
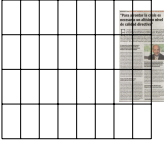


| | | | | |
|---|----------------------------------|-------------------------------------|----------------------------|--|
|  | | Tirada: 243.781 | Sección: - |  |
| | | Difusión: 194.763 (O.J.D) | Espacio (Cm_2): 344 | |
| Audiencia: 681.670 (E.G.M) | Ocupación (%): 43% | | | |
| Nacional General | Valor (€): 5.039,88 | | | |
| Diaria | Valor Pág. (€): 11.690,00 | | | |
| | | 27/02/2009 | Página: 65 | Imagen: No |

ENTREVISTA CON **PACO MURO, PRESIDENTE EJECUTIVO DE OTTO WALTER ESPAÑA**

“Para afrontar la crisis es necesario un altísimo nivel de calidad directiva”

En tiempo de crisis como el actual hacen falta directivos que sepan transformar sus compañías y un equipo que sea capaz de no perder ni uno solo de sus clientes por fallos propios. En pleno proceso de reestructuración para muchas compañías, conseguir una alta calidad directiva y una excelente estructura comercial puede ser la diferencia entre el hundimiento de la empresa o que salga fortalecida. Paco Muro reflexiona sobre todo ello en la nueva versión revisada y ampliada del libro “El pez que no quiso evolucionar. Relatos sobre la vida y la empresa”, de la editorial Empresa Activa, presentado hace unos días.

¿Es importante el traslado de la visión de la alta dirección hacia el desarrollo del comportamiento de las personas a la hora de llevar a cabo un plan estratégico?

En plena crisis todas las empresas deben transformar su plan estratégico y los directivos cambiar sus decisiones para transformar sus compañías. En momentos de bonanza económica es fácil que todo vaya bien a pesar de cómo se dirige y conseguir excelentes resultados a pesar de cómo se vende. Pero actualmente es necesario un altísimo nivel de calidad directiva. Lo mismo ocurre con las ventas. Hay que ser creativo y no perder ni un solo cliente por fallo propio. Hoy, la estructura comercial de una empresa la compone todo aquél que pueda perder un cliente. Las compañías que saldrán fortalecidas de esta crisis serán aquéllas que cuenten con una alta calidad directiva, una excelente estructura comercial, y un buen clima de trabajo y de visión de equipo. Las tensiones tienen que venir sólo de fuera, nunca de dentro.

¿Cómo actúa Otto Walter en este sentido y qué servicios ofrece?

El método Otto Walter es el más efectivo de Europa. Los directivos de una empresa tienen que conseguir que sus empleados quieran hacer cosas y para lograrlo sólo tienen la calidad en el trato como única herramienta. Nuestro método consigue que toda la experiencia que tiene el directivo cobre sentido de una manera práctica, sencilla y divertida, pero a la vez exigente, algo que ya han probado más de 20.000 altos cargos. Hoy, el método tiene un protagonismo especial, porque cuenta con un efecto catalizador de grandes cambios, muy útil para aquellas empresas en proceso de transformación.



Si lo ideal sería que todos los elementos claves de la compañía participaran en un programa de transformación cada tres años, ¿qué dificulta este proceso?

La formación está bien, pero en este caso hablamos de comportamientos, lo cual no es necesario cambiar cada tres años, pero sí al menos una vez en la vida. Ni siquiera el método Otto Walter puede lograr transformar a alguien para siempre, pero contamos con sistemas de medición posteriores que hacen que el directivo no vuelva a sus hábitos tradicionales. Sin embargo, tenemos el caso de directivos que al cabo de 10 años nos llaman porque quieren volver a hacer el programa.

¿Qué aconseja a los directivos para tiempos de crisis como el que vivimos?

Deberían prepararse bien y pensar antes de actuar. Tienen que atreverse a tomar decisiones, por duras que parezcan, y cuidar a las personas. No merece la pena tomar decisiones para aguantar tres meses más en el mercado, sino para permanecer a largo plazo. ●