

ENTREVISTA

A JOSE GOMEZ

GERENTE DE INGOVI,

SDAD. COOP. VALENCIANA,

VICEPRESIDENTE DE P.Y.M.E.V.

Y MIEMBRO DEL COMITE

EJECUTIVO DE C.E.P.Y.M.E.V.

Realizada por: **Tomás Llopis**
y **Albí Rosell**

Iniciamos la conversación hablando de la aplicación de un sistema de «economía de fichas» en los conflictos intergeneracionales: Si quieres ir a un viaje, tener una moto... consigue el dinero en base a tus calificaciones escolares.

Este planteamiento, traducido a la empresa, ¿cómo lo ves?

Es lo que realmente se hace en las empresas, aunque no se le llama de esa forma. Lo que es indudable es que se trata de un buen aprendizaje... Si quieres algo, trabaja por ello.

¿Cómo ves las relaciones empresa-trabajadores? ¿Cómo influirían los conocimientos psicológicos?

Lo primero es que hay que intentar hablar todos un mismo lenguaje. Eso es fundamental. Desgraciadamente, como podemos ver en televisión y leer en los periódicos, estamos asistiendo a una especie de diálogo para sordos. Cuando oímos hablar a nivel político, sindical, empresarial..., parece un diálogo para sordos. La gente tiene aprendida su lección, no escucha la opinión ni las razones del otro; van a su aire.

Hay que saber escuchar a los demás. No estar pendiente de

la respuesta. Ver los detalles, lo razonable, mi respuesta más razonable. Eso es lo que acerca posturas. Deberíamos aprender, empresarios y trabajadores, a acercar posturas, hablar un mismo lenguaje.

Por otro lado, encuentro una enorme falta de imaginación a la hora de resolver problemas. Hace falta más imaginación.

Por parte de los líderes empresariales, y yo estoy en esa parte, no habría que esperar tanto de la Administración, de las subvenciones. Yo no necesito dinero, lo que necesito es trabajo. Hay que buscar mercados. Si yo tengo trabajo, seguridad en el trabajo en beneficios y financieramente, sabré hacerlo realizable. Pero, si me dan dinero y no me dan posibilidades...

Yo, a veces, desde ese punto de vista veo que los lenguajes son totalmente diferentes y hace falta imaginación, hace falta acercar posturas. La parte social no puede plantearse sólo temas de inflación, aumentos salariales, porcentajes... y el empresario no puede únicamente hablar de dos puntos a la baja. Es un poco absurdo. Es preciso potenciar otros valores para que la economía sea más rentable. Hablar de qué podemos hacer, unos y otros, para

que las empresas sean más productivas. Al fin y al cabo todos dependemos de la empresa; el país es una gran empresa.

Desde tu experiencia, ¿qué puede aportar la psicología y los psicólogos a ese lenguaje, a ese tema?, ¿tenemos algo que decir a los empresarios?

Estoy convencido de que es el instrumento adecuado para contribuir a un acercamiento de las posturas. Puede ayudar a superar esa falta de entendimiento. ¿Por qué esa falta de comunicación? Pienso que es una falta de educación, de aprendizaje. Una deficiencia cultural.

La psicología puede ser un instrumento adecuado para ayudar a acercar posturas. Para facilitar ese aprendizaje de la comunicación.

De hecho, en los dos últimos años en nuestra empresa, se están haciendo cosas en este sentido con resultados satisfactorios.

¡Hay que prepararse para el futuro! Estamos en un período de transformación, de crecimiento. Estamos formando al personal, modernizando la empresa. Existe un diálogo y todo el personal de la empresa, sin excepciones, está participando en ese proyecto de futuro. Se ha creado un clima adecuado, de consenso, de objetivos comunes. Hay acuerdo en lo importante de contribuir al proyecto común. Esto, en parte, es debido a unas actuaciones que se están llevando a cabo en el área de recursos humanos, por distintos equipos de profesionales.

¿Cuál sería la clave de lo que podría ser la línea de intervención de un psicólogo en la empresa?

Hay un concepto clave que está muy claro: la comunicación, trabajar en comunicación. Por otro lado está el análisis de la cultura empresarial en función del cual se podrá diseñar un proyecto de educación para el cambio. En definitiva, facilitar la evolución.

Habría que superar ciertas imágenes tradicionales. El psi-

cólogo, como técnico capacitado para analizar interacciones humanas, ¿tendría que intervenir como planificador de condiciones para facilitar el cambio?

Efectivamente. Hay que romper la imagen tan tradicional del psicólogo como persona a la que se acude «de puertas adentro» para tratar problemas familiares, personales... con gran secreto, como algo a ocultar.

