

CATALUNYA



OPINIÓN

Víctor Carulla

Los directivos que vienen

La revista *Harvard Business Review* ha publicado recientemente la clasificación de los 100 mejores directivos del mundo, liderada por Pablo Isla, presidente de Inditex. A pesar de las limitaciones de cualquier clasificación, hay varios aspectos de interés. Una cuarta parte de las empresas del ranking pertenecen al sector tecnológico y un tercio de los directivos son ingenieros, que han hecho carrera dentro de sus empresas hasta llegar a dirigirlas (llevan una media de 16 años en ellas y alcanzaron la dirección a una edad relativamente temprana: 44 años de media).

Estos directivos son los representantes de una nueva generación de dirigentes que están llevando a sus compañías a unos niveles de ingresos y dominio del mercado notablemente altos. Pero, ¿qué diferencia a esta nueva oleada de directivos modernos?

Antiguamente, las cúpulas de las empresas estaban dominadas por un estilo de dirección tradicional, basado en un modelo autoritario y jerárquico; en cambio, hoy, se abre paso un nuevo estilo de directivo mucho más flexible y colaborativo, que presenta un equilibrio óptimo entre las habilidades denominadas *hard* o duras –competencias técnicas– y las habilidades *soft* o blandas –que se adquieren mediante la experiencia y las relaciones interpersonales–.

Las empresas buscan directivos con habilidades de liderazgo y trato colaborativo

Estos nuevos directivos tienen, también, un componente de liderazgo colaborativo. Son profesionales que saben motivar a sus equipos y que ayudan a las personas de su entorno a sentirse más libres a la hora de iniciar nuevos retos, con capacidad de asumir riesgos por probar y experimentar y aceptando que existe margen para el error, como algo necesario e inevitable para alcanzar el éxito.

La humildad, frente a la soberbia, acaba ganando a largo plazo. El reconocimiento a la labor de un equipo y no únicamente de su líder hace que se reduzca, incluso desaparezca, la sensación de frustración que antiguamente tenían muchos profesionales, encorsetados en estructuras piramidales y cerradas y con temor a sus superiores.

Así, las empresas, cada vez más, requieren este nuevo tipo de directivos, no sólo con altas competencias técnicas, sino también con habilidades enfocadas al liderazgo y al trato colaborativo de los equipos. Solo así se logra sacar el máximo partido de todos los profesionales en una empresa, mantener su motivación y elevar las posibilidades de progreso.

'Managing partner' de Headway Executive Search.

CON ÉNFASIS



JOAN FONT Y EL ÉXITO DE BON PREU

A pesar de la disputa accionarial con su hermano, el presidente del grupo ha logrado afianzar el éxito del modelo comercial de la cadena de supermercados, que ahora entra en la venta por Internet. En el último ejercicio, su facturación creció un 13%, hasta 1.350 millones de euros.

LÍDERES EN LA WEB

Tragaluz, Esteve y Espuña, foco de atención

Las negociaciones de Miura para entrar en el capital de En Compañía de Lobos y de algunos restaurantes del denominado grupo Tragaluz –los que son propiedad de Rosa María Esteve no entrarían en la operación– han centrado esta semana la atención de los lectores de la página web de EXPANSIÓN Catalunya. El segundo tema más leído ha sido la decisión de Esteve de analizar una venta total o parcial de su negocio de genéricos, seguido del relevo generacional en la cárnica Espuña.

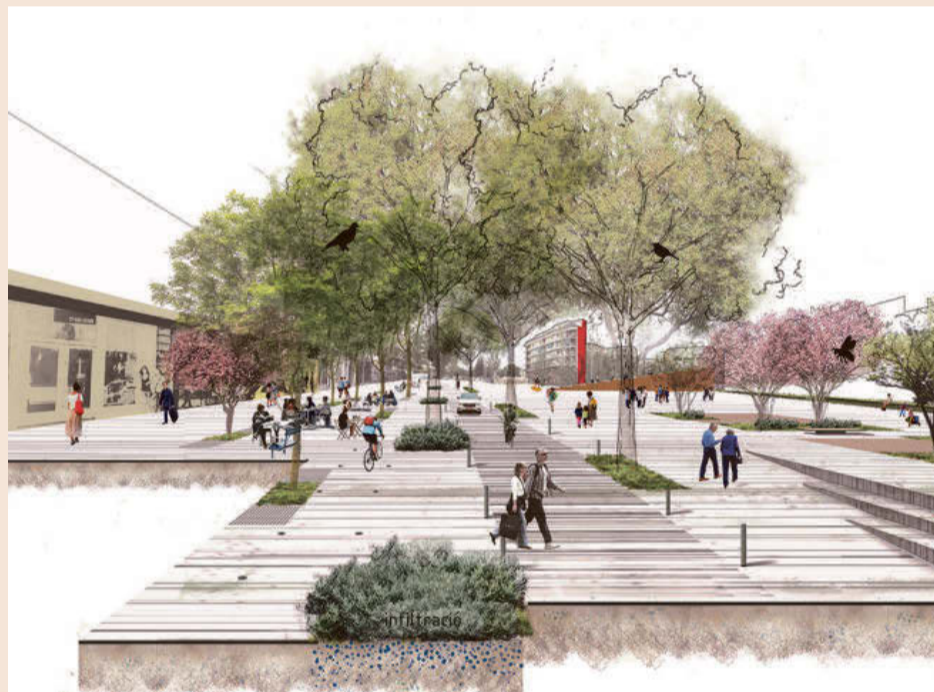
Otros temas destacados de la semana han sido los planes de crecimiento de Neoelectra, la compra de las nuevas oficinas de McCann en el 22@ por parte del fondo Rockspring y la jornada sobre el futuro de la investigación biomédica organizada por este diario con BBVA. Cierran el *top 10* semanal la venta de GIS Trade Center, la conferencia de Manuel Valls en el Círculo Ecuéstre, la feria Expohogar y la devolución acelerada de deuda de la Agencia Catalana de l'Aigua (ACA).

