

El Director Ejecutivo, ese gran comunicador.

febrero 21, 2008alfredus

D. Unai Perez Navarro, era, desde hacía un mes , el nuevo Director Ejecutivo de Industrias del Caucho, S.A...Cuando fue nombrado era un perfecto desconocido, pero enseguida trascendió por toda la empresa que se trataba de un ejecutivo bragado en mil batallas financieras. También se decía que era empresario de cuna, porque un primo segundo por parte de madre, también habían dirigido empresas nacionales y multinacionales.

El Jefe del Departamento de Suministros, D. Juan Crisóstomo, era el encargado de tener informada a toda la empresa de las grandes virtudes del nuevo Director: “es un hombre muy culto –decía- muy “leído” y muy “viajado” y además habla francés”.

“También es un gran deportista –añadía D. Juan Crisóstomo- ,y, cuando sus obligaciones se lo permiten todavía practica el salto con pértiga.”

Según parece había estudiado la carrera de Derecho, aunque nadie conocía a nadie que hubiese coincidido con él en la Facultad. “Seguramente habrá estudiado varias carreras en dos o tres Universidades americanas” –decía el Jefe de Departamento de Suministros, en su incansable tarea de ensalzar al recién llegado -.

Lo que sí estaba contrastado era su facilidad de palabra y sus dotes de gran comunicador, además de su capacidad de relacionarse. Era muy amigo de sus amigos. Sobre todo de sus amigos influyentes, normalmente políticos en época dorada.

D. Unai, el nuevo Director, dedicó los primeros meses a darse a conocer, así que toda la empresa conoció enseguida sus costumbre, sus manías y el nombre del sastre autor de sus impecables trajes príncipe de gales. Incluso se comentaba que su esposa era hija de una bailarina rusa.

Y, mientras los demás le iban conociendo, él, aprovechaba el tiempo conociendo la empresa a fondo, a través de la información que le suministraba D. Juan Crisóstomo y la corte de aduladores que habitan en todas las empresas, que le informaban de la imperiosa necesidad que tenían de ser dirigidos por un hombre de su valía, en vez de por los anteriores directores, “que por cierto eran unos inútiles” –recalcaba el Jefe de Suministros-.

Al cabo de unos meses, el nuevo Sr. Director, reunió a toda la empresa para comunicarle su plan estratégico de trabajo.

Sentado en la presidencia de un gran salón de juntas y rodeado de todos los Jefes de Departamento de la Empresa, conectó, con gran ceremonial, el micrófono que le permitía hacerse oír al resto de empleados. Bebió un sorbo de agua y comenzó su brillante discurso:

“Comité de Dirección, señores y señoras: es un honor para mi....”.

El nuevo Director Ejecutivo llevaba ya casi dos horas hablando y los sufridos oyentes ya no sabía cómo sentarse para aliviar las molestias de sus entumecidos traseros, pero D. Unai seguía sin dar síntomas de fatiga, y ni siquiera las disimuladas risitas de algún desaprensivo oyente, le causaban el más mínimo desánimo.

“.....y terminó recordando los requisitos innovadores que deben tener nuestros productos en esta nueva etapa en la que todos estamos comprometidos:

- Debemos reciclar productos usados y recauchutarlos.
- Hacerlos menos resistentes y duraderos para aumentar las ventas.
- Unificar colores. Solo usar el color negro para abaratar el producto.
- Aumentar las estrías para favorecer la adhesión en terrenos húmedos.
- Hacerlos más rígidos e indeformables para impedir los estrangulamientos.
- Que no se desprendan debido a maniobras bruscas o la marcha atrás.

“Calidad, calidad y más calidad, señores. El mercado está difícil, pero, ¡que tiemblen nuestros competidores!, porque nosotros bla,bla,bla y bla,bla,bla.....”- y seguía hablando con el mismo ímpetu que al principio...

El Jefe de Suministros, D. Juan Crisóstomo, se inclinó hacia su vecino de presidencia, que era un directivo bastante criticón y con poco futuro en la empresa, para susurrarle al oído:” ya te decía yo, Bermúdez, que nuestro nuevo Director es un gran comunicador...”

“No lo dudo – le respondió el aludido – pero alguien le tendría que haber informado que desde hace años, ya no fabricamos ruedas de camión y que nuestro mercado es muy sensible a la hora de soportar expresiones como: recauchutar, deslizamiento o estrangulamientos.... y que no creo que tengan demasiada venta los preservativos color negro..”

Pero el Jefe de Suministros, no prestaba atención a las palabras del disidente Bermúdez, porque estaba a punto de levitar escuchando embelesado a su admirado comunicador.

¿Podemos sacar algún aprendizaje de esta metáfora escrita por M.A. Benjamín en