

NOMBRAMIENTOS

Presidente de Fundesem



Luis Gámir

Doctor 'honoris causa' por la Universidad Miguel Hernández, MBA 'honoris causa' por la Escuela Europea de Negocios y doctor en Ciencias Económicas por la Universidad Complutense de Madrid. Entre 1980 y 1982 fue ministro de Comercio, Turismo, Transportes y Comunicaciones.

Consejo de administración de W2PS



Brett Perlman

Licenciado en Economía por la Universidad de Northwestern y en Derecho por la Universidad de Texas y máster en Administración Pública por la Universidad de Harvard. Fue comisario en la Comisión de Servicios Públicos con George W. Bush como gobernador de Texas. Preside Vector Advisors.

Presidente y director general de operaciones de Odigeo



Dana Dunne

Licenciado en Economía por la Universidad de Wesleyan y MBA por Wharton. Cuenta con una amplia experiencia profesional en cargos directivos en empresas como McKinsey, Belgacom y US West. Fue consejero delegado de AOL Europa y director comercial de EasyJet.

Directora de desarrollo de negocio de GroupME



María Gil

Licenciada en Psicología, diplomada en Publicidad y máster en dirección comercial y marketing por Ide-Cesem. Ha trabajado en Disney Media+, Expressive Media Projects, Antena 3 y Cuatro. Coordinará la actividad comercial de las cuatros agencias del grupo en España.

Experis Engineering
ManpowerGroup

**EXPERIS,
EL ESPECIALISTA
EN TALENTO PARA
SU EMPRESA**

Combinar diversidad y solidez
es humanamente posible.

experis.es

Director regional de Jones Lang LaSalle



Luis Iñiguez

Licenciado en Ciencias Empresariales por la Universidad de Sevilla y máster en gestión comercial y marketing por el Instituto de Empresa. Ha sido director regional Sur del departamento comercial de Laese de Centros Comerciales, hoy integrada en Jones Lang LaSalle.

'Directora del área de healthcare' de Torres y Carrera



Ángela Rubio

Licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid y máster empresarial en comunidades europeas por la CEOE. Anteriormente fue 'senior management division' y 'manager' en el área de 'public awareness' y 'public affairs' en Burson-Marsteller.

Banquero privado sénior de Rothchild Europe



Carlos Cervera

Licenciado en dirección de empresas por Cunef y MBA en finanzas y negocios internacionales por la Universidad de Nueva York. Se ha incorporado a la sucursal en España de Banque Privée Edmond de Rothschild Europe. Ocupó puestos de responsabilidad en Lombard Odier, UBS y Citigroup.

'International business director' de Ogilvy CommonHealth



Ana García

La nueva 'international business director' de Ogilvy CommonHealth Worldwide en España es licenciada en Farmacia por la Universidad de Alcalá de Henares y especialista en marketing farmacéutico. Pasa a asumir la gestión de clientes en Europa, África y Oriente Medio (EMEA).

EL OJO CRÍTICO



Plácido Fajardo

Socio de Leaders Trust

Escuché su entrevista en un programa de radio. El presidente de Novagalicia Banco, José María Castellano, explicaba su idea del arbitraje para abordar el conflicto de las participaciones preferentes. Sus palabras reflejaban comprensión y pesar hacia los damnificados que compraron desde la ignorancia, junto a su firme voluntad de trabajar para encontrar soluciones, al menos parciales.

Pero además, y aquí venía lo sorprendente, pedía perdón abiertamente a los perjudicados en nombre de la entidad y se disculpaba por unas prácticas, previas a su nombramiento, que no por extendidas son menos indeseables.

Sin entrar a calificar la idoneidad de la solución destacó el hecho insólito de las públicas excusas y el humilde reconocimiento del error. Subrayó la demostración de empatía compasiva hacia quienes han sufrido pérdidas, víctimas del exceso de confianza en un asesoramiento inadecuado, y no de la asunción consciente de un elevado riesgo en pos de un lucro excepcional. Imagino las reaccio-

nes de los clientes, pero también las de los empleados y directivos de la entidad, sometidos a una presión angustiada, que dan la cara frente a sus enfadados clientes. Supongo que habrán recibido la pública petición de perdón por parte de su líder como un lenitivo que alivie su más que incómoda situación. Y que les transmita, de paso, un mensaje claro cargado de valores con el que alinearse.

