

# Se necesitan líderes más éticos y humanos

«Nuevos líderes, sin nombre ni apellido reconocido, cada uno desde su posición, serán aquellos capaces de remover su propio sistema de pensamiento para generar energía limpia y articular un modelo de acción diferente: más racional, más humano, más justo, más equilibrado, más sostenible». De esta manera, la Asociación para el Progreso de la Dirección (APD) invitaba a reflexionar sobre el futuro en la gestión de los directivos y ejecutivos de nuestro país, un futuro basado en la recuperación de los valores éticos como principal premisa.

Carolina López Álvarez

**El 31 de enero el Hotel Palace de Madrid** acogía el II Encuentro 'Nuevos valores, nuevos liderazgos. La renovación ética en la función directiva' organizado por la Asociación para el Progreso de la Dirección (APD) bajo la perspectiva de que, como resaltaba su presidente, Rafael Miranda, «debemos fomentar el retorno a la ética en la gestión, rescatar el liderazgo por valores y hemos de hacerlo de forma sostenida y mantenida en el tiempo. Que no sea una acción de hoy, que se convierta en la cultura del mañana». El encuentro, que contó con el patrocinio de Adecco y Deloitte y el apoyo de una veintena de entidades e instituciones adheridas —entre las que se encontraba Unión Profesional—, reunió a personalidades y expertos de diversos sectores y profesiones que insistieron en la necesidad de apostar por la ética, el espíritu emprendedor y la creatividad como factores esenciales para salir de la crisis, garantizar la competitividad y alcanzar la excelencia en nuestras organizaciones.

## Por conciencia o conveniencia

Hechos acontecidos recientemente en el mundo de la televisión, han puesto de manifiesto el poder de la sociedad y, más concretamente, de los consumidores, a la hora de discriminar entre empresas responsables y aquellas que no lo son. Tal y como resaltó el profesor e investigador, Alejandro Córdoba, la sociedad civil será cada vez más crítica y exigente ante la forma de actuar de las empresas. Las entidades deberán responder a sus demandas; «si no se actúa por conciencia, la sociedad obligará a que lo hagamos por conveniencia», afirmaba Córdoba. En este sentido, la instauración de comportamientos basados en criterios éticos será un imperativo aunque la presión a la que están sometidas las empresas ante la maximización de beneficios a corto plazo, lo haga complicado. Porque, como afirmó el investigador, la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) «no es indolora, tiene un coste pero el reto es transformarla en inversión y que impacte en la cuenta de resultados». Aunque parezca imposible, concluyó Córdoba, «la regeneración ética de la empresa es posible».

## Liderazgo, confianza y excelencia

La recuperación de los valores empresariales en la gestión no implica únicamente al ámbito externo de una compañía sino que debe afectar de forma significativa a la manera en que se trabaja en el interior de las mismas. Se ha dicho en más de una ocasión que para poder proyectar una buena imagen al exterior se debe «poner en orden» antes el interior. En relación con este planteamiento, Alejandro Córdoba aboga por un cambio en la cultura del trabajo. En sus palabras, «hay que dirigir con cabeza, para obtener resultados, pero liderar con corazón, para conseguir la implicación y el compromiso

de los empleados». El líder debe crear las mejores condiciones de trabajo ya que ello se traducirá en un incremento de la productividad y, por ende, de los beneficios: «hay que posibilitar la vida profesional pero también personal por la propia felicidad de todos». Según Agustín Carreño, teniente coronel de Infantería DEM y profesor de liderazgo de la Escuela de Guerra del Ejército de Tierra, la integridad es lo que hace que un directivo pase a ser un líder. A su vez, no se puede liderar sin confianza, ya que es el valor de la confianza el que retorna en influencia y nos permite comprometer a los empleados. «El liderazgo es el arte de transformar lo tangible, actuando en lo intangible (compromiso, integridad, honestidad, trabajo en equipo...)», afirmó Carreño, lo que implica un pensamiento enfocado en el largo plazo y en el bien común. En este sentido, hay que distinguir entre «dirigir» y «mandar», estando el primer concepto relacionado con habilidades técnicas, es decir, lo tangible, y el segundo, con las habilidades humanas, lo intangible. Según Carreño, «la competencia es condición necesaria pero no suficiente, necesitaremos de excelencia (ética y valores)». De la competencia (saber, querer, poder) se pasa a la excelencia si se añade el componente de la ética (deber) que es lo que diferencia a los líderes. El teniente coronel destacó que «la excelencia es un camino, no una meta; el problema es que es una montaña como el K2 llena de valores que son difíciles pero que hay que vivirlos aun yendo contracorriente».

## Innovación y talento al poder

Precisamente es ese «remar contracorriente» lo que permitirá a una organización diferenciarse del resto. Recogiendo las palabras de Francisco Belil, CEO de Siemens Suroeste Europa: «en coyunturas adversas, la capacidad de innovar y de romper con lo establecido, va a marcar diferencias». Por ello, Belil anima a las organizaciones a ser valientes y, si es necesario, remar contracorriente. Para el CEO de Siemens, es el momento de apostar por las personas y potenciar su talento. «El mayor reto radica en emocionar a las personas», comentó Francisco Belil, aludiendo asimismo a la necesidad de implicar a las personas en la estrategia de la organización para generar ilusión y compromiso así como de disfrutar con lo que hacemos y permitir que los demás también disfruten. En su opinión, «hay que pintar un nuevo horizonte en la gestión del talento que haga a nuestras empresas mejores y más competitivas».

