabajo bien hecho y en su actitud para aprender".
  
- "Hoy en día se tienen muy en cuenta actitudes como la motivación (querer hacer) y la función que desempeña en la empresa (saber estar)".

- "El trabajador debe prestar una atención especial a su formación actualizada a lo largo de toda la vida".

Las actitudes condicionan en gran medida la productividad del trabajador, de modo que los títulos universitarios o la formación complementaria por sí misma ya no constituyen un indicador único válido en la selección de personal por parte de las empresas. Estos aspectos, que progresivamente han ido adquiriendo gran importancia, no siempre se tienen en cuenta por parte de los candidatos, que suelen centrar su interés tradicionalmente en aspectos académicos, descuidando aquéllos otros de índole emocional. Ante esta circunstancia, María Benjumea, directora de Círculo de Progreso, recuerda habitualmente que "las compañías quieren gente cualificada, bien formada, muy flexible para poderse adaptar a la nueva estructura y organización de las empresas, y muy motivada para adaptarse a los cambios".

Para Leeds (1998), hay diez factores de éxito que condicionan la consecución del puesto de trabajo deseado:

- Adaptabilidad: capacidad para acomodarse fácil y espontáneamente a las diferentes condiciones. Es la diferencia entre quedar atrás y ganar la delantera.
- Compromiso: si bien es cierto que el concepto de trabajo fijo se ha modificado, por lo que no es posible saber cuántos años vamos a permanecer en una empresa, lo que nunca debe perderse es la motivación



por la tarea inmediata. El compromiso no debe entenderse como entregarse incondicionalmente a la empresa, sino como dar lo mejor de uno mismo el tiempo que se permanezca en ella. Evidentemente, si surge una oportunidad de mejora, debe ser considerada y estudiada.

- Comunicación: no sólo se refiere a la manera en que transmitimos nuestros pensamientos o ideas, de hecho, nuestra manera de vestir o de comportarnos dice mucho acerca de nosotros. Por esta razón, debemos ser cuidadosos con todos estos aspectos para dar la mejor impresión posible.
- Creatividad: destreza para ir más allá de las soluciones de rutina para dar con una nueva idea o una nueva aplicación de un viejo concepto.
- Toma de decisiones: en medio de la incertidumbre y el cambio constante al que se enfrentan las empresas, es más necesaria que nunca la firme capacidad de decidir, evaluando riesgos y ventajas.
- Evaluación: capacidad para tomar decisiones razonables, teniendo en cuenta las situaciones imprevistas.
- Previsión: capacidad para adelantarse a los cambios futuros, lo que se logra tras un cuidadoso análisis de las

condiciones presentes, junto con una proyección realista de las tendencias futuras.

- Independencia: cada vez más los puestos de trabajo requieren gente capaz de ofrecer soluciones por sí mismas, es decir, será el mismo trabajador el que deberá decidir cuál es la mejor opción para alcanzar sus objetivos.
- Trabajo en equipo: esfuerzo cooperativo y coordinado por parte de un grupo en pos de un objetivo común.
- Valor agregado: es el capital humano, el contacto directo con clientes, proveedores, empleados, etc. es inevitable y por tanto, se convierte en una fuente de diferenciación importante. Por este motivo, los empleadores buscan personal que pueda reflejar y representar la imagen de sus compañías, en definitiva, que proporcionen a la empresa un valor añadido.

Si estos valores son muy importantes en el desempeño de cualquier actividad laboral, se hacen imprescindibles cuando este puesto de trabajo conlleva además una gran responsabilidad, como es el caso de los directivos. Acerca de este tema, Expansión & Empleo publicó una interesante exposición en su artículo *Cómo acceder a un puesto directivo* (27 y 28 de enero de 2001). Para su elaboración, se contó con la participación de Watson Wyatt, Ior Consulting, Human Management Systems, Michael Page, Hay Group, PricewaterhouseCoopers, Cátenon, Alexandre Tic, Dopp

Consultores y NB Norman Broadbent, todas ellas importantes consultoras con amplia experiencia en la selección de personal.

En este artículo las consultoras coinciden en el hecho de afirmar que contar con un título universitario ya no es garantía de éxito cuando se aspira a un puesto directivo, además, el candidato debe contar con otros aspectos muy valorados entre los que se citan:

- Disposición y capacidad de adaptación al cambio.
- Familiaridad con las nuevas tecnologías.
- Dominio de idiomas.
- Cursos de postgrado.
- Facilidad para trabajar y liderar un equipo.
- Disposición para viajar o cambiar de domicilio.
- Buen currículum.
- Experiencia.
- Actitudes personales.

Para las consultoras es fundamental, además que el candidato cuente con la formación adecuada, que sea acreedor de lo que ellas conocen como perfil humano, y que hace referencia a

características intrínsecas a la persona que influyen tanto en el acceso al puesto de trabajo, como en la conservación y promoción en el mismo. Para Carlos López Combarros, Director de Recursos Humanos de Watson Wyatt, "se demandan personas con capacidad de aprendizaje, para trabajar en equipo, con empuje e iniciativa, motivación por el puesto a desempeñar y el tipo de actividad".

Esta evidencia puesta de manifiesto por las empresas, ha llevado a diferentes organismos a realizar estudios acerca de las carencias detectadas por los empresarios en sus trabajadores universitarios. Un informe muy significativo en este sentido es el realizado por el Club de Gestión de Calidad (1998), en cuya elaboración participó la Universidad Miguel Hernández de Elche. En este documento, se expresaba la inquietud reflejada por las empresas, que demandaban mayor adecuación en las capacidades de los recién titulados. Las conclusiones de este informe reflejaron una serie de carencias imprescindibles en el correcto desempeño del puesto de trabajo. De hecho, la opinión general por parte de las empresas suele ser que los recién titulados tienen muchos conocimientos teóricos, pero por el contrario muestran deficiencias en otros aspectos como:

- Liderazgo.
- Trabajo en equipo.
- Gestión del cambio.
- Ética.

- Cultura básica empresarial.
- Identificación de problemas.
- Creatividad.
- Gestión de proyectos.
- Procesos de compra y venta.
- Autoaprendizaje / desarrollo personal.
- Calidad.
- Comunicación.

Todas estas habilidades intangibles que recoge el informe, se manifiestan a través de una serie de capacidades y actitudes, necesarias en el ámbito empresarial y que constituyen el reflejo a través del cual el profesional demuestra en el desempeño de su trabajo diario que cuenta con todas estas habilidades. Como ya tratamos en la II Guía Universitaria para el Empleo: ¿Qué debes saber para mejorar tu "empleabilidad"? (Universidad Miguel Hernández de Elche, 2000), las capacidades en las que se subdividen las habilidades son las siguientes:

**Liderazgo:**

- Capacidad para dirigir personas.
- Implicación personal.
- Dirigir reuniones.

**Trabajo en equipo:**

- Capacidad de trabajar en equipo.
- Toma de decisiones.
- Relaciones interpersonales.

**Gestión del cambio:**

- Adaptación al cambio.
- Orientación al cambio.
- Multifuncionalidad.

**Ética:**

- Respeto a los principios y valores éticos universales.
- Virtudes de la convivencia.

**Cultura empresarial:**

- Capacidades emprendedoras.
- Visión.
- Organización y gestión.
- Captación de recursos.

**Identificación de problemas:**

- Capacidades de análisis.
- Capacidad de reacción.
- Capacidad de síntesis.

**Creatividad:**

- Capacidad de innovación y cambio.
- Desarrollo del pensamiento inductivo.

**Gestión de proyectos:**

- Habilidades de planificación, organización y comunicación.

- Orientación a resultados.

**Procesos de compra y venta:**

- Capacidad de análisis.
- Saber buscar información.
- Habilidades de negociación y persuasión.
- Habilidades de planificación y gestión.

**Autoaprendizaje:**

- Capacidad de autocrítica.
- Saber buscar información.
- Orientación práctica.

**Calidad:**

- Capacidad de relación.
- Búsqueda de la mejora continua.



**Comunicación:**

- Habilidades de motivación, persuasión y negociación.
- Corrección en la expresión oral y escrita.

Es evidente que el candidato debe, pues, prepararse no ya sólo para poseer los conocimientos necesarios para el desempeño de su futuro puesto de trabajo, sino también para otros aspectos igualmente importantes como la búsqueda del mismo, la promoción dentro de él, la convivencia con los compañeros de trabajo, etc.

Por tanto, se observa una importante tendencia en la que los conocimientos teóricos se darían por supuestos y se buscaría un "algo más" que diferenciara al candidato, una serie de atributos inmateriales y que básicamente afectarían a su modo de desempeñar el puesto de trabajo y a sus relaciones interpersonales. Esta tendencia está fomentada por el hecho que cada vez es mayor el número de titulados universitarios y, además, los perfiles han ido especializándose y enriqueciéndose progresivamente más, haciendo más dura la competencia por un puesto de trabajo.

Por otra parte, también se ha sufrido un cambio respecto al pasado en lo que se refiere al periodo formativo, que ya no tiene una fecha fija. De este modo, los candidatos se van formando para entrar en las empresas y acceder a un buen puesto de trabajo pero, una vez dentro, esta etapa no termina, sino que en lugar de eso la formación continua se hace imprescindible para no quedar obsoletos profesionalmente en el puesto determinado o en otros potenciales.

De hecho, cada vez son más las empresas que manifiestan dar una gran importancia a la formación de sus empleados y dedican una parte importante de sus recursos a este fin.

### **3.3.2. Valoración de las aptitudes y actitudes.**

Una vez realizada una breve revisión de algunas de las opiniones existentes, creemos que ha llegado el momento de avanzar en nuestra aportación, analizando la información proporcionada por las empresas presentes en el Foro de Empleo 2000, 2001 y 2002, que ya vimos representaban una fuente importante y real de creación de empleo.

En lo que se refiere a estas organizaciones objeto de nuestro estudio, son multitud los valores y actitudes a los que hacen referencia. Sin embargo, pueden observarse entre las empresas una serie de valores comunes. A fin de proceder a un análisis útil hemos agrupado estos requerimientos básicamente en cuatro categorías análogas y que hacen referencia a:

- I. **Preparación académica y laboral:** son requerimientos que efectúan las empresas y que no llevan implícito ningún rasgo de personalidad o carácter sino que, por el contrario, se adquieren mediante la preparación académica o la experiencia profesional.

- II. **Habilidades Sociales:** comprenderían las actitudes de las personas en su trato con los demás.
  
- III. **Habilidades Laborales:** son rasgos de personalidad o carácter, que hacen referencia a la forma de comportarse dentro del ámbito laboral.
  
- IV. **Habilidades Personales:** son rasgos de personalidad o carácter *intrínsecos* (es decir, innatos en su personalidad) que tienen los individuos tanto en el desempeño de su trabajo como en su vida diaria.

Una vez definida las categorías principales, vamos a continuación a presentar la relación de los valores, cualidades y actitudes más importantes para las empresas asistentes al Foro en cada una de sus ediciones, encuadrando cada una de ellas en la categoría que le corresponde.

En lo que respecta a la edición de 2000 del Foro de Empleo, hay que señalar que un 80,6% de las empresas analizadas hicieron referencia a algo más que una mera formación académica, lo cual se corresponde con lo tratado anteriormente. El resto son casos que no hicieron mención a ninguna de estas cualidades o conocimientos, limitándose a expresar sus necesidades en términos de titulaciones universitarias. Pero aun así, está claro que incluso para estas empresas es importante que sus profesionales generen un valor añadido que les permita diferenciarse de la competencia. Así, la

implicación con los objetivos de la empresa, la iniciativa, el liderazgo, la capacidad para el trabajo en equipo, etc. son aspectos que han adquirido en los últimos años una dimensión no expresamente valorada hasta ahora en las empresas.

Lo que este cambio de actitud en las empresas nos demuestra es que, cada vez más, la selección de candidatos por parte de las empresas se orienta hacia la búsqueda de un perfil profesional y humano, acreedor de algo más que formación académica convencional. De esta misma opinión es Horacio Pérez Perdigó, director general de organización y sistemas de información de Telefónica España, que afirma que la clave del éxito consiste en prepararse para la vida laboral, mucho más sacrificada que la académica y fortalecer los valores como personas, es decir, formarse técnicamente, sin descuidar las áreas humanísticas. En definitiva, ampliar las miras (ABC Nuevo Trabajo, 31 de noviembre de 2002).

Con respecto a los valores que a continuación se van a exponer, se indica al lado de cada uno el número de empresas que hicieron referencia a este requisito. Esta cifra nos sirve para evaluar la importancia dada por las empresas a determinados conocimientos o actitudes, lo cual puede servir de indicador al estudiante tanto para orientar su formación como para enfocar una posible entrevista de trabajo. Aún así, no conviene pensar que el hecho que una empresa haga mención expresa de unos requisitos concretos no necesariamente quiere decir que solamente tenga en cuenta éstos en sus procesos de selección e ignore el resto automáticamente. Es evidente que todas las habilidades, conocimientos y aptitudes señaladas por las empresas en las entrevistas analizadas son

valorables positivamente en un proceso de selección, aunque sí es cierto que para cada firma la importancia otorgada a cada uno de ellos no tiene por qué ser la misma.

Por otra parte, es lógico pensar que en el momento que dura la entrevista, es imposible para el representante de la empresa recordar y enumerar todos los requisitos que son valorados por su empresa, por lo que en general se limitan a nombrar los más fundamentales, incluso es posible que ciertos requisitos se den por supuestos por parte de algunas empresas y ni siquiera sean nombrados. Aun así, las conclusiones que podemos extraer de este apartado pueden ser muy útiles, porque nos van a mostrar qué cualidades son solicitadas por las firmas más punteras y cuáles de ellas son las más valoradas.

Para realizar un análisis de las respuestas de las empresas, hemos optado por efectuar una contabilización de las veces que cada requisito es nombrado por una empresa. De este modo, los resultados obtenidos son los que se muestran a continuación, apareciendo entre paréntesis el número de respuestas en porcentaje obtenidas:

**I. Preparación académica y laboral (20,21% del total de respuestas obtenidas):**

Dentro de esta categoría las respuestas de las empresas se distribuyen como sigue:

- Conocimientos de idiomas (inglés sobre todo) (52,63%)
- Experiencia laboral (31,58%)
- Buen expediente académico (15,79%)

**II. Habilidades sociales (8,51% del total de respuestas obtenidas):**

Distribuyéndose aquí las respuestas de las organizaciones de la siguiente manera:

- Comunicación (50,00%)
- Liderazgo (37,50%)
- Respeto (12,50%)

**III. Habilidades laborales (45,74% del total de respuestas obtenidas):**

Siendo la distribución de respuestas de los participantes dentro de esta categoría la siguiente:

- Trabajo en equipo (27,91%)
- Búsqueda de proyección empresarial y de superación (18,60%)

- Interés por el aprendizaje y la formación continua (13,95%)
- Compromiso y dedicación a la empresa (11,63%)
- Orientación a resultados (6,98%)
- Orientación al cliente (4,65%)
- Movilidad geográfica (4,65%)
- Búsqueda de excelencia profesional, espíritu de superación (4,65%)
- Capacidad de asunción de la cultura empresarial (4,65%)
- Profesionalidad y confidencialidad (2,33%)

**IV. Habilidades personales (25,53% del total de respuestas obtenidas):**

A continuación, como en el resto de categorías, se muestra la importancia porcentual dada por estas firmas a cada uno de los requisitos:

- Flexibilidad, adaptación al cambio, versatilidad (20,83%)
- Capacidad de asunción de responsabilidades, autonomía (20,83%)
- Creatividad y capacidad de innovación (20,83%)
- Dinamismo, iniciativa (12,50%)
- Honestidad (12,50%)
- Preocupación por el medio ambiente y la seguridad laboral (4,17%)
- Ilusión (4,17%)
- Espíritu de sacrificio (4,17%)

A modo de esquema de significación para cada categoría, podemos expresar qué porcentaje de respuestas le corresponde por parte de las empresas, lo que queda reflejado en la siguiente tabla:

	RESPUESTAS	PORCENTAJE
I. Preparación académica y laboral	19	20,21%
II. Habilidades sociales	8	8,51%
III. Habilidades laborales	43	45,74%
IV. Habilidades personales	24	25,53%

FUENTE: Elaboración propia



A tenor de los resultados obtenidos, podemos afirmar que las habilidades más valoradas por las empresas suelen ser las catalogadas dentro de la categoría de habilidades laborales (a la que pertenecen casi la mitad de las respuestas, concretamente el 45,74%). Este resultado cabría imaginarlo ya que, al fin y al cabo, la principal preocupación de las empresas es que el empleado desempeñe de la mejor manera posible su trabajo, y muestre en todo momento su interés por el bienestar de la compañía, y no sólo por el suyo propio. Parece lógico concluir que los empresarios buscan gente de confianza en la que poder sustentar los pilares de su cultura empresarial.

