

editorial

Credibilidad... ese valor tan apreciado y, en estos días, tan escaso en quienes nos lideran. Decía Brian Koslow que "cuanto más dispuesto estés para aceptar la responsabilidad sobre tus actos, más credibilidad tendrás".

Quienes son complacientes reciben, inexorablemente, laceraciones en su credibilidad. Hace tiempo escuché decir a Frank Luntz que nunca se puede mentir, pues una mentira destruye la credibilidad de un producto; y la credibilidad es lo más importante, más importante incluso que la transparencia.

Este concepto nos quedará patente en el artículo Finn Kydland, premio Nobel de Economía en 2004. Con sus ejemplos, y con el sentido común que exuda, podemos todos imaginarnos el camino a seguir. Vivimos en un mundo globalizado -cosa que muchos no parecen entender- donde las consecuencias de la falta de credibilidad nos afectan más aún que en el pasado; son consecuencias globalizadas.

Nuestro sistema judicial, en las más altas instancias, carece de credibilidad al estar completamente politizado. Muchos de quienes nos gestionan parecen haber olvidado algo que todos hemos oído más de una vez: que administración, etimológicamente hablando, proviene de las palabras latinas AD y MINISTRARE. AD significa "al" y Ministrare, "servicio". Es por eso que una de las obligaciones básicas de todas las administraciones es la de estar al servicio de la sociedad, haciéndola más productiva y eficiente en el cumplimiento de sus objetivos, o de una política "óptima" de gobierno, como nos explica Kydland.

Pero no todos los sectores en nuestro país van mal. Silvio González es uno de esos raros ejecutivos -que algunos denominan "mercenarios", aunque pienso que sólo por envidia- capaces de pasar por entornos ideológicamente opuestos dejando tras de sí un rastro de profesionalidad. Efectivo, frío y analítico, Silvio representa una tipología más anglosajona que latina. Personalmente considero que reúne los rasgos positivos de un *civil servant* británico.

Vuelve con nosotros un excelente ejemplo de gestor, John de Zulueta, que con esas características propias que le hacen adecuado a entornos globales -entiende a los latinos y a los anglosajones- se ha embarcado (o más bien le han embarcado) en un difícil proyecto: USP; donde, con su credibilidad -y volvemos al tema recurrente de este número- ya está cosechando resultados.

Por último, pero no menos importante, tenemos a Peter Senge; por favor, ¡léanlo!

Siempre Senge, por supuesto, pero no por ello menos inductor a la reflexión. Del artículo no quiero revelarles nada. Si quiero compartir que, después de haber crecido más de un 30% en distribución en el 2009, este año llevamos acumulado un crecimiento del 8%. Nuestra Newsletter, que comenzó sin apenas otro empuje que el boca a boca, ya va por más de 3.000 suscriptores. Además, la revista escrita se lanza a la aventura latinoamericana este segundo semestre. Quisiera dar las gracias a todos quienes colaboran con nosotros. Ser absolutamente independientes, en un entorno de grandes grupos, nos hace ser frágiles. Seguir está siendo posible gracias a los amigos que nos arropan. Vosotros sabéis quiénes sois.

Federico Fernández de Santos Ortiz
Editor de Executive Excellence

Pensamiento del mes

En relación al futuro hay tres tipos de personas: aquellas que dejan que ocurra, aquellas que hacen que ocurra y aquellas que se preguntan cómo ha ocurrido.

John M. Richardson Jr., profesor de Desarrollo Internacional
y autor de *El paraíso envenenado*.