

LIDERATGE

SARA SAMPEDRO ESCUER*

(*) Economista y doctoranda en educación. Consultora en liderazgo directivo y desarrollo de talento. Directora de Ingenio, Leadership school.



Pedagogía del optimismo para el éxito

Háblale a un hombre de sí mismo y escuchará durante horas... (Benjamin Disraeli)

Somos seres emotivos. La mayor parte de lo que pensamos acerca de nosotros es tan débil como un castillo de naipes. Se estima que el 90% de nuestras creencias son inventadas. Por ello, cuando alguien vierte un elogio en nosotros, o cuando nos sentimos entendidos, tendemos a sentirnos mucho mejor. Consolidar la autoestima de los demás es la mayor forma de seducción que las personas carismáticas saben ejercer.

El carisma es la capacidad de ciertas personas de motivar y suscitar la admiración de sus seguidores gracias a una supuesta cualidad de "magnetismo personal". Una persona que destaca, un líder natural que atrae y cautiva a aquellos que lo siguen o acompañan. Y no necesariamente porque tengan gran atractivo físico, sino que, en general, son personas que confían en sí mismas, creen en lo que hacen, persiguen sus sueños con tenacidad y contagian entusiasmo a su alrededor.

Quizá el tener carisma ayude a vender, negociar e incluso a seducir mejor. Muchas veces, las personas carismáticas tienen como un aura magnética que las hace más atractivas, viven más intensamente y las demás personas quieren estar a su lado porque en realidad anhelan ser así. Son personas optimistas, que evalúan opciones y escenarios y prefieren creer que alcanzarán resultados. Saben que pueden perder,

pero no tienen miedo, confían en sí mismas, pues ya han pasado por peores situaciones. En este sentido, Gillham nos explica que la genética, la familia, las experiencias de vida, las críticas recibidas (sobre todo de padres y profesores), así como las experiencias de situaciones de control y dominio son los principales factores que construyen el optimismo.

Además, diferentes autores apuntan que entre el 25 y el 50 por ciento del optimismo y del pesimismo es heredado, está en nuestra genética. Lo cual no quiere decir que se aplique, pero sí que si surge la necesidad, lo haría.

Ser optimista no significa que se aplique en cualquier circunstancia, aunque sí sea una tendencia general en la conducta de esa persona, que es la que la protege de la adversidad y le permite seguir desarrollando actitudes positivas y saludables. Según Armor y Taylor, las creencias optimistas son limitadas (no se utilizan de manera irreflexiva), estratégicas (ayudan a las personas a encontrar sus objetivos y a usarlos selectivamente) y responsivas (están ajustadas a las características de la situación).

Además, numerosos estudios recogen resultados que relacionan el optimismo con el bienestar global de la

persona. El optimismo contribuye, entre otras cosas, a implantar hábitos de salud, reducir los síntomas físicos y mejorar las estrategias de afrontamiento, a ser más indulgentes con nuestro pasado, apreciar mejor el presente y buscar oportunidades en el futuro. Favorecen también una toma de decisiones más completa y flexible. Todo ello contribuye a que nos sintamos más felices, a que mejoren nuestras relaciones con los demás y a que nos sintamos más capaces de superar dificultades.

Ser optimista no es sinónimo de vivir en un mundo de fantasía. Eso es ser soñador, no optimista. En ocasiones esta idea viene reforzada por la creencia de que el pensamiento pesimista es más realista. La respuesta es "no". No es más real. Así lo demuestran científicos de la psicología como Schneider, Avia y Vázquez. Pero es que, además, ser pesimista es menos saludable.

La persona optimista tiene una visión ajustada de la realidad y es capaz de darse cuenta de las desventajas de una decisión, hostilidad del contexto o gravedad de un problema. Pero tiene una mentalidad práctica y estratégica. Analiza opciones y, al final, siempre tiene dos: resignarse o luchar. ¿Usted cuál elige?

CFC - UNIVERSIDAD DE LLEIDA

PROGRAMAS de DESARROLLO DIRECTIVO y del LIDERAZGO
"Formación para directivos líderes"

www.ingenioschool.com



INGENIO
LEADERSHIP SCHOOL

AGRICULTURA BALANCE ESTATAL

La fruta lidera las sanciones de Control Alimentario

La mayoría de las impuestas por la AICA son por plazos de pago y falta de contratos



Imagen de la presentación del balance de actividad de la AICA.

LLEIDA | El sector de las frutas y hortalizas es el que ha concentrado un mayor número de sanciones en los cinco años de vida de la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA), con un total de 559. Desde 2014 y hasta el 31 de diciembre de 2018, los inspectores de AICA han realizado 4.053 inspecciones, de las que destacan las 1.348 en el sector de frutas y hortalizas, 754 en el sector vitivinícola, 749 en el lácteo, 588 en el sector oleícola, 121 en los cereales, 119 en bovino, 100 en porcino y 98 en aves. Por otro lado, se han recibido 243 denuncias, entre ellas 103 en el sector lácteo, 56 en frutas y hortalizas, 33 en el sector oleícola, y 26 en el sector vitivinícola. También se han recibido 68 que denunciaban posible "venta a pérdidas", que fueron trasladadas a las comunidades autónomas correspondientes, ya que son las autoridades competentes para sancionar en esta materia. Las

inspecciones han concluido con casi 1.500 infracciones con sanción. Los sectores con mayor número de incumplimientos han sido el sector de frutas y hortalizas (559), el lácteo (295), el sector oleícola (183) y el vitivinícola (172). El motivo más frecuente de sanción es el incumplimiento de los plazos de pago (44%), seguido de la ausencia de contratos (16%) y no suministrar la información requerida (13,21%), no incluir todos los extremos en los contratos (8%), y el resto por cometer más de una infracción. Asimismo, un 40% de las infracciones sancionadas son atribuidas a la industria agroalimentaria, el 31% a la distribución comercial mayorista, el 19% a la distribución comercial minorista y el 10% a los productores. El importe total de las sanciones asciende a 10,2 millones de euros: 75% a minoristas, 14,5% a industria, 10,1% a mayoristas y 0,4% a productores.

Parc Empresarial de Torrefarrera, motor econòmic de Lleida

Entrevista:

Jordi Latorre, alcalde de Torrefarrera

Taula rodona:

Jesús Burrell, president de l'Associació d'Empresaris de Torrefarrera

Albert Soler, director de l'empresa 'Albert Soler'

Jaume Gatus, president de WAPS

Enric Casanovas, regidor de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Torrefarrera

Amb Josep Maria Sanuy



EL DEBAT DE
LLEIDA ACTIVA



Ajuntament de
Torrefarrera
Iniciativa de l'Alt



DISSABTE 15.00
red. DIUMENGE 22.30
DILLUNS 16.30
DIMECRES 13.00