Las habilidades personales, que también podríamos definir de un modo más preciso como habilidades intrapersonales, son necesarias igualmente en el desempeño de un puesto de trabajo. De hecho, vemos que el 25,53% de las respuestas analizadas pueden agruparse en esta categoría. Las empresas requieren en sus trabajadores una ética y unas cualidades que sean compatibles con la cultura empresarial. Es decir, una personalidad acorde con los objetivos de la empresa y que, en definitiva, no genere conflictos de ningún tipo para asegurar un óptimo clima laboral.

La preparación académica, como podemos ver, es también muy valorada por parte de las empresas, representando el 20,21% de las respuestas analizadas. Esto viene a confirmar que la posesión de ciertas habilidades y actitudes no puede sustituir a la formación académica, sino que debe entenderse como un complemento ideal. Una empresa no se tomará la molestia de evaluar la idoneidad de un

candidato si, a priori, éste no cumple el perfil demandado para cubrir el puesto de trabajo y, por lo tanto, no está capacitado para desempeñarlo. Por tanto, el universitario debe tener en cuenta en todo momento que la titulación y demás formación complementaria suele ser el medio para que las empresas consideren una candidatura, ya que justifica unos conocimientos técnicos y teóricos. Pero no debemos pensar que por sí sola una titulación garantiza el acceso al puesto de trabajo (es decir, la superación de las pruebas selectivas) y, ni mucho menos, que el candidato vaya a triunfar en él.

La última categoría en cuanto a número de respuestas es la que hace referencia a las habilidades sociales, concretamente el 8,51%. No quiere decir esta cifra, más baja que las anteriores, que esta categoría no sea importante o significativa para las empresas, ya que para el buen funcionamiento de la organización es necesario que sus miembros convivan en un ambiente agradable, en el que prime la comunicación y el respeto mutuo. De hecho, como afirma Piccardo (1992), una empresa es, antes que un modo de trabajo, un conjunto de personas. Esta misma autora nos dice que capacidad de relación significa captar la sintonía de los demás, saber establecer relaciones profesionales no sólo con el jefe, sino también con los propios compañeros, sin caer, por supuesto, en el error de considerar el puesto de trabajo como un lugar para charlar de temas personales, lo que podría generar una impresión equivocada por parte de los superiores acerca de la seriedad de sus empleados. Nunca convirtamos el puesto de trabajo en un club social.

Para que sea posible un ambiente agradable en la empresa, transmitiendo esta sensación de bienestar a los clientes reales y

potenciales, los trabajadores deben contar con ciertas habilidades en su trato con los demás. La importancia de esta última categoría radica en buena parte en que las habilidades sociales son la base necesaria sin la cual, otros requisitos fundamentales muy valorados por las empresas, como por ejemplo la capacidad para trabajar en equipo o la orientación al cliente, no tendrían sentido.

Como hemos podido ver en los resultados obtenidos, varias de las habilidades puestas de manifiesto en este estudio ya fueron destacadas en el informe realizado por el Club de Gestión de Calidad (1998). Nos referimos básicamente al liderazgo, el trabajo en equipo, la gestión del cambio (flexibilidad), la creatividad, la comunicación, la ética (respeto, honestidad) y el aprendizaje (y autoaprendizaje).

A simple vista, queda bastante claro qué aspectos son los más valorados por las empresas. Podemos señalar, por orden de importancia:

**Trabajo en equipo:** esta capacidad es una de las más valoradas por las empresas, de hecho, tal y como señalaron explícitamente varias de ellas, es un requisito imprescindible para formar parte de la organización e integrarse en su cultura. Este hecho nos muestra claramente el auge que este concepto está adquiriendo entre las firmas.

Pero... ¿Qué significa realmente trabajar en equipo? Atendiendo a la definición dada por el Club de Gestión de Calidad (1998), podríamos decir que trabajar en equipo es "Trabajar con otros y vincular el éxito particular al éxito con los demás". Esto

implica tener en cuenta la labor de los demás y extraer el mayor beneficio posible de la interrelación entre los compañeros.

Para Gan y otros (1999), trabajar en equipo presupone establecer una comunicación fluida y una visión compartida, cuyo objetivo es obtener lo mejor de cada uno para conseguir unos objetivos comunes. Se ha de conseguir el equilibrio entre el individuo y el grupo para que éste sea realmente productivo. De otro lado, para Borrell (1996), el trabajo en equipo podría definirse como una actividad u objetivo para cuya consecución forzosamente deben concurrir diferentes personas, señalando las siguientes implicaciones:

- Hay una necesidad mutua de compartir unas habilidades o conocimientos.
- Los profesionales de un equipo se complementan en sus perfiles.
- Existe una relación de confianza que permite delegar en la competencia del compañero y parcelar su trabajo sabiendo que "el otro" cumplirá su parte.

El motivo por el que este *modus operandi* es una exigencia por parte de las empresas obedece a la multitud de estudios que demuestran los beneficios en términos de productividad que representa el trabajo en equipo para las empresas, siendo por tanto éste el medio básico de lograr organizaciones de alto rendimiento. Dentro de este campo, habría que destacar, entre otras, las

contribuciones de Jon R. Katzenbach y Douglas K. Smith; M. Mohrman Jr. y Susan Albers Mohrman; Glen M. Parker o Peter R. Scholtes (Boyett y Boyett, 1999).

Evidentemente, estos beneficios se derivan de las diversas sinergias que pueden establecerse entre los trabajadores, beneficiándose el conjunto de la empresa de los conocimientos que cada uno de ellos comparte con el resto. Hay que tener en cuenta que el grupo está formado por diferentes individuos, cada uno de los cuales tiene sus prioridades y, por supuesto, sus actitudes y aptitudes. El objetivo es obtener una interacción que permita obtener lo mejor de esta heterogeneidad, aprovechando las peculiaridades de cada uno para obtener los mejores resultados posibles.

La capacidad para trabajar en equipo requiere de ciertas habilidades que deben fomentarse ya desde el periodo de estudiante. La realización de trabajos en grupo para algunas asignaturas, por ejemplo, supone un buen entrenamiento a la hora de adquirir esas habilidades como: organización, capacidad de escucha, reparto de tareas, resolución de conflictos, etc.

**Dominio de idiomas:** un hecho actualmente asumido por los estudiantes y titulados universitarios es la gran importancia otorgada por las empresas al dominio de idiomas extranjeros por parte de sus recursos humanos. La razón a la que obedece este interés es fácil de entrever, ya que éstas operan en una economía globalizada, lo que conlleva que el conocimiento de idiomas se haya convertido más en una necesidad que en un atractivo para las empresas. Lo cierto es que para algunas empresas el conocimiento

de uno o más idiomas es un aspecto muy valorable, pero para otras, especialmente para aquéllas de origen extranjero, éste puede ser un requisito imprescindible para entrar a formar parte de la plantilla. A pesar que, en general, el dominio de cualquier idioma es valorado, es el inglés la lengua que se manifiesta como más importante de cara a obtener un puesto de trabajo. A modo ilustrativo, tal y como se desprende del informe de Infoempleo, el 72% de las ofertas de trabajo que demandan conocimientos de idiomas solicitan inglés. Le siguen en importancia y a bastante distancia el francés, el alemán y el portugués (Círculo de Progreso, 2000).

Tal y como se recoge en la Guía de las Empresas que Ofrecen Empleo (Fundación Universidad-Empresa, 2000), el conocimiento de idiomas es importante para el 97% de las empresas, lo que da prueba de las grandes posibilidades que ofrece al candidato el dominio de uno o más idiomas.

Conocer y dominar una lengua es un aspecto muy valorable por parte de las empresas, sin embargo, no siempre es determinante en la selección de personal. Siguen siendo las actitudes y aptitudes personales las que marcan la diferencia en un candidato. Pero sabiendo la importancia que las organizaciones demandantes de empleo otorgan al dominio de idiomas, sería interesante para el universitario plantearse la posibilidad de invertir su tiempo en mejorar su grado de conocimiento.

**Búsqueda de proyección empresarial:** este aspecto es muy positivo, ya que muestra que el mercado de trabajo al que estamos haciendo referencia no aboga por la inestabilidad y la

precariedad contractual. El que las empresas hagan tanta referencia a la importancia que el candidato realice su carrera profesional en la empresa, no es por otra razón que porque consideran que sus recursos humanos son el principal factor diferenciador de su empresa y, por tanto, no son partidarias de dejar escapar este recurso. Éste es el motivo por el que las empresas invierten cada vez más en la formación y preparación de sus recursos humanos, además de evitar la fuga de este valioso recurso por medio de la satisfacción de sus intereses (retribuciones atractivas, oportunidades continuas de promoción interna, etc.).

**Interés por el aprendizaje y la formación continua:** este aspecto está muy ligado al anterior, hasta el punto de complementarse el uno con el otro. Si las empresas aspiran a encontrar candidatos que incorporen un valor añadido y desarrollen su carrera profesional en la empresa, deben valorar la predisposición del individuo a formarse continuamente a fin de poder proporcionar este rendimiento esperado. Este aspecto, teniendo en cuenta que la mayoría de ellas operan en sectores altamente dinámicos, es una necesidad para el candidato, ya que, si no cuida su formación, es muy probable que en poco tiempo se quede obsoleto y deje de ser rentable para la empresa.

Por otra parte, el Club de Gestión de Calidad (1998) destaca el autoaprendizaje y el desarrollo personal como una cualidad muy importante, especialmente porque supone que el candidato realiza una evaluación de sus propias carencias con el ánimo de superarlas. De hecho, el autoconocimiento es un paso fundamental a la hora de realizar la búsqueda de empleo, ya que, por una parte, permite al

candidato conocer y mejorar sus puntos débiles y, por otra, proporciona una perspectiva válida de los puestos a los que puede acceder en función de su perfil, facilitando así el establecimiento de objetivos.

**Experiencia laboral:** varias de las empresas entrevistadas hicieron referencia a la conveniencia que el candidato tuviese una experiencia en el sector o en sectores afines. Hay que señalar que, para algunas empresas, este factor es imprescindible, puesto que no quieren asumir todo el coste de la formación práctica del candidato. Para otras, en cambio, éste es un aspecto valorable pero no determinante para la selección del individuo, ya que puede suplirse con un gran potencial. Evidentemente, contar con experiencia es una baza a favor del candidato, puesto que demuestra un conocimiento "in situ" de las características del sector. Para obtener experiencia, existen fórmulas que se pueden poner en práctica antes incluso de terminar la carrera. Entre estas opciones, la más destacable es la posibilidad que se otorga al estudiante de realizar *prácticas en empresas* durante su período universitario y que se ha revelado como una opción muy válida para obtener un primer acercamiento a la realidad laboral, como trataremos en el capítulo siguiente.

De hecho, aunque pueda parecer lo contrario, incluso la experiencia en otros trabajos no relacionados con la formación académica del candidato conlleva aspectos muy positivos, ya que permite desarrollar habilidades y actitudes tales como la responsabilidad, el trato al público, la gestión del tiempo, la organización en base a objetivos, etc.



Otros aspectos muy valorados por las empresas y que se pusieron de manifiesto en nuestro estudio fueron la **flexibilidad**, ya que se opera en entornos muy dinámicos y competitivos, lo que promueve tener que improvisar frecuentemente soluciones inesperadas ante cambios del mercado. Las empresas están interesadas en incorporar personas que sean capaces de anticiparse y adaptarse a los cambios del mercado, evitando que éstos se conviertan en una amenaza. Así, tal y como señalan Podesta y Gatz (1999), las empresas necesitan empleados lo bastante enteros para afrontar el cambio con osadía, sin caer en las quejas, la apatía, el enojo o el temor. De hecho, una respuesta rápida y adecuada a un cambio del mercado, cuando se materialice, puede convertir una supuesta amenaza en una oportunidad de negocio.

Muy relacionado con este último aspecto recogido, la **creatividad y capacidad de innovación** serían también muy valoradas, ya que permiten una mejor adaptación a esos cambios inesperados. De hecho, la mejor respuesta que puede darse a un mercado cambiante es la innovación continua, por medio de productos y servicios exclusivos, que distingan a la empresa de sus competidores más directos.

Por otra parte, el **compromiso y dedicación a la empresa** es otra cualidad buscada por las empresas, que esperan obtener lo mejor de cada persona. Es la contraprestación del empleado que espera la empresa a cambio de satisfacer sus intereses tanto profesionales como personales. De hecho, las compañías cada vez más frecuentemente realizan un esfuerzo notable en la formación y promoción de sus profesionales, y esta inversión en su capital

humano, para ser efectiva, requiere la fidelidad por parte del empleado, al que ofrecen una mayor estabilidad. En este sentido José Ramón Bécares, socio director de "Dopp consultores", en un artículo de Expansión & Empleo (27 y 28 de enero de 2001) señala que están interesados en "determinados valores humanos y de empresa como el compromiso o la vinculación a la empresa, que son difíciles de hallar en un entorno donde otras competencias de negocio inmediato priorizan algunas decisiones".

La **capacidad de asunción de responsabilidades y autonomía**, que en ningún momento debe reñir con la capacidad de trabajar en equipo, es otro aspecto muy buscado por la empresa, que pretende que sus profesionales no tengan miedo a asumir responsabilidades y riesgos y que, a su vez, sepan obtener lo mejor de sus compañeros. Normalmente, para las empresas es fundamental contar con profesionales capaces de detectar problemas y solventarlos, y a los que dar la responsabilidad y capacidad suficiente para tomar decisiones. Es necesario, por otra parte, que estas decisiones sean globales, es decir, que tengan en cuenta la repercusión sobre el conjunto de la empresa o del grupo de trabajo, a fin de evitar posibles tensiones o incompatibilidades concretas.

Además de todas las aptitudes y actitudes comentadas, hemos visto que son muchos más los aspectos valorados por las empresas (dotes comunicativas, honestidad, liderazgo, movilidad geográfica, etc.). Sin embargo no debemos creer que son estas habilidades comentadas las únicas, exclusivamente, que se tienen en cuenta.

La importancia de estos valores y aptitudes en los candidatos fue destacada igualmente en la edición de 2001 del Foro de Empleo. De hecho, las empresas manifestaron la necesidad de que su personal contara con ciertas habilidades y cualidades imprescindibles para integrarse en la cultura de la organización. En esta edición, los valores más destacados fueron, con diferencia el interés por el aprendizaje y la formación continua, el trabajo en equipo y la capacidad para adaptarse a los cambios del entorno. Además de estas cualidades, se señalaron otras como:

- Búsqueda de proyección empresarial y de superación.
- Conocimientos de idiomas.
- Experiencia laboral.
- Buen expediente académico .
- Comunicación.
- Orientación al cliente.
- Creatividad y capacidad de innovación.
- Madurez.
- Etc.

Y como cabía esperar, la importancia de estos valores volvió a ser destacada en la edición de 2002 del Foro de Empleo. En esta edición, las empresas hicieron hincapié principalmente en la necesidad de que sus recursos humanos formen parte de un todo, lo que únicamente puede alcanzarse por medio del trabajo en equipo. Asimismo, las firmas participantes volvieron a señalar la conveniencia de conocer algún idioma diferente del materno, así como la necesaria orientación al cliente, a la calidad y a resultados, como vía de diferenciarse de la competencia. Por último, se destacaron otros valores como la flexibilidad, la iniciativa, la búsqueda de proyección empresarial y la ética.

Como puede observarse, todas estas cualidades ya habían sido señaladas por las organizaciones presentes en las ediciones anteriores, lo que muestra que la demanda de habilidades y actitudes, además de la necesaria cualificación, no es una moda pasajera, sino que es una corriente que ha ido afianzándose con el paso del tiempo.

Esta evidencia es cada vez más asumida por los estudiantes y titulados universitarios. De hecho, en una encuesta realizada por ABC Nuevo Trabajo a asistentes a la edición de 2002 del Foro de Empleo, en la que se les preguntaba sobre los aspectos personales y profesionales más valorados por los empresarios, las características mejor puntuadas fueron la capacidad de aprendizaje, la motivación, la capacidad de trabajo y la facilidad para trabajar en equipo (ABC Nuevo Trabajo, 15 de diciembre de 2002).

La principal consecuencia que debemos extraer es que lo que se busca en el candidato no es únicamente la posesión de una serie de atributos considerados individualmente, más bien lo que se requiere por parte de las empresas es una actitud general acorde con su cultura, una vinculación y un entusiasmo por parte del profesional que se manifieste a través de todas estas habilidades ya comentadas. Esto, que es tan importante para las compañías, consistiría en un conjunto de habilidades que configuran un modo totalmente nuevo de trabajar y en el que los valores humanos serían tan importantes como los profesionales o técnicos.

Es importante, llegado este punto, recordar que la importancia de estas habilidades y actitudes nada tiene que ver con una posible dejadez de los aspectos académicos. Por supuesto que siguen siendo fundamentales los conocimientos técnicos en el desempeño del puesto de trabajo, no tendría sentido pensar que cualquier persona que poseyera unas habilidades sociales muy desarrolladas podría alcanzar un puesto de responsabilidad en cualquiera de estas empresas. Estas habilidades facilitan el camino hacia el éxito a los profesionales que cuentan con una adecuada formación y, por tanto, son especialmente útiles para los universitarios recién titulados.

