

50 EMPRESARIOS SE GRADUARON EN LA XVI PROMOCIÓN DEL PROGRAMA INTENSIVO DE DIRECCIÓN DE EMPRESAS, PIDE

# Objetivo cumplido

José Emilio García Ramírez, Director General del Grupo Distransa, impartió la Lección Magistral

**MAMEN GÓMEZ**  
cgomez@santelmo.org

Con una experiencia media de 33 años y una media de edad de 40 años, los 50 empresarios y directivos que han finalizado con éxito el Programa Intensivo de Dirección de Empresas, PIDE, del Instituto Internacional San Telmo, celebraron el pasado 22 de abril la clausura de esta XVI Promoción del Programa.

La Lección Magistral del acto, que tuvo lugar en las instalaciones de la Cooperativa Farmacéutica de Málaga (COFARÁN), estuvo a cargo de José Emilio García Ramírez, Director General del Grupo Distransa y Antiguo Alumno de San Telmo.

A lo largo de su intervención hizo un pequeño recorrido por su trayectoria profesional dentro del Grupo Distransa, al tiempo que con toques de humor daba algunos consejos al auditorio, que ensimismado lo escuchaba. De este modo, comenzó arguyendo que un empresario ha de tener dos cosas, ser emprendedor y al mismo tiempo ser muy "cabezón". Para José Emilio, ser emprendedor es lo más importante teniendo como objetivo principal perdurar porque "las empresas nacen tumbadas y hay que levantarlas".

"Ganar dinero, tener éxito y hacer más grande las empresas es también un aspecto muy importante pero nunca hay que confundir lo que es un objetivo con lo que es un resultado. El dinero y el éxito son imprescindibles pero no tiene que ser el objetivo". En este sentido añadió que "Distransa nació sin dinero ni capacidad eco-

nómica pero sí lo hizo con muchas ganas. El dinero se encuentra y los negocios se montan con mucha responsabilidad".

Para este Antiguo Alumno lo realmente importante dentro de una empresa son las personas. "Cuando hacemos empresa hacen falta personas. Las empresas se montan con gente "normal", no hace falta que sean los más inteligentes, porque la inteligencia de verdad interesante es la que nos hace enseñar a utilizar lo mucho o lo poco que sabemos. En nuestra empresa decidimos un orden de prioridades, en las que lo primero son los trabajadores, lo segundo los clientes y lo tercero los procedimientos. También tenemos nuestras propias leyes del Marketing en la que lo 1º son las personas, lo 2º son las personas, lo 3º son las personas y lo 4º y lo 5º también son las personas".

Otro aspecto importante para una empresa, según José Emilio, es marcar objetivos claros. "El rumbo se marca, y ahí vamos todos pero el que diga que monta una empresa con un rumbo muy cierto no sabe lo que se le avecina". Tras esta afirmación, José Emilio leyó algunas frases de gente ilustre, frases que han pasado a la historia por resultar irónicas y que venían a demostrar que el mundo empresarial suele ser impredecible. De este modo, citó las siguientes frases:

- "Los viajes espaciales son una bobada imposible" (Harold Spencer, astrónomo inglés, 1957).

"Ganar dinero, tener éxito y hacer más grande las empresas es también un aspecto muy importante pero nunca hay que confundir lo que es un objetivo con lo que es un resultado. El dinero y el éxito son imprescindibles pero no tiene que ser el objetivo".



- "No hay el menor indicio de que se pueda obtener energía del átomo, eso significaría que habría que desintegrarlo" (Albert Einstein, 1932).
- "El máximo de computadoras que se podrán vender en el mundo es de cinco". (Thomas Watson, Presidente de IBM, 1943)
- "¿Existe alguien que tenga interés en que los actores hablen en las películas?" (Warner, años 20).
- "640 Kb deberían ser suficientes para cualquiera". (Bill Gates, 1981).