Vuestra especialidad, si nos quedamos en ese planteamiento, se estará desaprovechando. Se trata de aprovechar socialmente al máximo vuestras capacidades como especialistas en el comportamiento humano.

Buscar, diseñar programas de intervención en el área de recursos humanos adaptados a cada empresa. Cada empresa es peculiar. Trabajar aprovechando los líderes naturales, canalizar sus inquietudes con adecuados programas de formación. Facilitar un acercamiento empresa-trabajadores.

Sí, pienso que la clave está en superar la imagen de resuelve-problemas, convirtiéndoos en facilitadores de cambios.

¿Cómo hacerlo?

Las empresas están formadas por personas. Habría que empezar por los directivos y gerentes. Tienen que entender estos nuevos planteamientos. Trabajar con los jefes de personal.

Convencerles de que, a medio y largo plazo, van a obtener resultados satisfactorios, van a perder conflictividad... Tendrán que ceder en algunas cuestiones y, a cambio, obtendrán menos conflictividad y más productividad.

Es posible optimizar los recursos humanos. Para ello es importante comprender que las personas son el principal activo con que se cuenta. Diseñar programas de prevención y optimización.

A partir de unas investigaciones previas, la empresa, dentro de sus planes de inversión, debe prever invertir en el área de recursos humanos, buscando su optimización.

En otro orden de cosas, ¿tú perteneces a dos organizaciones empresariales?

Así es. En este momento pertenezco a dos organizaciones empresariales, que en realidad deberían ser una nada más. Lo que sucede es que a veces hay intereses contrapuestos, problemas de identidad..., sobre todo cuando piensas en pequeña y mediana o gran empresa. Por una parte soy vicepresidente de P.Y.M.E.V. (Pequeña y Mediana Empresa Valenciana), un grupo de empresarios independientes que hace ya algunos años empezamos a mostrar públicamente nuestras inquietudes. Posteriormente iniciamos negociaciones, con vistas a la integración de este colectivo en el organigrama de la C.E.O.E. y, más concretamente la C.E.V. En este momento soy miembro del Comité Ejecutivo de CEPYMEV, las nuevas siglas que buscan la integración en un único movimiento empresarial de toda la pequeña y mediana empresa valenciana.

¿Cómo se ve al psicólogo en esas organizaciones?

A nivel de colectivo empresarial pienso que estas cuestiones, y me duele decirlo, todavía ni se plantean. El pequeño y mediano empresario, que es el círculo en que yo me muevo, suele ser una persona que, además de gerente, forma parte del cuadro productivo y a la que le cuesta mucho abandonar sus tareas para participar en cursos, reuniones... Entonces, mucho menos se plantea cuestiones como las que estamos hablando.

Dedican casi todo su tiempo libre a la empresa y, a veces, sucede como los árboles que no dejan ver el bosque. Si no tienes tiempo de levantar la cabeza y ver el panorama a tu alrededor, difícilmente te va a plantear estas cuestiones.

Me gustaría decir que el pequeño empresario a veces es muy incomprendido socialmente. Es, sobre todo, un trabajador.

¿Cómo podrían articularse



vías de aproximación? ¿Qué podemos aprender los psicólogos de los empresarios?

Los psicólogos debéis aprender el pragmatismo de los empresarios.

¿Y los empresarios, de los psicólogos?

La capacidad de análisis que, desgraciadamente, muchas veces nos falta.

Desde el Colegio de Psicólogos, ¿qué vías de colaboración mutua podemos establecer con las organizaciones empresariales? ¿Es posible una aproximación institucional?

El primer paso sería que, igual que existen contactos y

colaboración Universidad-empresa, deberían existir contactos y colaboración entre vuestro colectivo y las organizaciones empresariales.

Por otro lado, muchos de vosotros sois empresarios, autónomos, pequeños y medianos... ¿Qué hacéis para acercaros al colectivo empresarial? Deberíais integraros en él. Conocer esos colectivos desde dentro y, a través de las personas que están abiertas a vuestras intervenciones, contactar y convencer al resto.

Y, por último, pactar conjuntamente con las instituciones públicas. En otras áreas existen ayudas, bonificaciones. En el IMPIVA, por ejemplo, se está subvencionando al cien por cien la diagnosis a nivel de

gestión o control de calidad financiando esos proyectos. Pues, en el área de recursos humanos, que ya he dicho que es el activo más importante de cualquier empresa, habría que negociar conjuntamente con el IMPIVA, o con quien sea, ayudas para que al empresario no le cueste dinero conocer que hay más posibilidades y unos especialistas. A continuación, tras ese primer contacto, esa diagnosis, el empresario ya intentará financiar el desarrollo de los trabajos.

Las instituciones han de colaborar decididamente a potenciar ese desarrollo del área de recursos humanos.

Podemos empezar por conocernos, reunirnos...