Después de este análisis, queda claro en qué aspectos debe centrar el estudiante su preparación, tanto académica como personal. Hemos visto que los numerosos estudios que se han realizado sobre el tema coinciden en que hay una serie de actitudes y habilidades que son valoradas positivamente por prácticamente la totalidad de las empresas y que, por tanto, son tenidas muy en

cuenta en sus procesos de selección. El universitario ha de ser consciente que las empresas han cambiado en los últimos años, evolucionando hacia un concepto mucho más dinámico, principalmente con la finalidad de adaptarse del mejor modo posible a las nuevas exigencias del entorno. Esta tendencia ha sido, por otra parte, alentada por las nuevas corrientes de pensamiento que hacen referencia a la incidencia de aspectos de índole emocional en el día a día empresarial. Por este motivo, el universitario no debe dejar pasar la oportunidad de prepararse en aquellos aspectos que puedan resultar de gran ayuda para alcanzar y mantener el puesto de trabajo deseado.

Por otra parte, no hemos de descuidar otro aspecto que en muchas ocasiones no se tiene en cuenta y que es igualmente importante. Y es que, como hemos visto anteriormente, es fundamental tener desarrolladas nuestras habilidades interpersonales ya que, en buena medida, van a determinar nuestro éxito. Sin embargo, no menos importantes son las habilidades intrapersonales. Conocernos a nosotros mismos nos va a permitir, entre otras cosas, saber dónde residen nuestros puntos débiles, que debemos mejorar, y también saber a qué puestos de trabajo podemos aspirar. De hecho, carecer de un conocimiento realista de nuestras capacidades puede desembocar en fracasos y llevar a la frustración al candidato en las primeras fases de la búsqueda de empleo, por aspirar a puestos de trabajo para los cuales aún no posee las aptitudes y actitudes necesarias.

Estos aspectos totalmente ajenos a la formación son los que, en definitiva, deciden si un candidato accede o no a un puesto

de trabajo. La razón estriba en que resulta prácticamente imposible para el candidato, en la mayoría de entrevistas de selección que realizan las empresas, demostrar en un tiempo tan limitado (normalmente no superior a una hora) el bagaje de conocimientos y aptitudes que posee y que le capacitan para desarrollar su puesto de trabajo con eficacia y eficiencia. En este sentido, el principal aval con que cuenta el candidato para demostrar la validez técnica de sus conocimientos es la posesión de títulos universitarios. Pero estos títulos académicos pueden no constituir un elemento diferenciador definitivo, cuando lo más probable es que haya varios candidatos con títulos iguales o similares. Ante esta situación tan frecuente, la principal herramienta con la que cuenta el aspirante al puesto de trabajo es su habilidad para demostrar a la empresa que su perfil encaja perfectamente con el que están buscando. Sería muy útil, pues, hacer referencia a la posesión de estas habilidades cuya importancia hemos constatado.

### **3.3.3. Labor investigadora.**

Por otra parte, suele ser muy útil investigar con anterioridad a la entrevista la trayectoria de la empresa, ya que toda la información que podamos obtener acerca de la cultura empresarial nos puede servir de ayuda a la hora de enfocar nuestra entrevista. De hecho, tal y como reconoce Sigrid Schulze (1998), antes de enviar la solicitud o previamente a la entrevista de trabajo, es recomendable reunir información acerca de la empresa y su futuro puesto de trabajo. De este modo, el candidato se siente desde el principio más seguro y, por otra parte, el director del departamento correspondiente sin duda valorará positivamente esos

conocimientos, ya que dan muestra del interés del candidato por la empresa. A modo de ejemplo, sería muy útil buscar información acerca de los siguientes aspectos:

- Historia de la empresa: quién la fundó, número de empleados, número de filiales, etc.
- Productos o servicios que ofrece/presta: características, volumen de producción, lugar de venta, etc.
- Situación en el mercado: cuota de mercado, competidores más importantes, etc.
- Participación en las decisiones: quién toma las decisiones.

De hecho, según Cohen (2002) una de las claves para conseguir un buen trabajo con rapidez es el obtener la máxima información acerca de la oferta de trabajo. Es por ello que recomienda evitar en la medida de lo posible enviar un currículum general a una oferta. ¿Por qué? La razón está en que si no averiguamos con anterioridad a la entrevista los requisitos demandados por nuestro potencial empleador, es probable que un currículum vitae general, por muy bien elaborado que esté, perjudique al candidato. Así, realizar un currículum supone sintetizar en unas hojas la trayectoria profesional y educativa de una persona. Esto obliga al candidato a distinguir aquellos hechos importantes, y que le van a ayudar a encontrar un trabajo, de aquéllos que no lo son.



Como ejemplo, podría ocurrir que, en esta labor sintetizadora, el candidato obviara algún aspecto fundamental (o al que, a priori, no concediera demasiada importancia), sin saber que para la empresa, y más concretamente, para su potencial empleador, éste podría ser un factor determinante a la hora de citarle para realizar una entrevista de selección. Y también al contrario, se podría dar que el candidato incluyera en su currículum gran cantidad de información, considerándola importante y que, sin embargo, resultara irrelevante para la empresa, haciéndole perder o distraer su atención.

De hecho, y atendiendo a lo que nos recomienda Cohen (2002), si el puesto que el candidato persigue es, por ejemplo, el de responsable del Departamento de Marketing de una empresa, el universitario debería centrar su candidatura en los logros que haya alcanzado en este campo y relacionados, así como en aquellos otros aspectos que puedan ser de utilidad en el desempeño del puesto de trabajo, como por ejemplo la experiencia que pueda tener en dirección de equipos. Parece una pérdida de tiempo (y de espacio si hablamos de un currículum) el demostrar lo bueno que se es en cualquier otro puesto para el cual no optamos. Es posible que el posible empleador se vea desbordado por la cantidad de información. Por tanto, sería mucho más interesante para la empresa demandante los éxitos que el candidato haya alcanzado en este campo (incluso aunque se trate de experiencias preprofesionales, como las prácticas en empresas), que la experiencia acumulada en otro campo no directamente relacionado, como por ejemplo, la contabilidad. Si sabemos de antemano, además, qué aspectos son los más buscados por la empresa, el candidato podrá demostrar más

fácilmente que él es la persona idónea para cubrir el puesto de trabajo.

¿Cómo conseguir esta información relevante antes de la entrevista? El mismo autor recomienda aprovechar cualquier ocasión. A modo de ejemplo, si la empresa contacta telefónicamente con el candidato, es una ocasión idónea para preguntar aspectos claves como la descripción del puesto a cubrir y las cualidades que deben demostrar los candidatos. Por otra parte, hablar con cualquier persona relacionada con la empresa puede también ayudar al candidato en su objetivo de encontrar trabajo. Será un reto para el universitario obtener la mayor cantidad posible de información útil, siendo a la vez agradable y educado, sin forzar a nadie a hablar. Además de esto, el candidato debería, como hemos visto anteriormente, investigar acerca de la empresa: sector, volumen de negocio, productos y/o servicios que ofrece, competidores, etc.

Si un aspirante al puesto lleva a cabo esta labor de recopilación de información, estará en una clara situación de ventaja respecto al resto de candidatos, ya que será mucho más fácil para él desenvolverse en la entrevista, tomando la iniciativa y no dejando que sea el entrevistador únicamente el que dirija la misma. Esto es especialmente efectivo si, además de investigar acerca de la empresa, el candidato ha ensayado previamente la realización de entrevistas. Y precisamente para mejorar en este último punto, el universitario cuenta con herramientas tan útiles como los cursos de búsqueda activa de empleo que promueve el Observatorio Ocupacional de la Universidad Miguel Hernández de Elche.

### 3.3.4. Aportar valor añadido

Éste es un aspecto fundamental que hay que tener en cuenta cuando hablamos de conseguir, mantener o promocionar en un puesto de trabajo. Tal y como se refleja en el libro *Guía para triunfar en el mercado de trabajo* (Podesta y Gatz, 1999), los presidentes ejecutivos, gerentes y directores de recursos humanos de las empresas están convencidos de que la capacidad para seguir empleado se basa primero y sobre todo en la respuesta que éste pueda dar a la siguiente pregunta: "¿Qué valor añadido aporta usted a su trabajo que contribuya directamente a la rentabilidad, el éxito y el crecimiento de su empresa?".

El aspirante a un puesto debe ser capaz de convencer a su posible empleador que su contratación va a suponer a la empresa una inversión, es decir, que va a ser capaz de generar más beneficios que los costes derivados de su incorporación a la empresa (salario, formación, tiempo, impuestos, etc.).

Si nuestro objetivo es mantenernos o promocionar en nuestro actual empleo nunca debemos descuidar este aspecto. En cualquier momento la empresa puede cuestionarse la utilidad de un actual puesto de trabajo. Ante una crisis, por ejemplo, los directivos de la empresa pueden plantearse la posibilidad de realizar un ajuste de plantillas, como medida de reducir gastos y hacer frente a las dificultades. Evidentemente, la cúpula directiva sólo intenta eliminar aquellos puestos que pueden considerarse "prescindibles", es decir, los que aportan poco valor añadido a la empresa.

Sin embargo, no basta con generar valor añadido en la empresa, éste debe ser percibido también por el resto de los trabajadores y, muy especialmente, por aquellos que puedan tener algún tipo de capacidad para decidir sobre nuestro puesto de trabajo.

De hecho, Podesta y Gatz (1999) señalan que, en ocasiones, los trabajadores no son capaces de transmitir a sus superiores en qué medida contribuyen a la cuenta de resultados de su empresa. Y ello, suele estar provocado por los siguientes motivos:

- Estar convencido que "hacer sólo lo que se le pide a uno" es suficiente, sin darse cuenta que la capacidad para seguir empleado en la actualidad se basa en muchas más cosas que limitarse a hacer el trabajo que se especifica en la "descripción del puesto".
- No considerarse a uno mismo y a su trabajo directamente vinculados con el éxito financiero de la empresa, concentrándose únicamente en cuestiones específicas.
- No comprender la importancia de documentar el propio rendimiento y registrar los "extras" que se extiendan más allá de los trabajos específicos que le pertocan.
- No compartir sus ideas, estrategias y éxitos, por no querer "llamar la atención".

Caer en cualquiera de estos errores puede provocar que un profesional válido se vea afectado por un recorte de plantilla, sin que esto se deba a falta de competencia técnica o de capacidad para llevar a cabo su trabajo. En este caso, la razón del despido podría deberse sencillamente a que este trabajador no pudo o no fue capaz de demostrar a sus superiores que su trabajo generaba valor añadido a su empresa.

No olvidemos, sin embargo, que en algunas ocasiones, especialmente en lo que se refiere a grandes compañías, los responsables de tomar decisiones directamente relacionadas con la permanencia o no de un trabajador no son los que están en contacto directo con éste y, por tanto, no son los más indicados para evaluar la conveniencia o no de mantenerlo en el puesto. Sin embargo, no por ello debemos decepcionarnos o pensar que nuestro trabajo no es apreciado, puesto que sí que hay cargos intermedios de los que dependemos y a los que no les interesará perder uno de sus trabajadores más eficaces. De hecho, pensará que esta pérdida va a afectar a los resultados de su unidad o departamento, de los que él deberá responder ante sus jefes. Por esta razón, aunque sea por mero egoísmo, es posible que un superior directo, que en principio no debe tomar ninguna decisión acerca de la plantilla, se convierta en la principal baza para la permanencia de un trabajador.

### **3.3.5. Conclusión**

Por último, es importante hacer notar que no todas las empresas otorgan el mismo valor a cada una de estas habilidades y actitudes que hemos visto en el presente apartado, y que no tener

muy desarrollada alguna de ellas no tiene por qué ser sinónimo de fracaso en las entrevistas de empleo. Esta relación debe contemplarse más bien como una oportunidad de conocer con bastante fiabilidad los aspectos más valorados por las empresas, con la finalidad de realizar posteriormente un autoanálisis y detectar posibles puntos de mejora que puedan hacernos más "empleables". Tampoco debe entenderse como un reflejo del conjunto de la totalidad de la oferta del mercado de trabajo, puesto que este estudio se centra en empresas privadas y, por tanto, no se contempla en el mismo otras opciones válidas como el empleo público o el autoempleo. Aun así, es evidente que todas las habilidades que hemos expuesto tienen una repercusión positiva en el desempeño de un puesto de trabajo, y este aspecto sí que es común (y por tanto extrapolable), a todo profesional cualquiera que sea su situación o el puesto de trabajo que desempeñe o al que aspire.

Hemos constatado la existencia de una demanda por parte de las empresas de un perfil más cualificado y especializado. Las organizaciones han descubierto que el más importante de sus activos es el capital humano, puesto que es el que permite la diferenciación respecto a la competencia. Por este motivo, son tan selectivas en los perfiles de sus candidatos y, por esta razón, invierten cantidades enormes de dinero y tiempo en formación.

Sin embargo, un tremendo error, por desgracia todavía frecuente por parte del estudiante, es el de limitar su período académico a la mera formación universitaria. Son múltiples las alternativas que se le presentan para enriquecer el currículum: prácticas en empresas, becas y estancias en el extranjero, formación

en búsqueda activa de empleo (en nuestro caso Plan de Inserción Laboral de la UMH), etc. Del estudiante depende la valoración de cada una de ellas y la elección de aquéllas que considere más atractivas para su proyección laboral.

Llegados a este punto, constituye un buen ejemplo ilustrador el siguiente gráfico, en el que se expone, de modo muy intuitivo, el prototipo de lo que podría ser la trayectoria de un titulado en años, hasta que se convierte en un recurso realmente productivo para la empresa:



Asumir cuanto antes la necesidad de formarse durante el periodo universitario en otras áreas además de las aprendidas en las aulas, así como la preparación para la búsqueda activa de empleo, podría haber supuesto a este titulado ejemplo un ahorro de tiempo considerable. Por este motivo, consideramos que el tiempo que durante el periodo universitario pueda emplearse en promover las habilidades necesarias para conseguir trabajo y promocionar en él constituye, sin duda, una inversión muy rentable para el estudiante universitario.

Desde la UMH, somos conscientes de los múltiples beneficios que nuestros universitarios pueden obtener del conocimiento y asunción de los aspectos tratados en el presente trabajo. Además, consideramos que hay una serie de aspectos en los que podemos ayudarte a enriquecer tu currículum y que, por otra parte, tú mismo puedes llevar a cabo una serie de acciones encaminadas a desarrollar tus aptitudes y actitudes. Por ello, los dos siguientes capítulos van a centrarse en aquellos aspectos en los que la UMH puede colaborar en tu preparación para la búsqueda de un puesto de trabajo en el que puedas sentirte realizado (¿Qué está haciendo por ti la UMH?) y en aquellos otros elementos en los que tú mismo debes esforzarte por mejorar (¿Qué puedes hacer tú?).



## **4. QUÉ ESTÁ HACIENDO POR TI LA UMH**



#### **4. QUÉ ESTÁ HACIENDO POR TI LA UMH.**

Las circunstancias comentadas sobre las características actuales del mercado de trabajo, hacen que la Universidad no deba limitar su papel al de proporcionar únicamente al estudiante formación académica en una titulación, sino una educación integral. En nuestra preocupación concreta, la visión estratégica de una institución innovadora puede abarcar también el poner al alcance de éste una serie de herramientas que incrementen sus posibilidades de acceder a un puesto de trabajo acorde con su preparación académica.

Desgraciadamente, en muchas ocasiones las universidades encuentran un concepto de estudiante pasivo, que no comienza a preocuparse por su futuro laboral hasta que termina su titulación. Este modelo tradicional está demostrando que no garantiza los resultados esperados por los estudiantes y son muchos los casos de recién titulados que trabajan en puestos de baja cualificación, en espera de encontrar un trabajo más acorde a sus aspiraciones en el que poder desarrollarse profesional y personalmente.

Por el contrario, cada vez está más difundido un nuevo concepto de estudiante dinámico, preocupado por su preparación para el mercado de trabajo aun antes de terminar su titulación, y cuyo perfil resulta mucho más atractivo para las empresas. Es éste el modelo de universitario que pretendemos promover desde la UMH,



por considerar que tiene muchas más probabilidades de insertarse con éxito en el mundo empresarial y en mucho menos tiempo.

Con esta finalidad, la UMH está promoviendo diversas iniciativas que hemos resumido en el presente capítulo, con el ánimo de servir de ayuda a todos aquéllos miembros de la comunidad universitaria que puedan estar interesados en beneficiarse de cualquiera de estas actividades.