Tras esto afirmó que "tenemos que ser comprensivos, si esta gente se equivoca a este tamaño porqué nosotros ¿no? No quiero hacer apología de la cultura del error, sino añadir que no acertar forma parte de nuestra formación, de nuestro rumbo y de nuestro camino. El rumbo se cambia y eso no significa que te hayas equivocado, por lo que errar no es incompatible con la empresas".

Para concluir su intervención, el Director General del Grupo Distransa enseñó a los asistentes un cubo con seis fotografías. Explicó que un ex directivo de Nestlé le sugirió que marcara todas sus prioridades en la gestión de negocios, las plasmara en pequeñas fotografías y les echara un vistazo siempre que tuviera éxitos o fracasos. De este modo, explicó, una por una, estas imágenes, al tiempo que argumentaba el por qué de su elección.

En primer lugar, enseñó una foto de Einstein porque "me sugiere lo que es el mun-





do de las ideas. Procurar siempre que vuestros colaboradores puedan aportar ideas, que no tengan miedo a aportarlas ni a discutir las".

Señalando una señal de prohibido tachada, comentó de esta ilustración que "Prohibido prohibir. Hay que convencer, hay que proponer pero nunca hay que imponer".

De la fotografía de un bebé acercándose a su madre argumentó que "todos comemos, pero con la felicidad e ilusión que come un niño no come nadie. Tenemos que convertir nuestro trabajo en algo que nos haga realmente feliz".

La fotografía de una multitud le decía a José Emilio que "ser directivo es querer a la gente de manera sincera. Nunca se puede engañar a la sinceridad".

"Tenemos que ser verdaderos gestores del animal que cada uno lleva dentro sabiendo no sacar el animal de los demás" añadió mientras enseñaba al auditorio la fotografía de un simio.

Por último, mostró la imagen de los mandos de un avión, al tiempo que exponía que lo único que no se delega como directivo es el control. "Nosotros controlamos pero no somos auditores, somos controladores positivos".

Terminó apuntando que "un magnífico directivo es el que enseña y aprende. Paulo Coelho decía que hay dos problemas en la humanidad; uno es saber cuando comenzar y otro saber cuando parar. Vosotros habéis comenzado. Por favor, no parad nunca, sois gigantes del mundo directivo pero no caigáis en el gigantismo. Ser humildes y ser felices en lo que hagáis".

Además, participaron en esta clausura: Juan Carlos Díaz del Río Jáudenes, Director de la Decimosexta Promoción; el Prof. José Miguel Amuedo Dorantes, Director del Programa Intensivo de Dirección de Empresas; Adolfo Fernández Pereiro, Presidente de la Promoción; Antonio García de Castro, Director General del Instituto Internacional San Telmo y Eustasio Cobreros Vime, Presidente de la Fundación San Telmo.

### Perfil de la promoción

Esta XVI Promoción del PIDE contó con un total de 50 participantes. Su media de edad era de 33 años y su experiencia media de 10 años. De entre los participantes el 44% eran licenciados, el 26% eran diplomados y un 30% había realizado otros estudios.

Por provincias, dado que el Programa se imparte de forma simultánea en Sevilla, la

gran mayoría pertenecía a Málaga, que abarcaba el 52%; el resto eran de Granada, Cádiz, Jaén, Córdoba y Almería.

### El Programa PIDE

El Programa clausurado está dirigido a empresarios y ejecutivos que ocupan puesto directivos en pequeñas y medianas empresas, con frecuencia de origen familiar, que no necesariamente poseen estudios superiores. Su principal bagaje de conocimientos reside en su experiencia empresarial, que no debe ser inferior a cinco años, acumulados a lo largo de su práctica diaria.

El PIDE tiene como objetivo ofrecer una completa formación empresarial a quienes aspiran a ocupar puestos de mayor responsabilidad en la dirección de las empresas. Se trata de un Programa único, diseñado para adaptarse a los objetivos y circunstancias que concurren en la pequeña y mediana empresa, y a las características de sus participantes.

De este modo, los profesionales que ingresan en el Instituto para realizar este Programa tienen características comunes, entre las que se encuentran iniciativa, capacidad de esfuerzo, y deseos de asumir responsabilidades y nuevos retos.