

Prestigio

Por Miguel Ángel Cornejo
Presidente de la Fundación Miguel Ángel Cornejo, S.C.

Durante la Segunda Guerra Mundial, en la principal fábrica de paracaídas de EU el coeficiente de calidad era del 95%. En términos prácticos, esto significa que sólo uno de cada 20 fallaba. Seguramente, muchos pensaban que pedir un 100% de calidad es una exageración, pero quienes los usaban no creían para nada que tal exigencia fuera una utopía.

La empresa lo resolvió en forma por demás sencilla y atrevida: formó cuadrillas de 20 trabajadores, a quienes invitó a usar el paracaídas; los lanzaron a 3 mil metros de altura con la salvedad de que tuvieran conciencia que uno de cada 20 iba a morir. La respuesta fue inmediata y, a la primera prueba, ya era una realidad la calidad total: el 100%, cero errores.

La calidad es, ante todo, un valor de orden superior. Todos deseamos productos con cero defectos. Nos sentimos totalmente defraudados si lo que adquirimos no funciona por completo; lo mismo puede ser con un televisor, una bicicleta o un paracaídas, aun cuando las consecuencias de su propia dimensión marquen la diferencia.

Ofrecer calidad total en todo lo que realicemos es una importante responsabilidad social, ya sea como empresario, sacerdote, profesionista o padre de familia. Las personas no son causantes de nuestra negligencia o falta de compromiso; podríamos frustrarlas en sus legítimos derechos.

Responsabilidad significa respuesta, devolver lo que hemos recibido de antemano. Así, cuando logramos un nombra-

miento de líder, ya sea como supervisor, jefe, director o presidente, debemos devolver con calidad.

Quien nos concede tal distinción espera una respuesta de calidad de nuestra parte, sin importar si nos sentimos justamente retribuidos o no.

La calidad de nuestras acciones marca nuestra propia calidad humana. Así, la dimensión de nuestras vidas tiene la dimensión de la calidad de nuestros actos. En forma similar, cuando buscamos una marca en particular estamos impulsados por el prestigio que ésta ha logrado a lo largo del tiempo; su calidad la distingue del resto de productos similares. De esta misma forma, nuestra calidad personal debe distinguirnos.

Los artistas destacados muestran un estilo muy personal. Sean pintores, escultores o músicos, sobresalen más que nada por su obra. Aun cuando se les haya olvidado firmarla, su estilo único e irrepetible los distingue. En forma similar debe ser nuestra vida: que cada acción que realicemos, por su calidad, lleve nuestro singular sello.

Los líderes de excelencia han fincado su prestigio por la calidad de su obra. Están conscientes del compromiso que contraen con cada uno de sus seguidores, por lo cual no deben ni pueden defraudarlos y se exigen a ellos mismos una congruencia total con sus propuestas. Ellos son la expresión viva de su propia proposición.

El prestigio no se construye en un día. El refrán *Crea fama y échate a dormir* es una verdad que, para bien o para mal, se logra con la cotidianidad. El prestigio es un valor que se siembra a través de la congruencia en largo plazo. Es la misma historia de las grandes marcas y también en forma similar en la edificación del prestigio personal. ❁

El prestigio no se construye en un día. El refrán *Crea fama y échate a dormir* es una verdad que, para bien o para mal, se logra con la cotidianidad. El prestigio es un valor que se siembra a través de la congruencia en largo plazo. Es la misma historia de las grandes marcas y también en forma similar en la edificación del prestigio personal. ❁

El prestigio no se construye en un día. El refrán *Crea fama y échate a dormir* es una verdad que, para bien o para mal, se logra con la cotidianidad. El prestigio es un valor que se siembra a través de la congruencia en largo plazo. Es la misma historia de las grandes marcas y también en forma similar en la edificación del prestigio personal. ❁