



Licenciado en Ciencias Biológicas y en Farmacia por la Universidad de Navarra, además de Master en Ciencia e Ingeniería de los Alimentos por la Universidad Politécnica de Valencia.

●●● José María ha desarrollado su carrera profesional durante más de 20 años en empresas agroalimentarias fuertemente innovadoras.

Su experiencia directiva se concreta en los ámbitos de la Organización y Recursos Humanos, la Calidad y la Seguridad Alimentaria, la Innovación y el Desarrollo de Productos, la Seguridad y Salud Laboral, el Desarrollo Sostenible o la Responsabilidad Social Empresarial.

JOSÉ MARÍA GARRIDO

En la actualidad se dedica a ayudar a Pymes y profesionales agroalimentarios a obtener el máximo valor empresarial con Organización, Sistema y Personas.

Por Lola Barragán. Directora de Comunicación de Carnimad. Licenciada en Publicidad y RR.PP y Máster Europeo en Marketing Digital, Directo e Interactivo de ESIC.

"Hay que gestionar desde el liderazgo"

Estáis en primera línea intentando establecer medidas de protección y seguridad para para vosotros, empleados y ciudadanos, y al mismo tiempo estáis realizando un esfuerzo máximo por seguir dando el mismo servicio, con la calidad y la confianza de siempre, sin desfallecer y con una sonrisa.

Literalmente os encontraréis manejando un circo de tres pistas y ante esta circunstancia, y porque lo sabemos, nos gustaría aportar algunas reflexiones e ideas para que esta situación sea más llevadera. Para ello hemos entrevistado a José María Garrido, que lleva media vida en el sector agroalimentario y cuyo objetivo ahora al frente de Fresh Mentoring es hacer crecer a las empresas con el foco en las personas.

En primer lugar, José María, mil gracias por atendernos. ¿Podrías ofrecerle algún mensaje de ánimo para todos los sectores y profesionales que siguen trabajando en beneficio de la comunidad, aún a riesgo de su seguridad?

Si os fijáis estos días, cuando el Gobierno habla sobre la situación del coronavirus, no se dirige al país, se dirige a las personas. Y este ha sido para mí el gran descubrimiento en los últimos años. Yo pongo mucho énfasis en las personas y en la enorme complejidad que existe a la hora de conectar con ellas.

Por eso, mi recomendación sería que se fijasen en las personas, porque de ahí salen muchas posibilidades de actuación.

Ante una situación como la que estamos viviendo, el responsable de un establecimiento o el empresario

tiene que plantearse que no puede solucionarlo todo y que el funcionamiento del negocio depende en gran medida de cómo afronte la situación en cada momento.

¿Qué crees que es lo más importante hacer siempre en una situación de crisis como líder en una empresa o establecimiento?

Les diría que no pretendiesen hacerlo todo ellos, que intenten distribuir el trabajo. Tienen que descansar y cuidarse, tanto física como mentalmente.

El empresario normalmente no delega. En situaciones así veo que se echan todo a la espalda y así el engranaje no funciona. Hay que empezar a delegar el trabajo si uno quiere mantenerse fresco para tomar decisiones.

Desde un punto de vista empresarial, hay que analizar con el equipo todas las cosas de una a una: pedidos,

"De partida, esto es mucho más difícil de poner en práctica si el profesional está solo en el establecimiento, pero él también tiene la necesidad reflexionar, durante el tiempo que considere necesario, porque la realidad es que también tendrá que tomar decisiones"

qué pasa con los aprovisionamientos, cómo mantener la rutina en el día a día. Y esa información hay que analizarla, tomar decisiones y dejar que tu equipo y personal te ayuden a implantarlos.

Aquí entra a jugar un papel importante el liderazgo, entendido como la capacidad de arrastrar a otros contigo. Hoy más que nunca se ha descubierto la necesidad de la existencia de una persona que tome decisiones y que asuma el mando de la situación y que consiga que el equipo diga "vamos contigo, pase lo que pase".