## Valores en la educación

Pero antes de gestionar el talento hay que generarlo y de ello se ocupa la educación, como bien señaló el filósofo y pedagogo, José Antonio Marina, para quien «la mayor creación de la inteligencia es la ética». Los seres humanos hemos elegido vivir en un mundo

simbólico que se basa en la confianza y si no se colabora en este sentido, no se va a conseguir nada.

Para Marina, los valores son importantes pero las virtudes son lo esencial ya que es el punto donde las características psicológicas se adquieren en relación con los valores. Un proyecto educativo verdaderamente ético está basado en enseñar y legitimar las virtudes, algunas de las cuales son centrales en todas las culturas: la fortaleza, la prudencia, la justicia, la templanza, la compasión y la superación.

### La capacidad de emprender

Esa vocación de grandeza, de trascender —que implica la superación— es la que debió llevar a Pau García Milá a vencer las dificultades que se le fueron presentando, a él y a su socio, a la hora de crear su empresa con apenas dieciocho años. García Milá encarna a la perfección el espíritu emprendedor del que tanto se habla hoy en día y al que tanto se alude como fórmula idónea para la disminución de la tasa de desempleo.

Este emprendedor identifica los valores de cada país como la razón de que exista mayor o menor intención de sus ciudadanos por «buscarse la vida y emprender». Las posibilidades que ofrece nuestro país a la hora de crear una empresa, así como la percepción y la actitud de los españoles ante los nuevos proyectos dejan mucho que desear si de emprender se trata. No obstante, García Milá considera que cuando a tu alrededor parece que el mundo se derrumba es cuando se abren nuevas oportunidades; «es el momento de avanzar, de buscar como cambiar las cosas y ver lo que os rodea de otra forma». Por eso, «en la actualidad no hay mejor lugar para emprender que España, pues como no se espera nada, todo lo positivo brillará más».

### Asignaturas pendientes

Otra de las asignaturas pendientes en nuestro país es la de la comunicación, calificada por Manuel Campo Vidal, presidente de la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión, como relevante para entender lo que pasa, para encontrar soluciones a través del debate y para alcanzar los consensos que faciliten la toma de decisiones. Sin embargo, «la comunicación es la asignatura pendiente de buena parte de los profesionales y empresarios españoles», dijo el periodista. «En todas las profesiones tenemos una formación equivalente (e incluso mejor) al resto de países», continuó, «pero a la hora de contarlos perdemos oportunidades».

A la hora de referirse a la comunicación colectiva, Campo Vidal considera que los medios de comunicación están en crisis pero también existe una importante pérdida de credibilidad de algunos medios y periodistas a la que hay que reaccionar. Debemos huir de la unidireccionalidad y aprovechar la riqueza que ofrece la sabiduría popular, canalizándola de forma efectiva. En palabras de Campo Vidal, «hay que trabajar en la recuperación de la ética y los valores pero también recuperar la comunicación para ser capaces de construir un futuro mejor para nuestro país».

Pero en la «edificación» de este esperanzador horizonte se necesita, como destacó el presidente de honor de APD, Antonio Garrigues, más liderazgo empresarial, sindical, político... «Ahora hay que ver si los líderes dan ejemplo y la sociedad civil reivindica ese liderazgo», dijo el jurista. Según la APD, para que la sociedad civil sea fuerte es preciso que sea participativa; cuanto mayor sea la participación y cuanto más lejos se extienda el debate, con más eficacia y acierto podremos influir sobre nuestro propio destino. En ello estamos. ■

ESPACIO  
DIRCOM

dircom  
Asociación de Directivos de Comunicación

## Dircom presenta la «Guía de herramientas tecnológicas para profesionales de la comunicación»

Stephan Fuetterer  
Vocal de Innovación y Nuevas Tecnologías  
Dircom

La Asociación de Directivos de Comunicación, Dircom, ha elaborado una «Guía de herramientas tecnológicas para profesionales de la comunicación», resultado de la colaboración entre ANEI (Asociación Nacional de Empresas de Internet) y Dircom, ante la aparición constante de nuevas plataformas y herramientas tecnológicas dirigidas a optimizar la comunicación en entornos web 2.0. Se trata de un directorio de las principales herramientas 2.0 que debe conocer el director de comunicación de una compañía o el responsable de la gestión de las actividades online. Para ello, se han recopilado las plataformas más extendidas y utilizadas en el sector.

En cuanto a su categorización, han sido segmentadas de la forma más clara porque, aunque cada una tiene su peculiaridad, se pueden englobar en distintas áreas. Por lo tanto, independientemente de la valoración individual, esta compilación es un importante punto de partida para descubrir plataformas desconocidas o complementar el conocimiento.

La guía ha contado con el patrocinio de la Escuela Europea de Negocios y de la consultora de comunicación y medios sociales Best Relations.