#### 4.1. El Universitario "Cinco Estrellas".

Evidentemente, en cualquier selección de personal hay perfiles más atractivos que otros, ya sea por su formación académica, como por otros aspectos que no siempre quedan reflejados en el currículum vitae, pero que el candidato lleva a la entrevista, con su presencia y personalidad. Por esta razón, cualquier estudiante debe, antes de iniciar sus esfuerzos para hacer atractiva su candidatura, conocer cuál es el perfil del candidato por el que suspiran las empresas. Este perfil, que el Observatorio Ocupacional de la UMH bautizó como *Universitario Cinco Estrellas*, por el alto grado de "empleabilidad" del que gozaban, es el exponente perfecto hacia el que cualquier estudiante o titulado universitario debe mirar con el fin de orientar su trayectoria profesional.

El concepto de *Universitario Cinco Estrellas* hace referencia básicamente a los candidatos que reúnen el siguiente perfil:

- Titulado universitario.
- Formación de postgrado (máster).
- Joven (entre 25 y 30 años).
- Experiencia de, al menos, 2 años.
- Dominio de idiomas.

Qué duda cabe que este perfil es altamente "*empleable*". Casi nadie negaría la capacidad de este candidato para encontrar un puesto de trabajo acorde con sus expectativas en un tiempo relativamente breve. Sin embargo, posiblemente estemos olvidando que todos estos atractivos no serían de gran utilidad en un candidato que, además, no contara con las actitudes necesarias para desempeñar un puesto de trabajo con responsabilidad. Posiblemente podría conseguir el empleo, pero sin las habilidades necesarias, no sería capaz de mantenerlo o promocionar en él.

Por esta razón, el *Universitario Cinco Estrellas* es aquél que, además de todos esos atractivos descritos anteriormente, es acreedor de otras habilidades y actitudes fuera del ámbito académico, y que ya hemos enumerado en el presente estudio en diversas ocasiones (trabajo en equipo, creatividad, predisposición al aprendizaje continuo, flexibilidad, etc.).

Aun así, cabe puntualizar que, cuando hacemos referencia al concepto de *Universitario Cinco Estrellas*, no queremos decir que existan *Universitarios Cuatro Estrellas*, o *Universitarios Dos Estrellas*. Debe entenderse más bien como un concepto dinámico, un objetivo que siempre está presente y que, en cierta manera, nunca se alcanza, puesto que su principal función es la de motivar a los universitarios a mejorar continuamente su preparación.

Pero, por supuesto, en muchas ocasiones el universitario se encuentra desorientado y, aunque es consciente de las dificultades que entraña la búsqueda de trabajo y de la competencia que va a

encontrar en esta tarea, no es capaz de tomar ninguna iniciativa encaminada a incrementar sus posibilidades de éxito. Ante esta situación, el estudiante o titulado necesita que se pongan a su alcance todo tipo de facilidades para llevar a cabo la importante tarea de su preparación profesional. Es allí donde la Universidad desempeña un papel imprescindible, ofertando una amplia gama de servicios complementarios a la formación proporcionada en las aulas.

Consciente de esta responsabilidad, la Universidad Miguel Hernández de Elche ha desarrollado una serie de alternativas gestionadas por el Observatorio Ocupacional, dirigidas a mejorar la "empleabilidad" de los estudiantes y titulados de la UMH. A continuación presentamos algunas de ellas, exponiendo en qué sentido suponen una ventaja para los universitarios, es decir, qué puntos débiles pueden mejorar y qué puntos fuertes desarrollan.





## 4.2. El Observatorio Ocupacional.

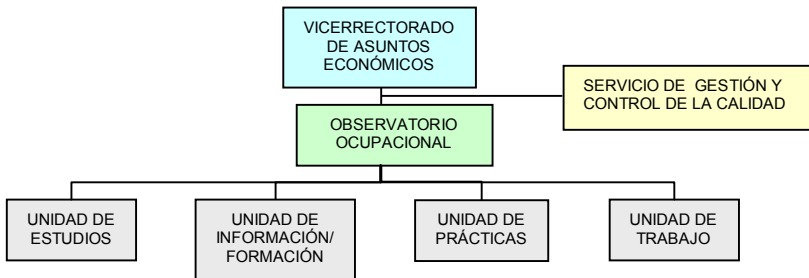
Los servicios que la UMH oferta por medio del Observatorio Ocupacional y que a continuación vamos a desarrollar, se concibieron con la vocación de facilitar la rápida incorporación laboral de nuestros estudiantes y titulados. La motivación para la búsqueda de empleo (o de prácticas en empresas), es un aspecto de especial importancia a la hora de buscar y encontrar trabajo. Por esta razón, desde el Observatorio Ocupacional se concientiza a los universitarios de la necesidad de mantener una actitud dinámica ante la búsqueda de empleo, más aún cuando se trata de encontrar un primer empleo adecuado.

Asimismo, el Observatorio Ocupacional proporciona a los titulados y estudiantes de la UMH el asesoramiento técnico que éstos requieren para emprender la búsqueda de trabajo o prácticas con éxito, además de poner a su disposición todas las herramientas necesarias para facilitarle esta tarea (Internet, fax, teléfono, bases de datos de empresas, etc.). De esta manera, se pretende hacer esta búsqueda lo más ventajosa posible, evitando que las posibles dificultades que puedan encontrar causen una demora de tiempo excesiva que pueda traer consecuencias tan negativas como el desánimo, la frustración o el pesimismo.

Todos estos aspectos quedan reflejados en la definición de la misión del Observatorio Ocupacional, que persigue incrementar el nivel de "*empleabilidad*" de los estudiantes y titulados de la UMH:

*"Transmitir información sobre la dinámica del mercado laboral, promover la inserción profesional de los estudiantes y facilitar la realización de prácticas en empresas"*

El Observatorio Ocupacional es un servicio dependiente del Vicerrectorado de Asuntos Económicos, que la Universidad Miguel Hernández de Elche ofrece de manera diferencial a sus estudiantes y titulados con el objetivo de incrementar sus posibilidades de encontrar un puesto de trabajo acorde con sus expectativas laborales. En el siguiente organigrama, se representa su estructura:



Tal y como se puede apreciar en el gráfico, el Observatorio Ocupacional cuenta con cuatro unidades, cada una de las cuales está dirigida a cubrir un área diferente. A continuación, exponemos un breve resumen de cada una de las unidades, a fin que los universitarios perciban mejor en qué medida pueden beneficiarse de los servicios ofertados por el Observatorio Ocupacional.

#### **4.2.1. Unidad de Prácticas en Empresas e Instituciones: la experiencia.**

Es una de las principales herramientas al servicio del estudiante, ya que por medio de la realización de estancias en prácticas el estudiante consigue una ventaja importantísima: adquiere experiencia antes de finalizar sus estudios.

Ya vimos anteriormente la importancia que muchas empresas otorgan al hecho que sus profesionales cuenten con una trayectoria laboral, hasta el punto que algunas reconocían abiertamente no contratar gente sin experiencia demostrable. La experiencia suele ser un requisito indispensable cuando se oferta un puesto de gran responsabilidad, pero la tendencia más común es la de considerar la experiencia un aspecto valorable, un punto más a favor del candidato. Por este motivo, el estudiante no debe dejar escapar la oportunidad de hacer más atractivo su currículum respecto a otros candidatos con su misma titulación.

Este hecho es cada vez más asumido por los universitarios. A modo de ejemplo, según se refleja en el estudio de la Fundación Know How para el Desarrollo Directivo, existe entre los jóvenes universitarios recién licenciados la preocupación por la falta de aplicabilidad empresarial de los conocimientos adquiridos durante su carrera. Concretamente, un 50% de los recién licenciados atribuye el paro a la falta de aplicabilidad de los conocimientos adquiridos (ABC Nuevo Trabajo, 30 de septiembre de 2001).

Tal y como afirma Nieto (1999), la respuesta al eterno dilema de la adquisición de experiencia por parte del universitario está bien clara: un estudiante universitario debería comenzar a alarmarse si al traspasar el ecuador de su carrera no ha mantenido ya algún contacto con empresas a fin de poder realizar prácticas en ellas.

De hecho, tal y como puede observarse en la Guía de las Empresas que Ofrecen Empleo (Fundación Universidad-Empresa, 2000), el 86% de las empresas tiene muy en cuenta el hecho que el titulado haya realizado prácticas durante su periodo universitario, ya que además de garantizar que el estudiante ha mejorado su formación, da prueba del dinamismo y de su inquietud por aprender.

Para Luis López Sánchez, Gerente del Área de Recursos Humanos de Andersen (empresa actualmente integrada en Deloitte & Touche), las prácticas son una excelente oportunidad para aplicar las capacidades y conocimientos aprendidos durante la etapa formativa, además de abrir la posibilidad de contactar con el mundo empresarial y ofrecer la oportunidad al estudiante de demostrar sus competencias. Por este motivo, recomienda considerar la *práctica como el inicio de la carrera profesional y no como un fin en sí mismo* (ABC Nuevo Trabajo, 28 de enero de 2001).

Las prácticas tienen además otras ventajas para el estudiante, como la flexibilidad, de modo que pueden alternarse con los estudios, adaptándose a sus necesidades académicas. Por otra parte, dan al estudiante la posibilidad de aplicar los conocimientos adquiridos en las aulas en una empresa real, otorgándole más

sentido al estudio y aprendiendo nuevos conocimientos fuera del ámbito universitario.

Realizar prácticas supone para el estudiante, además de conocer el mercado laboral, ser conocido por empresarios. Este hecho siempre es una ventaja a la hora de buscar trabajo, especialmente si tenemos en cuenta que posiblemente los contactos realizados durante la práctica sean los que posteriormente recomienden o contraten al estudiante, por la sencilla razón que conocen su modo de trabajar. De hecho, tal y como demuestran estudios realizados por el Observatorio Ocupacional, el 55% de los estudiantes de la UMH que realizaron prácticas en empresas durante el curso 1999-2000, recibieron una propuesta de renovación o una oferta de empleo por parte de las organizaciones que les habían acogido.

Otra ventaja que ofrece la realización de prácticas en empresas es el desarrollo de las habilidades requeridas por las empresas y cuya importancia constatamos en anteriores apartados. Si además es el propio estudiante el que busca su práctica, este hecho supone un entrenamiento práctico para la posterior búsqueda de empleo en un entorno libre de riesgo y con altas probabilidades de éxito.

Asimismo, pueden solicitarse créditos de libre configuración, de modo que también presentan una ventaja académica adicional.

Por otra parte, la calidad del Programa de prácticas de Estudiantes en Empresas de la UMH está avalada por la prestigiosa

Asociación Española de Normalización y Certificación, AENOR, ya que cuenta con el Certificado de Registro de Empresa número ER-0589/99 de acuerdo con la norma UNE-EN ISO 9001:2000, con fecha 31 de julio de 2001. Esta distinción tiene su origen previo en junio de 1999, fecha en la que el Observatorio Ocupacional convirtió a la UMH en la primera universidad pública española en lograr un certificado de Registro de Empresa (en aquella ocasión según la norma UNE-EN ISO 9002:1994, también por AENOR). Sin embargo, en lugar de continuar con la normativa antigua, el Observatorio Ocupacional adaptó en el año 2001 su sistema de prácticas en empresas a la nueva norma 2000, aun no siendo todavía necesaria tal adaptación hasta finales del año 2003.

La principal razón por la que se ha optado por el cambio a la nueva norma ha sido el permitir que, tanto los estudiantes de la Universidad Miguel Hernández de Elche como las empresas colaboradoras, pudieran beneficiarse lo antes posible de las mejoras introducidas en la nueva norma, dando prueba del compromiso con la calidad que el Observatorio Ocupacional ha adquirido para con sus "clientes", velando por la satisfacción de sus intereses.

Para realizar prácticas, los únicos requisitos que deben cumplirse son:

- Ser estudiante de la UMH.
  
- Tener aprobado el 50% de los créditos de la titulación. En el caso de estudiar un Segundo Ciclo o Doctorado este requisito no es imprescindible.

- Estar inscrito en la bolsa de prácticas del Observatorio Ocupacional.

#### **4.2.2. Unidad de Formación-Información: la opinión de expertos al alcance de tu mano.**

Por medio de esta iniciativa, el Observatorio Ocupacional oferta multitud de cursos, seminarios y jornadas. Todas estas actividades tienen en común el mercado de trabajo y su objetivo principal es ayudar al universitario a conocer el mercado laboral, proporcionándole todas las habilidades necesarias para que triunfe en su búsqueda de trabajo. Algunas actividades promovidas desde esta unidad son las siguientes:

##### **- Plan de Inserción Laboral**

De poco o nada sirve que un candidato cumpla el perfil para un puesto de trabajo si luego no sabe "venderse" a la empresa. Hay que tener en cuenta que cuando se trata de empresas importantes, la selección de personal suele llevarse a cabo por personal experto, generalmente psicólogos. Por este motivo, conviene conocer aquellos aspectos que suelen ser más valorados en un candidato y en los que, por tanto, se debe hacer más hincapié. La confección del currículum vitae, la realización de la entrevista de selección, la planificación en la búsqueda de empleo, el diseño de la carrera profesional, la detección y análisis de los propios puntos fuertes y débiles, etc. son aspectos que deben cuidarse mucho por parte del

candidato para evitar que ciertos errores puedan ocasionar la pérdida de una oportunidad de trabajo.

Evidentemente, el entrenamiento de las diversas herramientas de búsqueda de empleo, como la redacción de un currículum vitae o una carta de presentación, proporciona al estudiante la posibilidad de mejorar sus habilidades e incrementar así sus posibilidades de encontrar trabajo. Por otra parte, la realización de varias entrevistas de selección y la posterior evaluación de las mismas, detectando errores cometidos con ánimo de mejorar en la siguiente, es un medio muy eficaz de aprender a desenvolverse con soltura en las posteriores entrevistas.

Consciente de ello, el Observatorio Ocupacional tomó la iniciativa de preparar al estudiante, poniendo a su alcance las técnicas de búsqueda activa de empleo más avanzadas y permitiéndole ejercitar estas herramientas en un entorno carente de riesgos, es decir, donde no hay ningún puesto de trabajo en juego y los errores pueden ser corregidos sin que su detección pueda suponer al universitario la pérdida de ninguna oportunidad.

Estos cursos, caracterizados sobre todo por su carácter práctico y por ser impartidos por personal experto en selecciones, tienen además la gran ventaja de no suponer ningún coste adicional al estudiante y, por otra parte, pueden solicitarse créditos de libre elección por su realización.



### **- Jornadas para el Empleo**

Las Jornadas para el Empleo se concibieron para subsanar el evidente desconocimiento acerca del mercado laboral que mostraban algunos estudiantes. Para salvar estas carencias, el Observatorio Ocupacional organiza estas Jornadas en las que expertos de reconocido prestigio realizan exposiciones informativas.

Por medio de estas Jornadas, se busca fomentar en el universitario una inquietud hacia la preparación para su futuro laboral. Ya recogimos cómo las empresas valoran especialmente aspectos tales como el interés por la formación, el dinamismo, la comunicación, el afán de superación, etc. Las Jornadas para el Empleo son un buen medio para conocer las expectativas de las empresas, lo que sin duda resulta de gran ayuda al estudiante o titulado demandante de trabajo.

### **- Publicación de libros especializados en el mercado de trabajo**

Con la finalidad de proporcionar al universitario unos conocimientos esenciales sobre el mercado de trabajo que incrementasen sus posibilidades de acceder a un puesto de trabajo, el Observatorio Ocupacional publicó su I Guía Universitaria de Orientación para el Empleo: "¿Qué debes saber para buscar trabajo?".

Tras la buena aceptación de esta guía se decidió publicar una segunda, titulada: "¿Qué debes saber para mejorar tu

"empleabilidad"?", en la que adicionalmente se proporcionaban las claves para triunfar en un puesto de trabajo y se recogían las nuevas tendencias manifestadas por las empresas en la selección y promoción de sus empleados.

Siguiendo la misma línea de estas dos publicaciones anteriores, hemos realizado el presente estudio, con el ánimo de seguir profundizando en el conocimiento del mercado de trabajo y el convencimiento que todos los esfuerzos realizados en este sentido redundan en beneficios para nuestros estudiantes y titulados universitarios.

### **- Club de Emprendedores Universitarios**

Consciente de la complejidad que entraña la creación de una empresa, la Universidad Miguel Hernández de Elche no ha querido que sus estudiantes con vocación empresarial renuncien a sus aspiraciones por caer en el desánimo. La falta de información o de asesoramiento puede ser la causa por la que un estudiante desista de crear su propia empresa, optando por otras opciones menos arriesgadas pero quizás no tan atractivas para él. Para que estos aspectos no sean un problema, el Observatorio Ocupacional ha creado este Club, en el que más de 1.300 estudiantes de la UMH comparten una vocación emprendedora.