De partida, esto es mucho más difícil de poner en práctica si el profesional está solo en el establecimiento, pero él también tiene la necesidad reflexionar, durante el tiempo que considere necesario, porque la realidad es que también tendrá que tomar decisiones.

¿Cómo podrían gestionar mejor la situación actual desde tu experiencia en el sector agroalimentario?

Hoy, en estas circunstancias, es muy difícil pensar en el futuro, aunque sea inmediato. La incertidumbre tiene identidad propia estos días. En ese sentido es necesario esperar un poco a que la situación sanitaria se resuelva.

Pero, al mismo tiempo, en esta situación es necesario tomar decisiones. En la vida, en los negocios y en la empresa existe una infinita gama de grises. Hay que analizar la información de la realidad de cada uno de estos días, llevar esos grises a "negro o blanco", y tomar una decisión. Ese es el liderazgo que se necesita en estos momentos.

En este sector en su conjunto, se está produciendo una dicotomía. Muchas de las empresas son familiares y al frente o tienen o han tenido a sus fundadores, cuyo concepto de empresa era hacerlo todo ellos. No sabían delegar, no tenían equipo y vivían esclavizados. Hoy sus hijos y herederos son jóvenes, con estudios, y piensan que hay que llevar las empresas de otra manera, con un objetivo de crecimiento, pero sin volverse locos. Crean equipos, aprenden a liderar y valoran a las personas, algo que se ha convertido en un factor crítico en las empresas.

Nuestro colectivo, el comercio especializado de la carne, cuenta con Carnimad. Ahora mismo todo el equipo se encuentra teletrabajando para que esta situación tenga el menor impacto posible en su actividad...

Evidentemente estar unidos por algo que nos cohesione, nos da fuerza.

Las organizaciones asociativas nos pueden decir qué medidas se están tomando, cuáles son las

recomendaciones técnicas y sanitarias para guardar la salud de los trabajadores.

El volumen de información que estamos recibiendo es enorme, pero en muchas ocasiones no nos aportan nada de interés. Las organizaciones lo que hacen es agrupar esa información.

Otro valor que aportan las asociaciones es la orientación. Indican cuál es la línea de supervivencia de los sectores. Aportan ideas, recomendaciones y orientaciones, y ese es el valor central, sobre todo para los más pequeños que no tienen posibilidades de hacer marketing o prospectar mercados.

Siempre es necesario, pero en momentos así, la agrupación te hace más fuerte.

La situación a priori apunta a que no se va a resolver en los próximos días ¿Alguna otra indicación o sugerencia como cierre?

En estos momentos, mientras la crisis sanitaria siga aquí, debemos centrarnos, por un lado, en la protección (la mía, la de mis empleados y la de los consumidores), y por otro, en ir tomando decisiones en función de las circunstancias y los acontecimientos de cada día.

Y otra cosa es cómo afrontar la situación que vendrá una vez pase la crisis sanitaria.

En este caso, y como consecuencia de los comportamientos ejemplares que se están poniendo de manifiesto en nuestro sector, creo que todos podremos extraer algunas enseñanzas.

La primera, el orgullo por haber seguido creando riqueza en unos momentos de parada casi total y de desconcierto generalizado, algo que ya en sí mismo es extraordinariamente valioso.

La segunda, el poner de manifiesto una motivación, un trabajo en equipo y un propósito (abastecer a la población) que seguramente será algo nuevo para muchos.

Y tercera, la certeza de que esta forma de enfrentar esta crisis, trabajando, produciendo, y poniendo en ello lo mejor de cada uno, será de un valor enorme a la hora de enfrentar la extraordinaria incertidumbre que nos espera a la vuelta de la esquina.

En resumen, el descubrimiento de que lo esencial de una empresa son el empresario y sus empleados.

Muchas gracias, José María. Esperemos que pasado todo esto, que deseamos sea pronto, podamos conocernos personalmente.