

**Portada**

Francisco Javier Montero, Director de RR.HH. de Luis Siómes

© Foto: Jesús Umbria

La misión de **Capital Humano** es contribuir a la modernización de las técnicas de gestión, dirección, organización, formación y motivación de las personas en el seno de las organizaciones, servir de vehículo de ideas, experiencias y prácticas excelentes en las empresas y convertirse en una herramienta de apoyo para los profesionales de los Recursos Humanos.

Capital Humano no está a la venta en quioscos. Sólo se distribuye mediante suscripción.

**La suscripción a Capital Humano incluye:**

- 11 Números ordinarios de la revista.
- 3 Números extraordinarios.
- 1 Anuario.

Para ampliar información sobre **Capital Humano**, puede dirigirse al teléfono: 902 250 500, al fax: 902 250 502, por correo-e:

clientes@wkempresas.es, por internet:

www.wkempresas.es o la dirección de correos: **Capital Humano**, C/ Orense, 16. 28020 MADRID

Si usted está interesado en aportar contenidos para nuestra revista, solicitenos las normas para la edición de artículos a la dirección de correo-e:

capitalhumano@wkempresas.es.

**Capital Humano** no se hace responsable de las opiniones expuestas por sus colaboradores ni comparte necesariamente sus criterios. Queda expresamente prohibida la reproducción total o parcial y su almacenamiento por cualquier medio, sin autorización expresa del Editor. Todos los derechos reservados.

**Director:** José Antonio Carazo  
Correo-e: jacarazo@wke.es

**Redactora-jefe:** Helena R. Olmo  
**correo-e:** hrodriguez@wke.es

**Correo-e redacción:**  
capitalhumano@wkempresas.es

**Dibujos:** Antonio Medina, José Luis Gómez Merino y Sir Cámara

**Fotografía:** Jesús Umbria

**Transcripciones:** Ana Amigo

**Publicidad:** Jorge Martínez

Correo-e publicidad:  
publicidad@wkempresas.es

**Redacción, marketing y**

**publicidad:**

Wolters Kluwer Empresas

C/ Orense, 16. 28020 Madrid

Tels.: 91 556 64 11

Fax: 91 555 41 18

**Información sobre Seminarios:**

**correo-e:** seminarios@

wkempresas.es

**Maquetación:**

Alberto Solís

**Preimpresión:**

Pulse Comunicación, S.L.

**Impresión:** Gráficas Jomagar, S.L.

Servicio de Atención al Cliente:

Tel.: 902 250 500/Fax: 902 250 502

**Correo-e:** clientes@wkempresas.es

**Edita:** Wolters Kluwer Empresas

C/ Orense, 16 28020 Madrid

www.wkempresas.es

**Consejero Delegado:**

Salvador Fernández

**Director General:**

Eduardo García Guerra

**Directora Editorial:**

Lola Lozano

**Director Comercial y de**

**Marketing:**

Fernando Cubero

**Publicidad:**

Jorge Martínez (Jefe de

Publicidad)

**Depósito Legal:** M-14312-1988

ISSN: 1130-8117

© Wolters Kluwer España, S.A. Madrid, 2008

Todos los derechos reservados. A los efectos del art. 32 del Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba la Ley de Propiedad Intelectual, WOLTERS KLUWER ESPAÑA S.A. se opone expresamente a cualquier utilización con fines comerciales del contenido de esta publicación sin su expresa autorización, lo cual incluye especialmente cualquier reproducción, modificación, registro, copia, explotación, distribución, comunicación, transmisión, envío, reutilización, explotación, publicación, tratamiento o cualquier otra utilización total o parcial en cualquier modo, medio o formato de esta publicación.

 **Wolters Kluwer**  
España

ATENCIÓN AL CLIENTE  
C/ Orense, 16 - 1ª planta  
28020 MADRID  
902 250 500 tel  
902 250 502 fax  
clientes@wkempresas.es  
www.wkempresas.es



**José Antonio Carazo**  
jacarazo@wke.es  
www.edirectivos.com/user/3-Jose-Antonio-Carazo-Muriel/blog

## No hay mal que por bien no venga o el elogio del fracaso, según Ricardo Cortines

Dicen que en los procesos de selección de algunas empresas anglosajonas es frecuente preguntar por las experiencias fallidas para comprobar si el candidato ha aprendido de ello. Dicen valorar el fracaso. No sé si esto es realmente así, pero detrás de la anécdota subyace una cultura diferente de la que nos caracteriza, donde se penaliza el fracaso y se pondera el éxito.

También se dice que solo se equivoca quien hace cosas y que las empresas favorecedoras del aprendizaje son las más tolerantes con el error. Sin embargo, el miedo penaliza muchas de nuestras actuaciones. El miedo al fracaso actúa como un freno a la creatividad y al atrevimiento. Esto ya lo ha estudiado con detalle Pilar Jericó en su libro "No Miedo".

Hoy nos ocupa un discurso reivindicador del fracaso como forma de aprendizaje. Es la tesis que sostiene Ricardo Cortines, emprendedor cántabro que, tras preparar oposiciones a notarías se convirtió en promotor y sufrió las consecuencias de la burbuja inmobiliaria. Su experiencia le ha convertido en un "profundo admirador del fracaso", lo que le ha llevado a escribir: "Los osos ya no comen salmón", donde sostiene que el fracaso es un viaje del que nunca se vuelve de vacío.

Cortines mezcla en sus reflexiones frases provocadoras con otras que suscribiría cualquier directivo: "Una empresa solo puede crecer desde sus clientes, apoyándose en ellos, a partir de ellos. La empresa que fortalece su clientela se fortalece a sí misma. Y si los clientes son los mejores empleados de una empresa, ¿por qué no ponerles a trabajar?" ¿Alguien discrepa? También cuestiona el valor del precio: "El lema que nos rige es: cuanto menos cuesta, más vale. La red tiene mucho que decir en este aspecto". No hay por qué estar de acuerdo, pero invita a la reflexión, a la controversia. Rompe la línea del pensamiento "políticamente correcto" y da ingredientes para enfrentar la crisis con espíritu positivo. Como dice Bernardo Hernández, director mundial de Marketing de Producto de Google, en el prólogo: "Se aprovecha mucho más la vida cuando los sueños se intentan, los miedos se vencen y se prueba la suerte". Aunque ya dijo alguien que la suerte no existe. ■