Dentro de las muchas iniciativas que se llevan a cabo desde este Club de Emprendedores, habría que destacar las siguientes:

- Cursos de formación en el área de creación de empresas.
- Asesoramiento y orientación en los proyectos.
- Reuniones participativas con empresarios y "seniors" para aprovechar sus experiencias.
- Soluciones a inquietudes y dudas por parte de personas expertas en el tema.
- Jornadas de motivación empresarial.
- Información sobre ayudas y subvenciones diversas.
- Información de ferias y exposiciones.
- Punto de encuentro de jóvenes emprendedores.
- Información puntual de todo tipo de acciones, publicaciones, cursos, etc. relacionados con el empleo y la creación de empresas.
- Colaboración con el Observatorio Ocupacional como "voluntario emprendedor".

Por otra parte, se continúa llevando a cabo una iniciativa que nació al abrigo del V Programa Marco de la Unión Europea de Acciones de Investigación y Desarrollo Tecnológico y que fue

bautizada con el nombre de Proyecto "Embryo". Esta acción está destinada a desarrollar mecanismos que faciliten la constitución y desarrollo de empresas innovadoras y, por tanto, se dirige a los estudiantes de la Universidad Miguel Hernández de Elche con inquietudes emprendedoras.

El objetivo fundamental del Proyecto "Embryo" es el de fomentar la creación de empresas innovadoras de base tecnológica, que permitan la transmisión de los resultados de la investigación y las innovaciones tecnológicas de la universidad al tejido productivo, al tiempo que se consigue desvincular a los grupos de investigación de la UMH de todas las tareas administrativas y comerciales, lo que les permite la dedicación exclusiva a su labor investigadora. De hecho, con el respaldo de esta iniciativa, algunos estudiantes de la UMH han podido ya dar de alta sus respectivas empresas o están en trámites de hacerlo.

### **- Jornadas de Estimulación Empresarial**

El objetivo que se persigue mediante la organización de estas Jornadas de Estimulación Empresarial no es otro que el que su propio nombre indica. Así, se consigue mediante su organización motivar a los estudiantes y titulados universitarios interesados en la creación de su propia empresa, para que los prejuicios y temores propios de una decisión tan importante como es la creación y dirección de su propia empresa no les desalienten. Para fomentar el emprendizaje, la Universidad Miguel Hernández de Elche tiene claro que es necesario dar información útil al potencial empresario, puesto

que en muchas ocasiones el principal problema que encuentra el universitario emprendedor es que no sabe por dónde empezar.

#### **4.2.3. Unidad de Estudios: investigaciones sobre el mercado laboral.**

La importancia de esta Unidad también debe señalarse puesto que, por medio de ella, se han promovido todos los estudios e investigaciones acerca del mercado laboral que se realizan en el Observatorio Ocupacional.

Entre otros, cabe destacar los siguientes estudios: satisfacción de las empresas que acogen estudiantes en prácticas, satisfacción de los estudiantes que realizan prácticas, inserción laboral de los titulados de la UMH.

Estos estudios son muy importantes, ya que permiten obtener información acerca de la eficacia del sistema ideado y detectar posibles oportunidades de mejora. Las conclusiones obtenidas son aprovechadas sinérgicamente en distintas direcciones, poniendo al alcance de los interesados de toda la comunidad universitaria (profesores, estudiantes, órganos de gobierno, etc.) las recomendaciones extraídas.

#### **4.2.4. Unidad de Trabajo: el puente hacia tu incorporación laboral.**

Los titulados de la UMH cuentan con un servicio de bolsa de trabajo, también gestionado por el Observatorio Ocupacional. Este



servicio se concibió como un puente hacia la incorporación laboral de los titulados de la UMH, ya que pone en contacto empresas demandantes de empleo cualificado con titulados interesados en la oferta laboral.

Los únicos requisitos para acceder a la bolsa de trabajo son, en primer lugar, haber finalizado los estudios en la UMH y, en segundo lugar, inscribirse al Observatorio Ocupacional.

Por medio de esta bolsa, los recién titulados tienen una vía más de estar al día sobre lo que puedan necesitar para encontrar trabajo, reciclarse en técnicas de búsqueda activa de empleo, motivarse y, por supuesto, contactar con empresas relacionadas con sus estudios y conseguir entrevistas de selección.

## **5. QUÉ PUEDES HACER TÚ**





## 5. QUÉ PUEDES HACER TÚ.

Tal y como se ha señalado anteriormente, la Universidad debe poner al alcance del estudiante o titulado todo tipo de alternativas e iniciativas dirigidas a mejorar su "empleabilidad", pero es evidente que es el propio estudiante el que tiene la última palabra y el que ha de decidir en qué medida se beneficia de todas las iniciativas que tiene a su disposición.

Cada vez es más evidente entre los universitarios la necesidad de mantener una actitud proactiva frente a la búsqueda de empleo, no sólo en un primer momento sino también, y lo que es más importante, una vez obtenido el trabajo para poder conservarlo y promocionar en el mismo. De hecho, según se desprende de un estudio realizado por la Fundación Know How para el Desarrollo Directivo, los jóvenes valoran cada vez más las competencias, ya que son sus características personales las que marcarán la diferencia a la hora de conseguir un trabajo y lograr el éxito profesional. Tal y como señala dicho estudio, al preguntar a los jóvenes universitarios qué aspecto consideraban más importante para su adaptación al mundo laboral, un 38% de los jóvenes encuestados consideraron que la clave residía en los conocimientos adquiridos en la carrera; frente a este porcentaje, el 52% en cambio abogó por la importancia de las competencias. Asimismo, en el mismo informe se señala que el 63% de los encuestados considera que su éxito profesional va a depender de su capacidad de aprender

nuevas cosas y de ser innovadores en su trabajo (ABC Nuevo Trabajo, 30 de septiembre de 2001).

Las personas no son únicamente un conjunto de habilidades y aptitudes. Son seres vivos que interactúan entre ellos, de modo que están muy influidos por el entorno que les rodea. De este modo, no se puede tener en cuenta únicamente los conocimientos en la evaluación del rendimiento de un candidato. Las actitudes y los sentimientos son aspectos que, de modo muy directo, influyen en nuestro modo de actuar, también en la empresa. La *Inteligencia Emocional* engloba habilidades como la autoestima, el control de uno mismo, la perseverancia, etc., que son cualidades que, con tanta o más importancia que la formación académica, conducen al éxito profesional y personal.

### **5.1. La *Inteligencia Emocional*.**

Con todas estas evidencias constatadas por estudiantes y empresas, no es de sorprender que en los últimos años se haya consolidado, como hemos comentado en anteriores capítulos, una conclusión que apunta a que la formación académica convencional no es suficiente para adquirir todas las habilidades necesarias para triunfar profesional y personalmente. El razonamiento se ha popularizado con un nuevo concepto llamado "*Inteligencia Emocional*" que está de moda en los últimos años. Especialmente destacable es el éxito obtenido por el libro de Daniel Goleman (1996), "*La Inteligencia Emocional*", que se convirtió en todo un fenómeno de masas y su segunda parte, "*La práctica de la Inteligencia Emocional*" (1999), que vino a consolidar aún más si cabe el concepto.

Como ya hemos recomendado, el estudiante universitario no debe limitarse a obtener su título, de hecho, estudios en el ámbito de la *Inteligencia Emocional* han concluido que la inteligencia tradicional únicamente tiene un 20% de importancia en el éxito de la vida profesional (Goleman, 1996). Esto supone que el resto (80%) puede deberse a otras razones no relacionadas con los aspectos generalmente contemplados en los test de inteligencia (cálculos lógico-matemáticos, capacidad verbal, etc.). Aquí es donde ha tomado fuerza el concepto de *Inteligencia Emocional* y que haría referencia a otro tipo de inteligencia que abarcaría el terreno de los sentimientos, ya que en todo momento estamos hablando de personas, y no de máquinas.

La lógica nos hace intuir que no puede desvincularse una persona del conjunto de las emociones que experimenta o de los sentimientos que tiene y, estos aspectos, de una manera u otra influyen en nuestro modo de desempeñar el puesto de trabajo. A modo de ejemplo, el rendimiento de un profesional puede verse afectado por situaciones personales tales como la alegría del nacimiento de un hijo o el estrés provocado por la inminencia de un divorcio. Posiblemente en el primer caso, el trabajador esté en un estado de felicidad que favorezca una relación fluida con sus compañeros o una visión más optimista de sus tareas y responsabilidades. En el segundo caso, las preocupaciones pueden suponer un lastre que merme sus capacidades en el trabajo, además de generar en el trabajador un estado de continua tensión que puede provocar conflictos entre los compañeros.

Si bien no puede influirse en muchos de los acontecimientos que afectan a nuestras vidas, sí es cierto que hay una serie de actitudes que favorecen el correcto desempeño del puesto de trabajo y, más aún, ayudan a triunfar en otros ámbitos más personales, como nuestras relaciones con la familia o los amigos. Estas actitudes son contempladas también en este nuevo concepto llamado *Inteligencia Emocional*.

Por estas razones, las empresas ya no buscan únicamente los conocimientos (el saber en sí) sino que, además, exigen a sus profesionales las habilidades necesarias para ponerlos en práctica (el saber hacer) y las actitudes adecuadas a la hora de hacerlo (el querer hacer).

Pero... ¿Qué es exactamente la *Inteligencia Emocional*? La *Inteligencia Emocional* puede definirse como el **desarrollo y control de las capacidades interpersonales e intrapersonales**. La importancia que se le está dando a este concepto no es nada que deba extrañarnos, pues es evidente que el fomento de ciertas cualidades no dependientes de la formación convencional aportan a las empresas resultados muy positivos en términos de rentabilidad, competitividad y eficiencia. Ya vimos al tratar la significación de las habilidades y actitudes cómo las empresas consideraban imprescindibles una serie de valores y capacidades que tenían mucho más que ver con la personalidad que con la formación. Si atendemos a las definiciones dadas por los expertos en *Inteligencia Emocional*, habría que centrar este concepto básicamente en el desarrollo de las cinco capacidades que se exponen a continuación.

### **5.1.1. Las cinco claves de la *Inteligencia Emocional*.**

#### Autoestima

Es el punto de partida para triunfar. Imprescindible para el éxito personal y profesional. Atendiendo a la definición dada por Nathaniel Branden, podríamos decir que la autoestima es la disposición a considerarse a uno mismo como alguien competente para enfrentarse a los desafíos básicos de la vida y ser merecedor de felicidad (Branden, 1999).

Cuando la autoestima de alguien es elevada, la persona tiene un buen concepto de sí misma, está segura de sí y de sus

posibilidades de conseguir aquello que se propone. Por contra, las personas con baja autoestima no se valoran mucho a sí mismas, por lo que es difícil que sean valoradas por los demás (Gan y otros, 1999).

Quien se valora a sí mismo es capaz de aceptar retos y de enfrentarse a sus errores. Tampoco tiene demasiados problemas con sus superiores, compañeros, empleados, etc., los aborda abierta y amablemente, porque no tiene miedo a ser rechazado, no depende de lo que los demás piensen de él. Su manera de ser hace que se gane las simpatías de los demás y si se siente injustamente tratado es capaz de abordar el conflicto abiertamente. Defiende sus opiniones, pero no deja de ser amable y de tener humor cuando no ha logrado convencer a los demás (Schulze, 1998).

Por tanto, es necesario que confíes en tus posibilidades y capacidades para poder transmitir seguridad a los demás, en primer lugar durante la duración de la entrevista y, una vez superada ésta, en el mismo puesto de trabajo. Sin embargo, no siempre el candidato está totalmente seguro de sí mismo y, entre los factores que pueden influir negativamente en el desarrollo de esta capacidad, hay que destacar la falta de experiencia. Éste suele ser un factor que transmite desconfianza en el propio candidato ya que, al no haber tenido ocasión nunca de aplicar los conocimientos aprendidos durante su carrera universitaria, no son conscientes de hasta qué punto son capaces de desempeñar bien un trabajo y, por otra parte, es frecuente en los mismos considerar que tienen una gran desventaja a priori respecto al resto de candidatos.

En este caso, debe buscarse una solución a este problema. La realización de prácticas en empresas e instituciones durante el periodo de estudios es una de las soluciones más apropiadas para adquirir autoestima, ya que es un medio que tiene el estudiante de demostrarse que puede ser útil en una empresa y que puede aplicar sus conocimientos en un contexto fuera de las aulas universitarias. Según Cohen (2002), aunque el candidato sea un recién graduado no debe preocuparse por este aspecto, ya que su experiencia universitaria relacionada con el trabajo puede tener el mismo valor. Lo importante es la experiencia de hacer el trabajo, no dónde se logró, es decir, la experiencia no necesariamente se adquiere sólo si hay un contrato laboral de por medio.

Aun así, la falta de experiencia no debe ser un factor que preocupe demasiado al estudiante, ya que como vimos anteriormente, no es el único aspecto que valoran las empresas. De hecho, un amplio porcentaje de las mismas reconocía dar más importancia a otros aspectos como la comunicación, el trabajo en equipo, la iniciativa, etc. Si bien la inexperiencia laboral se puede salvar con otros atractivos, la autoestima es un aspecto sin el cual no se puede triunfar en un puesto de trabajo.

Tal y como expresa Branden (1999), en la empresa es habitual que se presenten dificultades que podríamos considerar pequeñas derrotas (pérdida de algún cliente, estrategias fallidas o incluso la reprimenda por parte de algún superior). Lo decisivo para el futuro no es la derrota, sino el estado mental con el que se afronta lo que a continuación venga.

Con una autoestima elevada, el profesional manifiesta resistencia a aceptar la derrota y esta perseverancia puede ayudarle a conseguir el éxito, lo que todavía reforzaría más su confianza inicial. Por el contrario, afrontar el problema desde una baja autoestima suele acarrear consecuencias mucho más negativas, ya que el profesional tiende a culparse a sí mismo, autojustificarse o buscar culpables, actitudes que, en lugar de ayudar a encontrar una posible solución al problema contribuyen a agravarlo. Este hecho puede acarrear consecuencias mucho más negativas en el seno de la empresa, pues inevitablemente se genera un ambiente incómodo para los empleados con todo lo que ello supone. De esta manera, este mismo autor llega incluso a afirmar que la baja autoestima es desventajosa económicamente.

### Autocontrol

El autocontrol es la capacidad que tiene una persona para soportar presiones externas "sabiendo estar"; es decir, manteniendo una actitud responsable, un mensaje equilibrado y una acción orientada a buscar soluciones (no a enfadarse o a buscar culpables de las causas que originan la presión) (Gan y otros, 1999).

A tenor de esta definición, podríamos afirmar que el autocontrol supone ser tolerante con los demás y con la situación, evitando perder la calma. En un contexto como el actual, en el que estamos sometidos a diversas presiones, es habitual que se presenten situaciones conflictivas. Tratar de comprender las circunstancias y la búsqueda razonada de la mejor solución al problema, suele servir de gran ayuda para solucionar una situación



tensa. De hecho, tal y como afirma Joe Tye, uno no puede cambiar el mundo ni a las personas. Las únicas cosas que puede controlar son sus pensamientos y sus emociones (Tye, 1999).

Evidentemente, los trabajadores no son máquinas y, por tanto, no están carentes de sentimientos. Cuando se trabaja con gente, es muy posible que surjan opiniones contrarias, situaciones complicadas, etc. En estos casos lo más conveniente es el estudio de la situación y evitar que la tensión pueda provocar un comportamiento inadecuado que no beneficie en nada a la empresa. La búsqueda de una solución conjunta y el diálogo entre compañeros suele ser la solución de los problemas, mientras que las reacciones no racionales en general los agravan. Es importante hacer notar que un adecuado control de las emociones no implica convertirse en una persona fría que analiza su alrededor y actúa en consonancia, controlando todas sus emociones con criterios egoístas (Gan y otros, 1999), ni tampoco significa dejar de ser uno mismo, sino evitar en la medida de lo posible que la tensión nos controle hasta el punto de provocar reacciones que en una situación más calmada no llevaríamos a cabo por considerar que son inapropiados o desmedidos.

### Perseverancia

Una vez que se ha fijado un objetivo (conseguir trabajo, demostrar la propia validez en la empresa, etc.), se debe ser constante en el empeño por conseguirlo. Equivocarse no debe ser razón para abandonar. De hecho, cometer errores no supone un fracaso siempre que se aprenda de ellos y la experiencia adquirida

sirva posteriormente para alcanzar el objetivo propuesto. En este sentido, habría que recordar una de las afirmaciones formuladas por Joe Tye en su libro *1.001 Ideas para triunfar en su carrera*, "Usted puede tropezar y caer, pero nunca fracasará mientras se niegue a abandonar" (Tye, 1999).

Gan y otros (1999) nos muestran las claves para ser constantes en el logro de un objetivo:

- Una clara determinación para conseguir lo que deseamos.
- Una voluntad consciente para no abandonar ante las dificultades.
- Una fuerte concentración mental en el objetivo, evitando la distracción y dispersión de esfuerzos.
- Una aplicación práctica que reúne intenciones y recursos dirigidos a un mismo fin y objetivo.
- La decisión de insistir, una y otra vez, corrigiendo progresivamente la acción, mejorándola sistemáticamente hasta acercarse al logro.
- Confianza en uno mismo.
- Ganas de triunfar.