Acostumbramos a percibir a los líderes como grandilocuentes, poderosos y distantes, inalcanzables para la gente corriente. Descubrir que, como humanos, se equivocan, piden perdón, corrigen en lo posible sus errores y prometen no repetirlos, reconforta y reconcilia con ellos. Todos recordamos el ejemplo reciente protagonizado por S.M. el Rey y sus inme-

Pedir perdón hace crecer a quien lo solicita y supone un excelente ejemplo de liderazgo

diatos efectos positivos y benevolentes en la sociedad.

Por desgracia, aunque valiosas, son contadas excepciones. Todos somos culpables, de alguna manera, de la difícil situación que vive nuestro país. Pero algunos han tenido más culpa en traernos a ella. ¿Han oído ustedes alguna disculpa? Los principales responsables políticos del desaguado continúan pontificando como si no fuese con ellos. Y en el mundo financiero, casos como el citado son sólo una gota en el océano.

Pedir perdón, lejos de reconocer una debilidad, hace crecer a quien lo pide. Supone un excelente ejemplo del tipo de liderazgo que vale la pena. El que se basa en la ética y en valores como la integridad, la humildad, la bondad, o la humanidad. El liderazgo servidor hacia los demás –el que hace a los seguidores sentirse “a hombros de gigantes”, como decía el escolástico Bernardo de Chartres–, es el liderazgo más atractivo, genera confianza y seguidores, facilita el alineamiento organizativo y la respuesta social más favorable. Pura ciencia ficción, lamentablemente.

EL ANTÍDOTO

Fin de curso

Andrés Pérez Ortega Consultor en posicionamiento personal

Igual que ocurre con las empresas, las personas debemos encontrar un momento para “cerrar el año”. Las Navidades siempre se han considerado unas fechas apropiadas para hacer balance. Sin embargo, creo que el verano proporciona la tranquilidad y la perspectiva necesaria para valorar el resultado de lo que hemos hecho. Y también para decidir lo que hay que ajustar en el nuevo curso.

Esto es especialmente relevante cuando hablamos del mundo de Internet y de la parafernalia *dospuntocero* que cada día absorbe más recursos personales.

Alguien podría pensar que tampoco es para tanto, que por dedicar unas horas a la semana a Twitter, a Facebook o a leer algunos blogs, no pasa nada. Pero si estableciésemos criterios empresariales, ¿cuántos profesionales podrían decir que están satisfechos con el retorno de su inversión *dospuntocero*?

Es cierto que el coste económico es pequeño, pero la inversión en tiempo puede ser enorme. No se trata solamente del clásico “voy a ver un minuto lo que se dice en Twitter sobre el rescate” (que se convierte en una hora delante de la

pantalla). También hay que tener en cuenta las incontables veces que nos desconcentramos para echar un vistazo al iPhone o a la Blackberry para comprobar y responder el correo o los múltiples mensajes instantáneos.

No se trata sólo de los segundos que tardamos en escribir una frase ingeniosa en Twitter. Lo que roba más tiempo son las decenas que veces que entramos a ver las reacciones provocadas por esa genialidad que hemos tenido.

Pero quizá lo más importante no es lo que hemos conseguido al invertir (¿gastar?) esas horas delante de pantallas de distintos tamaños. Lo que deberíamos valorar muy seriamente es el coste de oportunidad. ¿Qué hemos dejado de hacer para dedicarnos a jugar con la tablet o el portátil? ¿Qué o quién ha dejado

¿Cuántos profesionales están satisfechos con el retorno de su inversión 'dospuntocero'?

de estar atendido como merece?

Hay quien dice que ha aprendido mucho leyendo blogs. Pero, ¿ha pensado en los libros que podría haber leído, o en las conferencias a las que podría haber asistido para adquirir esos conocimientos de forma mucho más ordenada, fiable y eficaz?

Otro argumento recurrente es el de la gente tan interesante que se puede conocer... Es cierto que ahora podemos establecer contacto con personas que antes eran inaccesibles. Pero, ¿alguien puede pensar que por intercambiar un par de saludos por Twitter ya se “conoce” de verdad a alguien?

En La Red hay herramientas excelentes para que nuestra cuenta de resultados personal presente un balance positivo al cerrar el año. Es cierto que todavía estamos aprendiendo a utilizarlas, pero ya podemos hacernos una idea de lo que funciona y lo que no.

Quizá este verano sea un buen momento para valorar si el tiempo y el esfuerzo invertidos en el universo *dospuntocero* han generado el rendimiento esperado o hay que plantearse diversificar, reducir el riesgo o incluso retirarse.

Emprendedores & EMPLEO | Expansión