

## AGRICULTURA POLÉMICA



Varios restaurantes de Lleida ya optan por usar botellas etiquetadas en lugar de aceiteras.

## La retirada del veto a las aceiteras genera discordia

Los productores de aceite critican a Bruselas por ceder ante los grupos de presión || Los hosteleros aplauden el aplazamiento

A. BATLLE

LLEIDA | La Comisión Europea (CE) anunció el jueves la retirada de su plan para prohibir el uso de aceiteras rellenables en los bares y restaurantes europeos en una decisión que se achacó a las presiones que el Ejecutivo europeo recibió por los países del norte de continente —especialmente de Alemania y Reino Unido—, contrarios a la iniciativa, impulsada ya hace años por los principales productores, todos ellos países del sur: España, Italia, Portugal y Grecia.

El anuncio —según el comisario europeo de Agricultura, Dacian Ciolos, solo es un aplazamiento— cayó como una jarra de agua fría entre los productores de aceite de Lleida, que reclamaban desde hace tiempo el veto a las aceiteras rellenables para que dejaran paso a unos envases de un solo uso en los que, además, se reflejara el origen y la calidad del aceite.

Organizaciones como Unió de Pagesos, la Federació de Cooperatives Agràries de Catalunya o la Denominación de Origen Les Garrigues coincidieron en lamentar la decisión y la consideraron “difícil de entender”, puesto que con ella, Bruselas “cede” a la presión de grupos de presión que apuestan por el consumo de un aceite de menos calidad, y por lo tanto más perjudicial para la salud del consumidor; y además no suponía un gasto demasiado elevado por el embotellamiento.

Frente a estas opiniones, los hosteleros leridanos tienen que claro la retirada del veto a las aceiteras —debía implantarse el



Los productores exigen potenciar aceites de máxima calidad.

## LA CLAVE

**La medida retirada.** Bruselas anunció el jueves que no prohibirá el uso de aceiteras rellenables. Sin embargo, hasta entonces había defendido que a partir del 1 de enero de 2014 estos envases debían ser sustituidos por botellas de aceite etiquetadas en las que figurara el origen del producto y también su variedad, con lo que se pretendía defender al consumidor final de posibles engaños. Los críticos con la Comisión Europea señalan que el anuncio de esta semana se debe a las presiones recibidas, paradójicamente, de países que no consumen aceite de oliva, como Alemania e Inglaterra.

próximo 1 de enero— no es una medida negativa, puesto que no poder rellenar estos envases “encarece el producto” y conlleva la desaparición de un “icono”,

## “UN ICONO”

Los hosteleros dicen que el uso de las aceiteras no implica que el aceite que sirvan sea de mala calidad

y además esto no implica que no se pueda apostar por un aceite de calidad”, según argumentó Ramon Solsona, gerente de la Federació d’Hostaleria de Lleida.

Solsona, además, recordó que ya hay bares y restaurantes que han retirado las aceiteras rellenables de forma “voluntaria”, por lo que señaló que quizá, antes de crear “tanta normativa”, sería positivo que cada establecimiento aplicara su criterio.

## LIDERATGE

MANUEL MIGUEL HERNÁNDEZ.\*



## Encontrar trabajo en 2014

Liderar la propia vida es la primera responsabilidad del líder. Y, en la vida, encontrar trabajo/mejorar la carrera profesional es una de las 2 o 3 actividades más importantes de todas. Anticiparse al futuro, planificar, prepararse por anticipado, ha sido siempre, y lo seguirá siendo, uno de los requisitos del éxito, y también se aplica en este caso.

Las herramientas que utilizaremos próximamente en esta tarea ya se están utilizando en otros países (en EEUU sobre todo) y otras están en versión *beta* y se harán populares en poco tiempo. Os voy a describir 2 tendencias de éxito en la utilización de estas herramientas, para que las tengáis en cuenta en la planificación de vuestra carrera profesional.

- *Networking*. Se perfila como fundamental. El 80% de las personas están encontrando o cambiando de trabajo mediante sus contactos. Solo el 20% lo consigue a través de los portales de empleo. Las redes sociales (LinkedIn, Twitter, Facebook, YouTube, Pinterest, etc.) son básicas. Nos proporcionan nuevos contactos y hacen nuestra base de conocimiento más amplia. Seamos conscientes de que la estrategia que usamos en la búsqueda (¡y en el mantenimiento!) de los contactos es fundamental para nuestro futuro profesional.

Tampoco olvidemos que no basta con tener una dirección y una foto de un contacto en nuestro ordenador o en la nube. Hay que conocerse, tratarse, para generar confianza mutua. Tienen que existir relaciones personales con los contactos por detrás de la pantalla. Relaciones presenciales, si se puede, y, si no, pues vía Skype, telefónicas, etc.

¡Es imprescindible! Sin relaciones personales, tener contactos en las redes sociales no sirve para nada. Os recomiendo que os leáis el libro *Nunca comas solo*, de Keith Ferrazzi, si queréis seguir una estrategia de éxito en este campo.

Pero ojo, no nos tenemos

que meter en todas las redes sociales. Es imposible, por falta de tiempo. No tendríamos efectividad, pues nuestra “masa crítica” sería demasiado pequeña en todas ellas y no seríamos efectivos en ninguna. Hay que seleccionar 2 o 3, (¡4 como máximo!) que se adapten mejor a nuestra estrategia y apostar fuerte por ellas, con dedicación de tiempo y recursos. Así podremos ser “visibles” y obtendremos la efectividad que buscamos.

- ¡Adiós al CV tradicional! El típico CV que conocemos todos ya no es usado por la mayoría de grandes compañías (en España tampoco). Es verdad que en España y, especialmente en Cataluña, hay muchas micropymes (en Ca-

*Sin relaciones personales, tener contactos en las redes no sirve para nada*

taña el 95% de las empresas) y esta tendencia aún no está muy arraigada en ellas, pero el futuro irá avanzando en esta dirección, que marcan las grandes compañías.

El CV de ahora es “lo que hay sobre ti en la red”. Alguien dijo, hace ya tiempo, que “si no sales en Google, no existes” y se está avanzando rápidamente en esa dirección.

Los reclutadores 2.0 usan herramientas avanzadas de selección de candidatos (la más conocida y utilizada es LinkedIn, pero existen otras, muy potentes y más específicas para los reclutadores), que les permiten “observar” al/la candidato/a en la red. Valoran cómo le ven terceras personas: jefes, colegas, clientes, proveedores, partners, etc. También evalúan sus habilidades y aptitudes: creatividad, calidad de los contenidos que publican, validaciones de su perfil, grupos en que participan, intereses, etc.

El futuro está lleno de oportunidades. Anticípate. ¡Que tengas un feliz día 2.0!

MANUEL MIGUEL HERNÁNDEZ PUJADAS(\*) CONSULTOR Y FORMADOR DE NCH&PARTNERS. MBA POR ESADE. EXPERTO EN LIDERAZGO, COMUNICACIÓN, MANAGEMENT Y CONCILIACIÓN. COLABORADOR DE INGENIO, LEADERSHIP SCHOOL