- Actividad y dinamismo.

Por último, sólo hacer una puntualización, se debe ser persistente únicamente si se considera que el objetivo a conseguir realmente merece la pena y es factible. Fijar un objetivo imposible a priori aboca a la persona al fracaso, lo que puede provocar frustración. Conviene por tanto, antes de emprender cualquier acción, fijar metas motivantes y claras, siendo conscientes siempre de las propias posibilidades.

### Empatía

La empatía supone ponerse en el lugar del otro. Es una gran ayuda, puesto que nos sirve para situar las circunstancias que han provocado un comportamiento determinado en otra persona. Si conseguimos desarrollar un nivel adecuado de empatía, además de favorecer nuestra capacidad de autocontrolarnos, evitaremos muchos conflictos en nuestras relaciones interpersonales.

Evidentemente, la empatía se demuestra mediante una escucha empática, lo que implica tratar de comprender antes de ser comprendido, es decir, ver las cosas tal y como las ve la otra persona, comprendiendo lo que siente. En cierta manera, se trata de no dar por supuestos ciertos pensamientos, sentimientos, motivos e interpretaciones, que pueden ser perfectamente válidos para nosotros, pero no para la persona con la que estamos comunicándonos. Por otra parte, escuchar no significa únicamente comprender las palabras, sino también los gestos, los silencios, los cambios de entonación, etc. De hecho, según estimaciones de

expertos en comunicación, únicamente el 10% de lo que comunicamos está representado por palabras. El resto se comunica por medio de diversos sonidos (30%) y del lenguaje corporal (60%) (Covey, 1997).

### Capacidad de motivar

Es la cualidad por excelencia del líder. Sin embargo, aunque a simple vista puede parecer que esta cualidad es importante únicamente para aquellos que han de desempeñar un puesto que suponga tener personas a su cargo, la capacidad de motivar es beneficiosa para cualquier trabajador, ya que fomenta el trabajo en equipo y la comunicación. En definitiva, la capacidad de motivar tiene efectos directos en la productividad, ya que sirve para conseguir que los demás den lo mejor de sí mismos y, a la vez, se sientan bien por ello. Para Francesc Borrell (1996) hay tres pasos iniciales para motivar:

- Lograr relaciones de calidad entre los miembros del equipo, evitando y solventando en la medida de lo posible los conflictos que puedan surgir fruto de la tensión.
- Hacer que cada miembro del equipo sienta que ocupa un lugar en el mismo.
- Contar con una política de incentivos (no necesariamente económicos) que premie las actitudes positivas de los miembros del equipo y castigue las negativas.

No obstante, no debemos acotar el concepto de *Inteligencia Emocional* a únicamente las cinco habilidades descritas en este apartado. Además de las comentadas, hay una serie de actitudes que también deben fomentarse en el profesional (o futuro profesional). Estas habilidades están directamente relacionadas con las anteriores y, del mismo modo, afectan a nuestro nivel de *Inteligencia Emocional*. En el siguiente apartado, haremos mención a algunas de las más importantes, explicando en qué medida influyen en nuestras relaciones profesionales.

### 5.1.2. Otras habilidades de *Inteligencia Emocional*.

Entre las cinco claves de la *Inteligencia Emocional* señaladas en el anterior apartado, ya comentamos la utilidad que para un profesional tiene el saber motivar a sus compañeros, tanto a los que están a un nivel jerárquico inferior como a los que están a su mismo nivel o incluso a un nivel superior. Sin embargo, no podríamos olvidar la **automotivación**, ya que la capacidad de motivar no tendría sentido si, a su vez, no estuviera acompañada de un entusiasmo por parte de la persona que pretende motivar al resto. Es necesario para el trabajador creer en lo que hace y ser capaz de obtener satisfacción de los éxitos de la compañía, vinculándolos al trabajo de todo el equipo. Esta actitud positiva, ayuda a seguir adelante y alcanzar nuevas metas, mejorando el ambiente laboral entre los compañeros.

También es de gran importancia mostrar en todo momento un **comportamiento proactivo**, es decir, demostrar iniciativa y, sobre todo, nunca dejar que te digan dos veces lo mismo. Hay que

tener en cuenta que, en las empresas, los cargos jerárquicos superiores suelen ser personas muy ocupadas para las que no es posible realizar una supervisión continua de cada uno de los empleados a su cargo. Por esta misma razón, la proactividad es muy valorada por los superiores, ya que es un alivio para ellos contar con profesionales de confianza en los que poder delegar parte de sus responsabilidades. De hecho, para Stephen R. Covey, las personas que llegan a ocupar los buenos puestos son las proactivas, aquellas que son soluciones para los problemas, y no problemas ellas mismas, que toman la iniciativa de hacer siempre lo que resulte necesario, congruente con principios correctos, y finalmente realizan la tarea (Covey, 1997).

No debemos dejar de lado un rasgo de personalidad tan importante como es la **asertividad**. La asertividad puede definirse como la habilidad de expresar nuestras emociones y pensamientos, facilitando actuar en pro de nuestros mejores intereses y derechos, sin infringir o negar los de los demás (Gil'Adí, 2000). Los beneficios derivados de la asertividad son evidentes, ya que la persona se siente mejor consigo misma, pues sabe defender sus derechos e intereses, lo que redundará en una mayor autoestima y, por otra parte, goza de buenas relaciones sociales, puesto que sabe a la vez respetar a los demás (empatizando con los mismos). La asertividad tiene aspectos tan importantes como saber decir no, sin sentirse mal por ello, o expresar una opinión aunque sea contraria a la del resto.

La **creatividad** es otro aspecto fundamental en un trabajo, incluso en aquéllos que a simple vista puedan parecer repetitivos. La razón es que siempre se presentan en la empresa situaciones

nuevas a las que hay que dar una respuesta rápida. Debido a que no existe experiencia anterior respecto a estas situaciones, la mejor solución para solventarlas suele ser la creatividad, lo que en determinados casos incluso permite detectar oportunidades de negocio para la empresa.

El **autoconocimiento**, del que ya hablamos en este mismo trabajo, es fundamental, pues nos va a permitir en primer lugar saber de qué somos capaces y, sobre todo, de qué no somos capaces. Es decir, conocer las habilidades que poseemos y, además, poder fijar de modo más objetivo nuestras aspiraciones sin pretender llegar a metas para las que no estamos capacitados o preparados, lo que podría provocar en el candidato decepción o frustración. De esta manera, el reconocimiento de nuestros propios puntos débiles es el primer paso para superarlos y buscar soluciones que nos permitan prepararnos para objetivos más ambiciosos que, en el momento actual, pueden estar fuera de nuestro alcance. Este aspecto es tan importante que Piccardo (1992) llega incluso a afirmar que "conocerse a sí mismo, las propias aptitudes y la propia personalidad, esforzándose por mejorar, es el modo más eficaz para conocer la empresa en la que se trabaja".

Asimismo, el autoconocimiento es igual de importante a la hora de buscar trabajo. De hecho, Cohen (2002) considera que "una campaña de empleo es una campaña de ventas". Por tanto, si se trata de vender algo y queremos ser buenos vendedores, debemos conocer el producto a fondo.

Como en cualquier venta, hay un vendedor, un cliente y un producto. La peculiaridad de esta venta es que el universitario es a la vez vendedor y producto, siendo la empresa el cliente. Lo primero que necesita conocer un vendedor son las características del producto que intenta vender, lo segundo, a quién puede interesarle adquirir tal producto, y lo tercero, debe conocer las técnicas de venta (Puchol, 1993).

Por tanto, antes de iniciar la búsqueda de empleo, es necesario para el universitario conocer sus características personales: cualidades, preferencias, capacidades, puntos fuertes y débiles, expectativas, etc. Y es que, aunque a priori el candidato pueda pensar que se conoce muy bien, lo cierto es que es inevitable para cualquier candidato olvidar muchas cosas que podrían ser de interés para los posibles empleadores.

La ventaja de contar con tanta información a priori, es que el candidato mejorará su autoestima, al ver que tiene varias experiencias y logros que ofrecer a la empresa y en los cuales quizá no había pensado. Por otra parte, si se hace correctamente, puede suponer un ahorro de tiempo considerable en la campaña de búsqueda de empleo.

Por otra parte, también es de gran utilidad contar con dotes de **liderazgo**. No es fácil definir un líder, de hecho, la evidencia nos muestra líderes muy diferentes entre sí y que han conseguido triunfar, por lo que no parece existir un secreto para el éxito. La razón es que, si bien es cierto que existen características que suelen asociarse con los líderes (capacidad de asunción de riesgos,



necesidad de conseguir cosas, visión de futuro, etc.), ninguna de estas características por separado es imprescindible. La cuestión fundamental que nos ocupa es si se puede aprender a ser líder. Evidentemente sí, aunque tal y como señalan Joseph y Jimmie Boyett (1999) el aprendizaje del liderazgo es un proceso lento y continuado, que no se consigue únicamente mediante formación, seminarios y cursillos. En la formación de un líder influyen varios aspectos (genética, infancia, experiencias, formación, etc.), por tanto el que una persona tenga deficiencia en algún aspecto no significa que no pueda ser un gran líder, ya que lo que cuenta es el conjunto de cualidades que configuran un carisma especial en esa persona y resulta atractivo para los que le rodean.

Otro de los aspectos que tienen especial importancia en el desempeño de un puesto de trabajo es el **control del estrés**. Los actuales ritmos de vida obligan a los profesionales a trabajar bajo una presión continua, ya que las actividades deben hacerse en unos plazos establecidos, por lo que se ven obligados a asumir grandes cargas de responsabilidad. Ante esta situación es inevitable que el estrés no haga mella en el trabajador, lo que puede tener consecuencias negativas para el mismo si no consigue controlarlo. Para el control del estrés, pueden resultar útiles dos recomendaciones: en primer lugar ser consciente que se padece estrés para poder actuar sobre él y, en segundo lugar, diferenciar el estrés negativo (el provocado cuando se quiere abarcar más de lo que se puede y se tiene la sensación que todos esperan más de uno mismo), del potencialmente positivo (es decir el que nos anima a emprender nuevas actividades que requieren esfuerzo pero resultan gratificantes) (Gan y otros, 1999).

Por último, debemos hablar también de las **habilidades sociales** (alguna de las cuales ya se señalaron en el capítulo 3), que hacen referencia a la capacidad de la persona para relacionarse con sus semejantes y que podría asemejarse a lo que popularmente se conoce como "don de gentes". Si atendemos a la definición dada por Jeffrey A. Kelly, las habilidades sociales podrían definirse como conductas aprendidas que ponen en juego las personas en situaciones *interpersonales* para obtener o mantener reforzamiento del ambiente y que pueden considerarse como vías o rutas hacia los objetivos de un individuo (Kelly, 1998). No obstante, como afirma Caballo (1997) no podemos hablar de una forma de comportarse "universal" que sea socialmente correcta, ya que el grado de habilidad social con que se actúa viene determinado en muchas ocasiones por la situación. Lo que sí es evidente es que contar con un elevado grado de desarrollo de nuestras habilidades sociales, adecuando nuestro comportamiento a la situación, nos va a ayudar en gran medida no sólo en el entorno laboral, sino también en nuestra vida diaria. Y es que, de hecho, la influencia de estas habilidades abarca mucho más que el entorno de trabajo, llegando incluso a determinar el modo en que nos desenvolvemos con nuestros amigos, familiares y el resto de personas con las que nos relacionamos día a día.

Una vez que conocemos la importancia de la *Inteligencia Emocional*, el universitario puede preguntarse qué puede hacer él al respecto. Sabemos que tener estas capacidades muy desarrolladas contribuye en gran medida a nuestro éxito profesional (y personal), pero también es evidente que no todos tienen igualmente

desarrolladas estas capacidades. Y, una vez efectuado el autoanálisis por parte del universitario, no necesariamente los resultados obtenidos tienen que estar acordes con los deseados. Las preguntas que pueden surgir entonces serían del tipo: ¿Qué hacer en caso de no tener el nivel de *Inteligencia Emocional* deseado?, ¿Puede desarrollarse la *Inteligencia Emocional*? A estas preguntas daremos respuesta seguidamente.



## 5.2. Desarrollo de la *Inteligencia Emocional*.

En este apartado vamos a definir de qué modo el estudiante o titulado universitario puede favorecer su éxito profesional. No hay que confiar únicamente en la suerte a la hora de encontrar trabajo, especialmente cuando se ponen al alcance del universitario multitud de alternativas para fomentar las probabilidades de éxito.

Hemos visto la incidencia que este concepto práctico tiene en nuestro futuro profesional. La preocupación por parte del candidato puede venir del hecho de no saber si tiene un nivel suficiente de *Inteligencia Emocional*. De hecho, es indudable que algunas personas tienen más desarrolladas que otras las cualidades descritas en el anterior apartado (especialmente la autoestima, el autocontrol, la perseverancia, la empatía y la capacidad de motivar). Sin embargo, éste no debe ser motivo de especial preocupación, ya que **la *Inteligencia Emocional* puede adquirirse**. Ahí es donde entra la labor del propio estudiante, puesto que el desarrollo de la *Inteligencia Emocional* es una tarea importante, pero no fácil.

De hecho, la práctica pone de manifiesto que el aprendizaje de la *Inteligencia Emocional* debe realizarse en tres dimensiones:

- *Formación continua y permanente*: son múltiples las alternativas que se ofrecen al universitario a fin de mejorar su preparación técnica, algunos ejemplos son los cursos, seminarios, formación de postgrado, etc.

- *Inquietud intelectual*: que hace referencia a la intención de la persona por aprender más. Por mucho que se asista a cursos de formación o se participe en seminarios, si el universitario carece de motivación no podrá aprovechar los conocimientos que se ponen a su alcance. Es necesario una actitud positiva hacia el aprendizaje, como medio de alcanzar el éxito.
- *Desarrollo emocional*: este último aspecto está íntimamente relacionado con las actitudes, más que con las aptitudes. El objetivo reside en, una vez consciente el universitario de la importancia que tiene para su futuro laboral y personal contar con un adecuado nivel de *Inteligencia Emocional*, realizar un autoexamen a fin de determinar su grado de desarrollo ante las capacidades vistas en el presente apartado y emprender acciones encaminadas a mejorar en los aspectos en los que muestre más carencias.

Estos tres aspectos se resumen de la siguiente manera: **"complicarse la vida"**. Es decir, huir de lo cómodo. La Universidad ofrece múltiples posibilidades a los estudiantes, pero son ellos los que deben decidir qué hacer con su tiempo. Evidentemente, lo más fácil es limitarse a ir a clase y estudiar para los exámenes, dedicando el tiempo libre restante a actividades de ocio. Pero ya hemos visto que esta alternativa no es la más adecuada si lo que pretendemos es aspirar a un acceso conveniente al mercado laboral, evitando los problemas de desempleo, precariedad laboral o inestabilidad, tan frecuentes en los primeros años de la etapa postuniversitaria.

Para desarrollar la *Inteligencia Emocional*, ante todo uno debe autoexaminarse y descubrir cuáles son sus principales virtudes y carencias y, también, las metas a las que aspira. El conocimiento de las virtudes ayuda a potenciarlas, mientras que ser consciente de las propias limitaciones es el primer paso para superarlas. Por otra parte, saber dónde se quiere llegar es la mejor manera de comenzar a luchar para alcanzar cualquier objetivo, como puede ser el de encontrar trabajo.

Es posible que el resultado obtenido de la autoevaluación no sea del agrado del estudiante, sin embargo éste no debe ser motivo de desánimo para el mismo, ya que no está solo en esta aventura. Tanto el estudiante como el titulado universitario tienen a su alcance varias alternativas que pueden ayudarles a desarrollar sus niveles de *Inteligencia Emocional*. De hecho, en el capítulo 4, Qué está haciendo por ti la UMH, ya mostramos cómo la Universidad Miguel Hernández de Elche podía ayudar a los universitarios a superar algunas carencias con herramientas tales como la formación en búsqueda de empleo, las prácticas en empresas, etc. Pero además de esto, los universitarios cuentan con varias opciones complementarias que pueden ser igualmente válidas, lo único que se precisa es un poco de voluntad y, sobre todo, mucha motivación. Está en su mano decidir por dónde quiere empezar.

A modo de ejemplo, el Observatorio Ocupacional propone y recomienda las siguientes acciones para comenzar a desarrollar un nivel adecuado de *Inteligencia Emocional*. Estamos seguros que, conforme vayas ejercitándote en este arte, descubrirás multitud de

nuevas posibilidades y alternativas para ir cultivando tus habilidades sociales y personales:

**5.2.1. Participación en actividades promovidas por el Observatorio Ocupacional: Jornadas para el Empleo, Seminarios, Talleres, etc.**

Estas actividades tienen como objetivo desarrollar en los estudiantes unas habilidades de búsqueda de empleo. Sin embargo, en muchas ocasiones los estudiantes pueden no ser realmente conscientes de los beneficios directos que pueden obtener mediante su participación activa en ellas.