LOS TEMAS MÁS LEÍDOS ESTA SEMANA EN EXPANSIÓN.COM/CATALUNYA

- 1 El grupo Tragaluz negocia dar entrada a Miura
- 2 Esteve busca socios para su negocio de medicamentos genéricos
- 3 Espuña entra en platos preparados y culmina el relevo generacional
- 4 Neoelectra crece un 10% y aspira a facturar 500 millones en 2020
- 5 Rockspring compra la sede de McCann en el distrito 22@
- 6 Jornada de investigación biomédica con Ysios, Uriach, Minoryx y HealthEquity
- 7 Aeroports de París compra GIS Trade Center
- 8 Manuel Valls se gana al Círculo Ecuéstre
- 9 Expohogar regresa a la capital catalana con más marketing digital
- 10 La ACA devolverá 101 millones a la banca este año al no poder invertir

Fuente: Elaboración propia

LA FOTO



REMODELACIÓN INTEGRAL DE LA RAMBLA DEL CARMEL

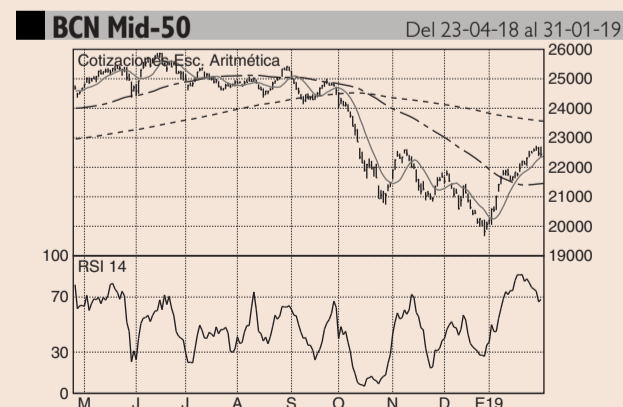
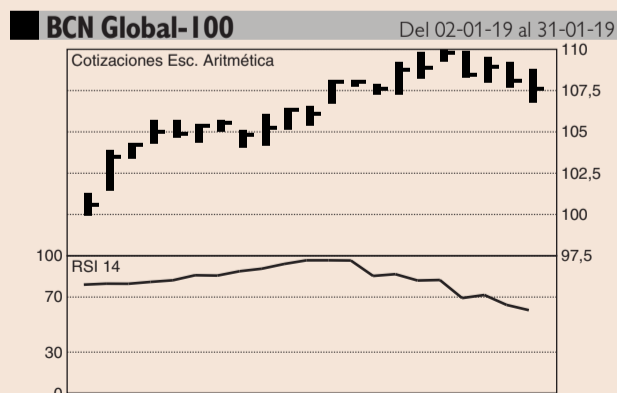
La unión temporal de empresas (UTE) integrada por la ingeniería Esteyco, el arquitecto Josep Ferrando y la firma ETF ha ganado el concurso convocado por el Ayuntamiento de Barcelona para la remodelación de la Rambla del Carmel, en el distrito de Horta-Guinardó. El objetivo del proyecto urbanístico, que abarca una superficie de casi 72.500 metros cuadrados, es convertir esta vía en una auténtica rambla que conecte el Carmel, la Font de Fargues y Horta, configurando la zona en torno a cinco espacios diferenciados: jardín, plaza, mercado, arena y colina.

DETRÁS DE

Catalunya supera a Madrid en gasto en ropa

Según un informe de EAE Business School, Catalunya es la comunidad autónoma con un mayor volumen de gasto en ropa en términos absolutos. La cifra fue el año pasado de 5.878,4 millones de euros, sensiblemente por encima de Madrid, que alcanzó 4.438,7 millones de euros. Entre las dos comunidades se situó Andalucía, con 5.641,7 millones de euros. Según el informe, cada español gastó de media 429,3 euros en 2018; si se incluye el calzado, la cifra sube hasta 565,7 euros. Las marcas de moda con más ventas en España son Zara, Mango y Bershka.

ASÍ VAN LOS MERCADOS DE BARCELONA



CATALUNYA

expansioncat@expansion.com

REDACCIÓN: Martí Saballs (director adjunto); José Orihuel (redactor jefe); Sergi Saborit (jefe de sección); Marisa Anglés, David Casals, Eric Galián, Gabriel Trindade y Artur Zanón.

PUBLICIDAD: Daniel Choucha (Jefe Área Publicidad Expansión Barcelona) y Albert Borràs. Teléfono: 93 496 24 22 / 93 496 24 07

Passeig de Gràcia, 11, escalera A, 5ª planta
08007 Barcelona
Teléfono: 93 496 24 00
Fax: 93 496 24 05