

Quan, fa vint anys, Carlos Riba Farrés es va llicenciar en psicologia industrial, eren molt pocs els qui creien en aquesta especialitat; avui, en canvi, és una de les més valorades i que més futur semblen tenir: “**Jo sóc nét d’empresari tèxtil de Sabadell, el meu avi va fundar Tèxtil Riba, una indústria que funciona actualment, i el meu pare en va ser un dels continuadors. Segurament va ser la inquietud empresarial que es vivia a la meua família el que em va calar tan a fons, em vaig sentir molt atret pel coneixement de les persones d’una manera molt pragmàtica, i això és el que m’oferia la psicologia industrial.**” Però han hagut de passar alguns anys perquè aquesta especialitat hagi estat valorada en la seva justa mesura: “**Una de les apostes més importants que s’estan fent en aquests moments en el món empresarial i econòmic és el valor de les persones com un actiu. Es tracta de gestionar tot aquest actiu, i evidentment per fer-ho cal tenir coneixements de la seva psicologia.**” De totes formes, afegeix: “**El concepte ‘psicologia industrial’ arrossega uns components terminològics una mica antics, i potser ens hauríem de plantejar definir-los d’una forma diferent. De fet, aquesta ciència va néixer perquè els empleats de les indústries treballessin amb més il·lusió, més motivats i més involucrats. Ara, tot això ha canviat força.**”

El que fa Agrupa ja no té gaire a veure amb aquells inicis. Ara del que es tracta és de definir les necessitats concretes de l’empresa i buscar la persona adequada per saber si hi encaixa: “**La nostra feina cobreix la faceta de trobar l’individu ideal per a un marc ideal, ajustar la persona a l’empresa, i fer-ho amb un gran coneixement de les dues parts per tal de minimitzar el risc d’error.**” I encara hi ha més: “**Després té lloc tota una fase en què treballem perquè aquesta persona s’integri al seu nou treball, ha de veure el dia a dia, com som, qui som i com ens ajustem els uns als altres, perquè l’empresa és una maquinària que va funcionant independentment que s’hi incorpori una o deu persones.**” Així, doncs, la tasca d’en Carlos i els seus companys comença amb el reclutament i continua amb els molts anys que aquesta persona pugui estar dins l’organització en diferents nivells. “**També cal dir que entenc la psicologia en un marc molt global, tot i que és evident que des de la cultura anglosaxona o asiàtica es veuen les coses d’una altra manera. A Europa tenim una forma de ser, uns hàbits i unes actituds que fan que haguem de desenvolupar la nostra psicologia del comportament. Això no treu que puguem buscar referents a altres cultures, però aleshores manca una bona transcripció cap al que ens fa falta a nosaltres.**” I acaba: “**Al Vell Continent no n’hi ha prou a fixar bons currículums, també valorem l’actitud, a més de l’aptitud i l’experiència. I això ho tenim molt en compte a Agrupa.**”

El que més preocupa a en Carlos és fer la feina molt ben feta i no deixar cap cap per lligar: “**Nosaltres tenim una intenció, i és la de ser consultors dels nostres clients, i això en el món de la selecció de personal no sempre és ben entès. Hi ha qui pensa que la nostra feina consisteix a posar un anunci i esperar que truqui algú, i res més lluny de la realitat.**” El que es proposen a Agrupa és que l’empresa client tingui clar que “**vol fixar algú bastant-se en criteris de recursos humans, perquè aquesta és la nostra feina. Volem que el client sàpiga qui es posa**

dins de casa, i que el més important no és que tingui un nom de sobres conegut, sinó tot un potencial per desenvolupar.” L’obsessió d’en Carlos, doncs, és entendre què manca en aquella organització: “**Això és fonamental i és part de l’èxit de la nostra feina. Hem de conèixer els punts forts dels clients, però també els febles, i el mateix passa amb els candidats, però sovint és complicat que ells mateixos te’ls expliquin. Habitualment tant els uns com els altres s’amaguen darrere d’una closca, són esquerps en mostrar les seves debilitats, però són molt importants, perquè els punts forts ja els veiem sense que ens els expliquin gaire. Pensar que no tenim mancances és absolutament ingenu, el que passa és que socialment tenim una ultraprotecció que ens fa actuar així. Per això quan parlem amb els candidats intentem que es creï un clima distès, que se sentin bé i que ens parlin amb franquesa. Els tests només els utilitzem com a eina i pensem que massa vegades es fan servir com a conclusió, cosa que és un error.**” Són dos, per tant, els moments claus del procés: “**El primer que hem de fer és entendre què vol l’empresa, què és el que està buscant, i hem d’analitzar si realment li fa falta, perquè ens trobem a vegades amb companyies que volen un astronauta i no tenen nau espacial.**” Aleshores la feina dels consultors consisteix a orientar-los i assessorar-los: “**Aquesta és una de les peces clau i l’altra es produeix quan ja he trobat la persona que em sembla que pot cobrir aquesta mancança del meu client, l’he de conèixer bé i he d’identificar en ella totes aquelles característiques, competències i capital humà per aconseguir un encaix molt més fàcil amb l’empresa.**” Si un d’aquests elements falla, “**correm el risc que tot plegat sigui un fracàs.**” La feina d’en Carlos, doncs, no està exempta de responsabilitat: “**Sense voler estem jugant amb emocions, situacions i famílies, i ho hem de tenir en compte. De totes maneres, també hem de saber abstreure’ns i entendre que el que fem és facilitar una necessitat a una situació.**” És important, tanmateix, saber escoltar molt bé a tothom: “**Actualment, considero que s’escolta poc i és molt important fer-ho. Hem de saber què amoïna la gent, què la il·lusiona, quines expectatives té, i el mateix candidat ha de saber analitzar la seva situació, la seva aportació a l’empresa, ha de saber per què passen unes coses o unes altres.**”

Pel que fa al futur, en Carlos té les coses força clares. La seva idea és continuar treballant en aquesta línia, sempre amb honestedat i transparència: “**La nova era que estem vivint el que fa és deshumanitzar molts components de les empreses, i el nostre repte és precisament humanitzar-la. Hem de procurar que les noves comunicacions siguin realment comunicacions, que no ens allunyin els uns dels altres, sinó que ens uneixin una mica més.**” I encara afegeix: “**El món de la PIME està entrant en aquesta dinàmica, i el meu projecte és intentar professionalitzar-la encara més sota criteris de recursos humans. Es tracta de donar oportunitats perquè els treballadors es desenvolupin. Penso que és un error fixar clònics, el que cal és que quan un canviï de lloc estigui sempre una mica per sota del que li demanen, perquè li suposi un repte. A més, la gent està cada vegada més cansada de sentir-se un número, el que vol és notar que és part d’un projecte.**”



**“A Europa, no n’hi ha
prou a fitxar bons
currículums,
també valorem l’actitud,
a més de l’aptitud
i l’experiència”**

J. Carlos Riba - Barcelona (Barcelonès)