Por ejemplo, es evidente que, a medida que un demandante de empleo va haciendo entrevistas, mejora en determinados aspectos. La razón es que, a la vez que se va acostumbrando a la tensión, va conociendo los aspectos más valorados por los examinadores y detecta los puntos débiles que debe mejorar. Sin embargo, este hecho de desconocer el funcionamiento del mecanismo de las entrevistas supone en muchas ocasiones la pérdida de trabajos muy interesantes.

A fin de evitar que situaciones como éstas deriven en pérdidas de oportunidades, las jornadas, seminarios y actividades similares organizadas por el Observatorio Ocupacional proporcionan al estudiante los conocimientos necesarios para desenvolverse con éxito en el mercado laboral. Para ello, se cuenta con la opinión y participación de expertos en temas como la búsqueda activa de empleo, la *Inteligencia Emocional*, el autoempleo, etc.



### **5.2.2. Búsqueda y realización de prácticas (Programa 1:1).**

Es una opción muy interesante que se ofrece a los estudiantes de la UMH que pueden realizar prácticas. Ya vimos que para hacer prácticas es necesario haber superado el 50% de los créditos o estudiar un Segundo Ciclo o Doctorado. Una vez inscrito en la bolsa de prácticas del Observatorio Ocupacional, las posibilidades que tiene el estudiante son dos:

- a) Esperar a que el Observatorio Ocupacional contacte con él para informarle de la existencia de una práctica o, lo que es lo mismo, adoptar una actitud pasiva.
- b) Intentar conseguir él mismo su propia práctica, ofreciendo esta posibilidad a las empresas y/o instituciones que le interesen (Programa 1:1, 1 estudiante: 1 práctica).

Además de las evidentes ventajas que la realización de prácticas en empresas o instituciones reporta a los estudiantes y que ya se comentaron en el capítulo 4 (Qué está haciendo por ti la UMH), el hecho que sea el propio estudiante el que busque su práctica tiene unos beneficios adicionales en lo que se refiere al desarrollo de habilidades interpersonales.

De hecho, el estudiante que busca su propia práctica adquiere por sí mismo una experiencia en entrevistas que le sirve de

entrenamiento para la posterior búsqueda de empleo, ya que los procedimientos utilizados para conseguir una práctica y un empleo son muy similares. Al mismo tiempo, permite al estudiante seleccionar aquellas empresas en las que le gustaría hacer prácticas, bien por proximidad a su lugar de residencia, por las actividades que lleva a cabo, su prestigio internacional, etc.

Por otra parte, el Observatorio Ocupacional tiene a disposición de los estudiantes de la UMH las herramientas necesarias para conseguir realizar prácticas en la empresa o institución que ellos hayan elegido.

### **5.2.3. Desarrollo de habilidades mediante iniciativas personales.**

Las habilidades interpersonales pueden desarrollarse a través de la realización de muchas actividades que están al alcance del estudiante, pero que casi nunca se aprovechan por falta de iniciativa. En la mayoría de ocasiones no somos conscientes de lo que estas actividades no académicas pueden suponer para la adquisición de muchas habilidades, muy útiles después en un puesto de trabajo. A modo de ejemplo, la posibilidad de desempeñar durante el periodo de estudios un cargo como el de Delegado de Curso, permite al estudiante acostumbrarse a ejercer aspectos como: la asunción de responsabilidades, hablar en público, liderar grupos, comunicarse, etc.

Otras alternativas válidas para adquirir y mejorar tus habilidades sociales son, por ejemplo, la exposición voluntaria de

trabajos en clase (que puede colaborar en gran medida a superar el miedo a hablar en público); la pertenencia a asociaciones culturales u ONGs (que es una forma de identificarse con los objetivos de una organización); el voluntariado (que fomenta en los estudiantes la programación del tiempo disponible y la solidaridad), la participación en el Club de Emprendedores Universitarios de la UMH (que desarrolla las habilidades básicas necesarias para poner en funcionamiento una empresa y hacer que funcione), etc.



## **6. CONCLUSIÓN**



## 6. CONCLUSIÓN.

Para terminar nuestra aportación, llega el momento de las reflexiones finales. Como hemos podido ver a lo largo de este estudio, existe un número importante de empresas que realizan actualmente una demanda efectiva de personal cualificado. Prueba de ello, es la organización de eventos como el Foro de Empleo. Por tanto, los estudiantes y titulados universitarios deben partir de antemano considerando que, contrariamente a lo que en ocasiones se ha escuchado por parte de universitarios desanimados, el mercado de trabajo sí puede absorberles.

Evidentemente, algunas titulaciones universitarias gozan de mayor demanda por parte de las empresas. Así, hemos visto el auge que han adquirido en la economía las nuevas tecnologías, lo que se traduce en una importante demanda de perfiles técnicos tales como ingenieros en telecomunicaciones, industriales o informáticos. Pero también hemos podido comprobar como existe una demanda efectiva por parte de las empresas de otras titulaciones, no tan técnicas pero igualmente útiles para el logro de sus objetivos. Por tanto, la principal conclusión que debe extraer el universitario es la necesidad de huir de convencionalismos como el pensar que encontrar trabajo es difícil y, en lugar de ello, evolucionar hacia una actitud más activa enriqueciendo continuamente su perfil.

Los cambios en la evolución del mercado han generado una situación en la que las empresas se ven obligadas, por un lado, a

demandar un rendimiento excelente de sus recursos humanos, a fin de hacer frente a la competencia a la que se enfrentan. Por otra parte, estas empresas encuentran, además, una situación propicia por parte del mercado de trabajo, ya que la oferta de titulados es muy variada y competitiva, lo que les ofrece la posibilidad de ser exigentes en sus procesos de selección.

Estas dos circunstancias conjuntamente consideradas, han llevado a la búsqueda en los candidatos de un valor añadido que se materialice en unas actitudes hacia los demás y hacia uno mismo, apropiadas para alcanzar los objetivos empresariales. Este hecho obliga al estudiante a no confiarse y a prepararse, no sólo en el aspecto meramente académico, sino que además se le exige un esfuerzo adicional en el desarrollo de otras cualidades y habilidades no académicas que han adquirido mucha importancia en los últimos años.

Por tanto, una de las principales consecuencias que pueden extraerse de nuestro estudio es que, contrariamente a lo que se ha venido creyendo hasta ahora, la preparación para la búsqueda de un puesto de trabajo no debe iniciarse una vez finalizada la titulación. El momento idóneo para ello es el periodo universitario, puesto que el aprendizaje de habilidades y actitudes como el trabajo en equipo, la iniciativa, la creatividad, la inquietud intelectual, etc. puede hacerse de modo simultáneo al estudio sin suponer demasiado esfuerzo para el estudiante y, lo que es aún más importante, constituyendo un ahorro considerable de tiempo. Por otra parte, esta preparación posibilita que el estudiante se acostumbre mucho antes a la asunción de responsabilidades, evitando así la separación drástica entre el



periodo académico, mucho más relajado, y el profesional, que está sujeto a muchas más normas y formalidades.

En la consecución de un puesto de trabajo, conocer el funcionamiento del mercado laboral, así como sus principales tendencias, supone una ayuda considerable para el estudiante. Aun así, queda claro que es el estudiante el que tiene la llave de su formación. De esta manera, la actitud que éste muestre hacia su preparación profesional, limitándola al estudio de su titulación o bien ampliando sus conocimientos y habilidades de forma continua, determinará en gran medida el éxito que obtenga.

Lo que hemos buscado por medio de este estudio es fomentar entre los estudiantes y titulados, profesionales cualificados potenciales y reales, la evidencia que el éxito profesional en gran medida depende de uno mismo. Asimismo, hemos pretendido dar a conocer algunas de las herramientas que el estudiante tiene a su alcance, muchas de ellas ofrecidas por la propia Universidad, y que en muchas ocasiones no aprovecha lo suficientemente, bien por no imaginar el alcance que pueden tener en su futuro profesional o por desconocer su existencia o valía concreta.

Una reflexión final que podemos obtener de este trabajo, es que a pesar de lo que se piensa en muchas ocasiones, no existe limitación en cuanto al número de puestos de trabajo. Sabemos que el mercado de trabajo es muy dinámico y que los recursos humanos se han convertido en el principal factor diferenciador de las empresas. Por esta razón, no es de extrañar que este factor sea capaz de generar trabajo por sí mismo.



De hecho, las personas que son capaces de crear valor y riqueza siempre son bienvenidas en cualquier organización, ya que rentabilizan con creces la inversión en ellos realizada. Prueba de ello es que muchos de los estudiantes que realizan prácticas en empresas reciben una oferta laboral, aun cuando la empresa no se hubiera planteado en un principio esa opción. Pero si el estudiante consigue demostrar al empresario que es capaz de generar un valor añadido a la empresa, difícilmente éste le dejará marchar.

## **7. ANEXO**



## 7. ANEXO.

A continuación, y de modo ilustrativo, presentamos un esquema para cada caso realizado a partir de las entrevistas publicadas en ABC Nuevo Trabajo. El objetivo de este apartado es permitir al estudiante conocer las pretensiones de cada firma de un modo más personalizado y huyendo de las generalizaciones y agrupaciones que se han efectuado en el presente estudio. De este modo, los estudiantes podrán conocer qué es exactamente lo que demanda cada empresa y, en su caso, centrarse en aquellas que más le interesen.

### **EDICIÓN DE 2000**

#### **Agilent Technologies**

##### Formación demandada:

- a) Ingenieros o Licenciados en especialidades científicas que trabajen en actividades de venta y soporte y centros de I+D y fabricación.
- b) Titulados en carreras de contenido económico y personas con experiencia en administración y servicios al cliente.

Otros requisitos y actitudes:

- Flexibilidad.
- Creatividad.
- Autonomía.
- Proactividad.
- Orientación a resultados.
- Trabajo en equipo.
- Dominio del inglés.

**Airtel**

Formación demandada:

- a) Ingenieros de Telecomunicaciones.
- b) Ingenieros y Licenciados en Ciencias.

Otros requisitos y actitudes:

- Buen expediente académico.
- Dominio del inglés y ofimática.

- Orientación al cliente.
- Trabajo en equipo.
- Comunicación.
- Capacidad de aprendizaje y adaptación continua al cambio.

### **al-pi Telecomunicaciones**

#### Formación demandada:

- a) Profesionales de nuevas tecnologías, especialmente en Informática y Telecomunicaciones.
- b) Comerciales con experiencia en la venta de productos de alta tecnología.

### **Altran España**

#### Formación demandada:

- a) Ingeniero en Telecomunicaciones.
- b) Ingeniero Informático.
- c) Ingeniero Industrial.

Otros requisitos y actitudes:

- Experiencia relacionada con sus proyectos (muy valorable, pero no imprescindible).

**Amadeus**

Formación demandada:

- a) Licenciados en Tecnologías de la Información.
- b) Licenciados en Marketing y Ventas.
- c) Licenciados en Económicas o Empresariales.

Otros requisitos y actitudes:

- Dominio del inglés.
- Experiencia.
- Interés por el sector del viaje y el turismo.
- Búsqueda de proyección internacional.
- Movilidad geográfica.
- Compromiso de desarrollo.



- Capacidad de innovación.
- Autonomía en su gestión.
- Honestidad.
- Dedicación.

### **Amena**

#### Formación demandada:

Profesionales de entre 3 y 7 años de experiencia en sectores dinámicos (telecomunicaciones, consumo, servicios, banca o consultoría).

#### Otros requisitos y actitudes:

- Que hayan desarrollado proyectos multidisciplinares.
- Capacidad de innovación.
- Autonomía en su gestión.
- Honestidad.
- Dedicación.

### **Andersen Consulting (actualmente Accenture)**

Formación demandada: Titulado universitario, con o sin experiencia.

Otros requisitos y actitudes:

- Espíritu de superación.
- Ganas de aprender y de desarrollarse personal y profesionalmente.
- Capacidad de comunicación.
- Capacidad de trabajo en equipo.
- Capacidad de aprender y asumir responsabilidades.

### **Andersen (actualmente integrado en Deloitte & Touche)**

Formación demandada:

Varios perfiles. El 80% titulados superiores.

Otros requisitos y actitudes:

- Pasión por la excelencia.
- Respeto.

- Integridad.
- Profesionalidad.
- Confidencialidad.
- Trabajo en equipo.

### **Carrefour**

#### Formación demandada:

- a) Técnicos en informática, administración, control de gestión, centrales de compra, recursos humanos, etc.
- b) Responsables comerciales.
- c) Personas de plantilla base: reponedores, cajeras, etc.

### **Cepsa**

#### Formación demandada:

- a) Titulados superiores con un grado de cualificación importante.
- b) Geólogos, ingenieros de minas, economistas y abogados.

Otros requisitos y actitudes:

- Dominio de un idioma, preferible el inglés.
- Especialización: master o título de postgrado (valorable).
- Disponibilidad geográfica (valorable).
- Personalidad compatible con la cultura de la empresa.
- Capacidad de trabajar en equipo.
- Predisposición ante temas de cuidado ambiental y seguridad.

**Deutsche Bank Servicios de Consultoría e Informática**

Formación demandada:

- a) Carreras técnicas: Informática, Telecomunicaciones, Industriales.
- b) F.P. de Informática.

Otros requisitos y actitudes:

- Idiomas (valorable).

- Capacidad de trabajo en equipo.
- Flexibilidad.
- Versatilidad.
- Compromiso.
- Ganas de aprender.

### **DMR Consulting**

#### Formación demandada:

- a) Titulados en ingenierías y ciencias en general (informáticos, químicos, físicos, matemáticos, etc.).
- b) Titulados en Empresariales y Derecho.
- c) M.B.A.

#### Otros requisitos y actitudes:

- Orientación al cliente y a la empresa.

## **D.S.S.**

### Formación demandada:

Licenciados en Informática e ingenieros con especialidad que tenga que ver con la informática.

### Otros requisitos y actitudes:

- Experiencia en áreas como programación orientada a tecnologías JAVA y, en general, a Internet.
- Juventud y buena base.
- Ganas de progresar en las tecnologías de la información.

## **Ericsson**

### Formación demandada:

- a) Titulados Técnicos: ingeniero en telecomunicaciones, industriales, físicos o matemáticos.
- b) Marketing, comerciales, periodistas, diseñadores de páginas web, gestores de proyectos.

Otros requisitos y actitudes:

- Trabajo en equipo.
- Aportación de lo mejor de sus conocimientos y habilidades.
- Contribución al negocio y éxito de la compañía.

**Europcar**

Formación demandada:

- a) Titulados superiores en Empresariales, Derecho, Marketing, Filologías (inglesa, francesa y alemana), Relaciones Públicas, Ciencias de Información y Turismo.
- b) Titulados y diplomados en Informática y otras carreras técnicas.

**Endesa**

Formación demandada:

- a) Titulación superior, preferente en áreas técnicas.
- b) Profesionales medios y F.P.

Otros requisitos y actitudes:

- Alta cualificación.
- Valorable conocimientos de inglés y de los sistemas de información.
- Habilidades idóneas para el desarrollo del producto.
- Continua disposición a aprender.

**Henkel**

Formación demandada:

- a) Carreras Económicas.
- b) Ingenierías.
- c) Químicas.

Otros requisitos y actitudes:

- Conocimiento de idiomas.
- Interés por formarse y desarrollarse continuamente.



### **Hewlett - Packard**

#### Formación demandada:

- a) Ingenieros mecánicos, electrónicos y de telecomunicaciones.
- b) M.B.A.

#### Otros requisitos y actitudes:

- Con o sin experiencia, según el puesto.
- Trabajo en equipo.

### **IBM España**

#### Formación demandada:

- a) Perfiles técnicos en ramas como Matemáticas, Físicas, Económicas, Empresariales, etc.
- b) Profesionales sin formación universitaria con 2 ó 3 años de experiencia.

#### Otros requisitos y actitudes:

- Conocimientos técnicos.

- Iniciativa.
- Liderazgo.
- Creatividad.
- Capacidad de trabajar en equipo.
- Continua capacidad de aprendizaje.

### **Indra**

#### Formación demandada:

- a) Ingenieros de Telecomunicaciones.
- b) Ingenieros Industriales.
- c) Ingenieros en Informática.

#### Otros requisitos y actitudes:

- Experiencia en tecnologías de la información (2 ó 3 años).
- Flexibilidad y adaptación al cambio.
- Capacidad para trabajar en equipo.

- Habilidades comunicativas.
- Liderazgo.

### **Lucent Technologies**

Formación demandada: Ingenieros y técnicos en distintas áreas: ingenieros, informáticos, físicos, etc.

### **Metrored**

Formación demandada:

Relacionadas con el sector de las telecomunicaciones.

Otros requisitos y actitudes:

- Experiencia.
- Entusiasmo e ilusión por su trabajo.
- Capacidad de desarrollarse en el proyecto de la empresa.
- Capacidad de sacrificio.
- Que sepa trabajar en equipo.

## **Motorola**

### Formación demandada:

- a) Ingenieros de Telecomunicaciones, Licenciados en Informática o similares.
- b) (Menos demandado) Otros puestos más puntuales: ventas, marketing, logística, finanzas, recursos humanos, filólogos y Formación Profesional.

### Otros requisitos y actitudes:

- Relaciones interpersonales desarrolladas.
- Espíritu de liderazgo.
- Ambición.
- Inglés.

## **Nortel**

### Formación demandada:

- a) Ingenieros en Telecomunicaciones.
- b) Físicos.

c) Ingenieros electrónicos.

Otros requisitos y actitudes:

- Conocimientos elevados de inglés.
- Responsabilidad y autonomía.
- Capacidad de cometer errores y corregirlos.

**ONO**

Formación demandada:

- a) Lo más demandado: titulaciones de áreas técnicas (redes y sistemas sobre todo) y marketing (desarrollo de productos).
- b) Otros perfiles como economistas.

**PricewaterhouseCoopers**

Formación demandada:

- a) Ingenierías.
- b) Económicas y Empresariales.
- c) Cualquier otra titulación.

Otros requisitos y actitudes:

- Perfil intelectual adecuado a la cultura y ambición de la empresa.
- Trabajo en equipo.

**Retevisión**

Formación demandada:

- a) Carreras técnicas: ingenieros de Telecomunicaciones, Informática e Industriales.
- b) Licenciaturas relacionadas con la gestión y administración de empresas.

Otros requisitos y actitudes:

- Experiencia en el sector de las telecomunicaciones o recién licenciados.

**Robert Bosch España S.A.**

Formación demandada:

- a) Titulados en Informática, Física y otras ingenierías.

b) Titulados en Ciencias Económicas y Empresariales.

Otros requisitos y actitudes:

- Juventud.
- Buen expediente académico.
- Dominio de idiomas: inglés y alemán.
- Identificación y compromiso con la empresa.
- Creatividad.
- Flexibilidad.
- Orientación a objetivos.

**Siebel**

Formación demandada:

- a) Licenciados superiores con experiencia en ciertas áreas.
- b) Informáticos.

Otros requisitos y actitudes:

- Experiencia (imprescindible).
- Alto nivel profesional.

**Soluziona**

Formación demandada:

Ingenieros, informáticos, matemáticos, químicos y físicos.

Otros requisitos y actitudes:

- Buen expediente académico.
- Potencial, talento y vocación de crecer con la empresa.

**Telefónica Data**

Formación demandada:

- a) Telecomunicaciones, Informática.
- b) Empresariales o Económicas.



## **EDICIÓN DE 2001**

### **Accenture**

#### Formación demandada:

Titulación superior, preferible ingeniería o licenciatura técnica.

#### Otros requisitos y actitudes:

- Espíritu de superación.
- Ganas de aprender.
- Ganas de desarrollarse personal y profesionalmente.
- Capacidad de comunicación.
- Capacidad de aprender.
- Capacidad de asumir responsabilidades.

## **Alma Technologies**

### Formación demandada:

Titulaciones técnicas dentro del sector de nuevas tecnologías:

- a) Ingenieros de Telecomunicaciones.
- b) Ingenieros informáticos.
- c) Desarrolladores.
- d) Técnicos de Sistemas.
- e) Administradores de redes, etc.

## **Altran**

### Formación demandada:

- a) Ingenieros en cualquier especialidad.
- b) Licenciaturas técnicas: físicas, matemáticas, etc.
- c) Economistas o licenciados en empresariales.

Otros requisitos y actitudes:

- Vocación de gestión y formación complementaria.
- Personalidad.

**Amena**

Formación demandada:

- a) Ingeniería de Telecomunicaciones.
- b) Ingeniería Informática.
- c) Ingeniería Industrial.
- d) Licenciados en Económicas y Empresariales.
- e) Licenciados en Recursos Humanos.
- f) Licenciados en Marketing.
- g) Licenciados en Estadística.

Otros requisitos y actitudes:

- Experiencia de entre 3 y 6 años en entornos laborales muy dinámicos.

- Experiencia en trabajos multidisciplinares.

**Andersen (actualmente integrado en Deloitte & Touche)**

Formación demandada:

- a) Área de Económicas: ADE, empresariales, etc.
- b) Área de Ingenierías: Telecomunicaciones, Informática, Industrial, Caminos, etc.
- c) Área Jurídica.

Otros requisitos y actitudes:

- Conocimientos altos de inglés.
- Amplia formación y cultura general.
- Actitud de aprendizaje continuo.
- Motivación profesional.
- Capacidad de integración en equipo humano.
- Flexibilidad y buena disposición para el cambio.
- Potencial de crecimiento personal y profesional.

- Madurez.
- Responsabilidad.

### **Carrefour**

#### Formación demandada:

- a) Económicas y empresariales: las más buscadas.
- b) Otras titulaciones: Diplomatura en Óptica, Técnico en Actividades Turísticas, etc.

#### Otros requisitos y actitudes:

- Clara orientación comercial.
- Asunción de responsabilidades.
- Capacidad para trabajar en equipo.

### **Deloitte & Touche**

#### Otros requisitos y actitudes:

- Educación.
- Trayectoria profesional exquisita.

- Excelente nivel de inglés.
- Capacidad de adaptación a la cultura empresarial.
- Orientación al cliente.
- Capacidad de comunicación.
- Capacidad de trabajo en equipo.
- Mentalidad abierta para adaptarse a entornos cambiantes.
- Integridad.
- Apoyo mutuo.

### **DMR Consulting**

#### Formación demandada:

- a) Ingenierías Superiores, con vocación tecnológica.
- b) Licenciados en Ciencias, con vocación tecnológica.

#### Otros requisitos y actitudes:

- Experiencia valorable.

- Capacidad de trabajo en equipo.
- Honestidad.
- Sinceridad.
- Idiomas valorable.
- Formación adicional y becas valorable.

### **Fundación Catalana para la Investigación**

Todos los perfiles son válidos.

### **Grupo Ferroviario**

#### Formación demandada:

- a) Ingeniero de Caminos, Canales y Puertos.
- b) Arquitectura Superior y Técnica.
- c) Ingeniería Industrial.
- d) Licenciatura en Derecho.
- e) Licenciatura en ADE.

Otros requisitos y actitudes:

- Emprendedor, iniciativa.
- Capacidad de trabajo.
- Capacidad de asunción de nuevos proyectos y responsabilidades.
- Flexibilidad.
- Ganas de mejorar.
- Mentalidad y actitud positiva.

**Grupo VIPS**

Formación demandada:

Cualquier diplomatura o licenciatura.

Otros requisitos y actitudes:

- Motivación hacia el sector.
- Interés por la gestión de equipos humanos.
- Interés por la gestión de cuentas de resultados.



## **INDRA**

### Formación demandada:

- a) Ingenierías: Telecomunicaciones, Industriales, Aeronáutica.
- b) Ciencias: Matemáticas, Físicas, Informática.

### Otros requisitos y actitudes:

- Creatividad.
- Enfoque al cliente.
- Capacidad de análisis.
- Adaptación a diferentes situaciones.

## **Vodafone**

### Formación demandada:

- a) Ingeniería en Telecomunicaciones.
- b) Ingenieros o Licenciados en Ciencias.
- c) Técnicos de FP: comercial, electrónica, telecomunicaciones, etc.

d) Cualquier otro perfil sobresaliente.

Otros requisitos y actitudes:

- Buen expediente académico.
- Dominio de inglés.
- Dominio de ofimática.
- Orientación al cliente.
- Capacidad de trabajo en equipo.
- Capacidad de comunicación.
- Capacidad de aprendizaje.
- Capacidad de adaptación al cambio.

**Salesland**

Formación demandada:

- a) Licenciado en Económicas.
- b) Licenciado en Empresariales.

c) Licenciado en Derecho.

Otros requisitos y actitudes:

- Ganas de iniciar o continuar una carrera.

**Redes de Fuerzas de Ventas**

Formación demandada:

- a) Licenciados y Diplomados.
- b) Formación media.
- c) Estudiantes en prácticas.

Otros requisitos y actitudes:

- Actitud.
- Aptitud.
- Creatividad.
- Adaptabilidad.

## **PricewaterhouseCoopers Consulting**

### Formación demandada:

Titulados superiores (60% ingenierías).

### Otros requisitos y actitudes:

- Creatividad.
- Capacidad de pensar y llevar a cabo ideas innovadoras.
- Inteligencia.
- Intuición.
- Flexibilidad.
- Capacidad de trabajo en equipo.
- Alto nivel de inglés.
- Atracción por los retos y nuevas tecnologías.
- Capacidad de aprendizaje.
- Disponibilidad para viajar.
- Capacidad para trabajar en entornos internacionales.

## **Lilly**

### Formación demandada:

Licenciados superiores:

- a) Derecho, Económicas y Empresariales.
- b) Ciencias: Farmacia, Químicas, etc.
- c) Medicina, Ingeniería, Filología, Sociología, etc.

### Otros requisitos y actitudes:

- Formación.
- Ambición profesional.

## **EDICIÓN DE 2002**

### **Air Nostrum**

#### Otros requisitos y actitudes:

- Juventud.
- Flexibilidad.
- Capacitación.
- Orientación al cliente y al servicio de calidad.

### **Bureau Veritas**

#### Formación demandada:

- a) Carreras técnicas: ingenieros de caminos, navales, industriales, arquitectos, etc.
- b) Licenciaturas con formación específica en calidad, prevención de riesgos laborales, medio ambiente, agroalimentación, etc.

#### Otros requisitos y actitudes:

- Compartir valores de la empresa.

- Motivación.
- Interés por su desarrollo profesional.
- Orientación al cliente.
- Ética.
- Independencia.
- Respeto.
- Responsabilidad social y medioambiental.
- Trabajo en equipo.
- Transparencia.
- Espíritu emprendedor.

### **Carrefour**

#### Otros requisitos y actitudes:

- Buena formación de base.
- Orientación comercial y al cliente.
- Capacidad de asunción de responsabilidades.

- Capacidad para trabajar en equipo.

### **Cepsa**

#### Formación demandada:

- a) Ingenieros superiores.
- b) Ingenieros técnicos.
- c) Licenciados y diplomados en el área de Economía, Empresariales, Administración y Dirección de Empresas, Químicas, etc.

#### Otros requisitos y actitudes:

- Alto nivel de inglés.
- Movilidad geográfica.
- Motivación por el sector.
- Capacidad para el trabajo en equipo.
- Orientación al compromiso y a resultados.



## **Deloitte & Touche**

### Formación demandada:

- a) ADE.
- b) Ingenierías: Telecomunicaciones, Industrial, Caminos, etc.
- c) Titulaciones relacionadas con el área jurídica.

### Otros requisitos y actitudes:

- Excelente nivel de inglés.
- Capacidad de comunicación.
- Capacidad de trabajo en equipo.
- Capacidad de adaptación a entornos cambiantes.
- Motivación.
- Iniciativa.
- Capacidad de crecer continuamente.

## **DMR**

### Formación demandada:

Titulados en:

- a) Ingeniería: Informática, Telecomunicaciones, Industrial.
- b) Ciencias: Físicas, Matemáticas, etc.

### Otros requisitos y actitudes:

- Capacidad de colaborar en un proyecto común.
- Honestidad.
- Sinceridad.
- Idiomas (valorable).
- Becas (valorable).
- Formación adicional y cursos de posgrado (valorable).

## **GRUPO REGIO TASK FORCE**

### Otros requisitos y actitudes:

- Disfrutar conociendo otras personas.

- Preferir el espacio al despacho.
- Ambición.

### **Grupo Troa**

#### Formación demandada:

Formación universitaria sólida.

#### Otros requisitos y actitudes:

- Experiencia en puestos similares.
- Compromiso.
- Iniciativa.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Nivel cultural alto.
- Orientación hacia las personas y resultados.



## **8. BIBLIOGRAFÍA**



## 8. BIBLIOGRAFÍA.

- ABC Nuevo Trabajo, 19 de noviembre de 2000.
- ABC Nuevo Trabajo, 26 de noviembre de 2000.
- ABC Nuevo Trabajo, 25 de enero de 2001.
- ABC Nuevo Trabajo, 28 de enero de 2001.
- ABC Nuevo Trabajo, 9 de septiembre de 2001.
- ABC Nuevo Trabajo, 30 de septiembre de 2001.
- ABC Nuevo Trabajo, 7 de octubre de 2001.
- ABC Nuevo Trabajo, 18 de noviembre de 2001.
- ABC Nuevo Trabajo, 24 de noviembre de 2002.
- ABC Nuevo Trabajo, 15 de diciembre de 2002.
- Borrell, F. (1996): "Cómo trabajar en equipo y relacionarse eficazmente entre jefes y compañeros". Ediciones Gestión 2000, Barcelona.

- Boyett, J. y Boyett, J. (1999): "Lo Mejor de los Gurús". Ediciones Gestión 2000, Barcelona.
- Branden, N. (1999): "La autoestima en el trabajo. Cómo construyen empresas fuertes las personas que confían en sí mismas". Paidós Ibérica, Barcelona.
- Caballo, V.E. (1997): "Manual de evaluación y entrenamiento de las habilidades sociales". Siglo XXI de España Editores, Madrid.
- Círculo de Progreso (2000): Informe Infoempleo. Círculo de Progreso, Madrid.
- Club Gestión de Calidad (1998): "Mejora en la formación universitaria: sugerencias desde la empresa". Ed. CGC, Madrid.
- Colegio Oficial y Asociación Española de Ingenieros de Telecomunicación (2003): "Síntesis del estudio sobre el empleo de los ingenieros de Telecomunicación año 2002".
- Covey, S.R. (1997): "Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva". Paidós Ibérica, Barcelona.
- El País, 28 de enero de 2001.
- El País, 5 de febrero de 2001.



- El País, 8 de julio de 2001.
- Fundación Universidad-Empresa (2000): "Guía de las empresas que ofrecen empleo". Ed. FUE, Madrid.
- Gan, F. y otros (1999): "Cómo tener el futuro en tus manos. 88 habilidades claves para tu futuro personal y profesional". Apóstrofe Autoayuda, Barcelona.
- Gardner, H. (1983): "Frames of Mind: The theory of multiple intelligences". BasicBooks, Nueva York.
- Gardner, H. (1991): "Multiple Intelligences: The theory in practice". BasicBooks, Nueva York.
- Gil'Adí, D. (2000): "Inteligencia emocional en práctica. Manual para el éxito personal y organizacional". McGrall-Hill, Venezuela.
- Goleman, D. (1996): "Inteligencia Emocional". Kairós, Barcelona.
- Goleman, D. (1999): "La Práctica de la Inteligencia Emocional". Kairós, Barcelona.
- Kelly, J.A. (1998): "Entrenamiento de las habilidades sociales". Desclée De Brouwer. Biblioteca de Psicología, Bilbao.

- Leeds, D. (1998): "Usted puede conseguir el trabajo que merece". Ediciones B Argentina, Buenos Aires.
- Mora, J.G. (2000). Informe sobre universitarios y empleo. Universidad de Valencia, Valencia.
- Nieto del Mármol, S. (1999): "Cómo ascender en la empresa. Las leyes no escritas del triunfo profesional". Colección Emprendedores. Temas de hoy, Madrid.
- Piccardo, N. (1992): "Cómo conseguir el éxito profesional". Editorial De Vecchi, Barcelona.
- Podesta, C. Y Gatz, J. (1999): "Guía para triunfar en el mercado de trabajo". Ediciones Urano. Barcelona.
- Polivalencia. Universidad Politécnica de Valencia. Abril 2001.
- Puchol, L. (1993): "La venta de \$í mi\$mo". Esic Editorial, Madrid.
- Schulze, S. (1998): "Mi nuevo puesto de trabajo. Consejos para una incorporación con éxito al nuevo puesto de trabajo". Drac, Madrid.
- Segovia, M. y Pérez, J. (2000): Estudio socioprofesional sobre el ingeniero de telecomunicación. El ingeniero del

siglo XXI (PESIT V). Colegio Oficial y Asociación Española de Ingenieros de Telecomunicación.

- Tye, J. (1999): "1.001 ideas para triunfar en su carrera". Ediciones Gestión 2000, Barcelona.
- Universidad Miguel Hernández de Elche (1998): "¿Qué debes saber para buscar trabajo?". Ed. Universidad Miguel Hernández de Elche, Alicante.
- Universidad Miguel Hernández de Elche (2000): "¿Qué debes saber para mejorar tu *"empleabilidad"*?". Ed. Universidad Miguel Hernández de Elche, Alicante.
- [www.coit.org](http://www.coit.org)
- [www.expansionyempleo.com](http://www.expansionyempleo.com)
- [www.guiempleocv.com](http://www.guiempleocv.com)





