

Consol Iranzo va posar-se a treballar als catorze anys, i poc podia pensar aleshores que arribaria a ser directora associada de Norman Broadbent, una empresa multinacional situada gairebé arreu del món i que es dedica a la consultoria i desenvolupament a tota l'àrea de recursos humans, sobretot en el tema de *headhunting*, és a dir, la recerca i desenvolupament de directius, així com *assessment centre*. Aquesta "és una tècnica per la qual s'avalua gent per diversos motius. Poden ser persones que estan treballant en una empresa i es vol veure quin és el potencial que tenen per poder assolir altres llocs dins la mateixa organització, o també es poden fer estudis per a processos de selecció."

"Vaig començar a treballar en comerç exterior i vaig entrar a la universitat als 25 anys per estudiar psicologia. M'encantava el que feia, m'havia preparat, però sempre m'havia atret la carrera de psicologia i la vaig fer amb molta il·lusió i ganes quan en vaig tenir l'oportunitat." En aquells moments, doncs, no es plantejava un canvi professional, però el va fer: "El meu primer contacte amb la consultoria es va produir en el camp de la selecció de personal i, posteriorment, el 1996, vaig tenir l'oportunitat d'incorporar-me a Hay Selección, fins que el 2001 vaig fer el pas a Norman Broadbent."

En aquells cinc anys a Hay Selección la companyia va créixer en solidesa i prestigi, i per aquest motiu la Consol decideix afrontar un nou repte entrant a formar part d'una altra empresa: "És una firma encara poc coneguda a l'Estat espanyol, però sí a escala internacional. En aquests moments som deu consultors i tenim dues oficines a Espanya, una a Madrid i l'altra a Barcelona." Va ser l'any 1994 que Norman Broadbent es va establir a la capital de l'Estat. "Un negoci de consultoria de recursos humans necessita un període més o menys llarg de temps per consolidar-se. Es tracta d'una venda de serveis, i per demostrar-ne la qualitat ha de passar un cert temps. Cal donar-la a conèixer i que els clients hi confiïn." Aquest és un dels reptes que han plantejat a la Consol: "Es tracta de tirar-la endavant tant com pugui dins de la meva àrea de responsabilitat, que és tot el desenvolupament de negoci de l'àrea industrial arreu de l'Estat." I afegeix: "En la consultoria de *headhunting* es treballa en el que s'anomena sistema de pràctiques, que vol dir que els consultors tenen una coneixement profund del sector en què es mouen, en el meu cas l'industrial. Em dedico, doncs, a totes les empreses que puguin tenir una indústria al darrere, ja sigui de l'automòbil, química o farmacèutica, per posar-ne tres exemples."

A l'hora de seleccionar personal es fa un treball molt acurat: "Partim d'unes bases de dades que es confeccionen després d'una recerca. Si ens demanen, per exemple, un director comercial per a una empresa química i volen que vingui del mateix sector, hem d'esbrinar quines són les empreses més importants i quines persones ocupen aquests càrrecs." No és una feina gens senzilla: "Tenim un equip de gent que se n'encarrega. És l'anomenat equip de *recherches*." Posar-se en contacte amb la persona escollida demana, a més, delicadesa: "Has de fer-li veure que el que li estàs oferint és bo per a ell i per al desenvolupament de la seva carrera." Però una trucada d'aquestes característiques potser pot fer trontollar els esquemes de vida d'aquest

individu: "La majoria de gent, si està bé en el lloc on treballa, no té cap mena de dubte i et diu que no li interessa, fins i tot a vegades ell mateix et recomana alguna altra persona. Si vol venir a parlar amb nosaltres, el que fem és oferir-li un ventall ampli de possibilitats, però al final sempre és ell qui decideix."

Per a un consultor, "entrar dins d'una empresa tampoc és gens senzill, i cal que demostris a bastament que fas una feina que a curt o llarg termini donarà resultats positius. L'empresari ha de veure que t'interessa pel seu negoci, que et preocupa i que el vols ajudar. Jo el primer que faig sempre és demanar que m'ensenyin la fàbrica, que em mostrin quin és el producte que fan, com el produeixen i com el venen, perquè si no entenc el seu negoci, la seva cultura i cap allà on van, difícilment podré ajudar-los en cap sentit." Però sembla que Catalunya encara no ha acabat de copsar la importància que pot tenir la consultoria per al teixit empresarial: "Encara existeix una mentalitat de petit comerciant, d'aquest esperit de lluita que ha tirat sempre el país endavant, però que ara també ha de ser conscient que els temps han canviat i que ha de liderar un nou canvi. Apuntar-se a aquesta transformació és bàsic perquè l'empresa catalana no mori. El que passa és que a molts empresaris encara els costa delegar, són persones molt treballadores i pensen que si deixen anar un cap se'ls desfarà tota la troca."

Actualment, en el món de la consultoria hi ha una gran participació femenina, però, quan la Consol va començar, aquesta era una feina eminentment masculina: "En aquest sentit les coses estan canviant, però penso que encara queda força camí per recórrer. A mi, tant la consultoria com tot el tema de comerç exterior m'ha resultat molt difícil. M'explico: a l'home, el valor se li suposa, i la dona, en canvi, l'ha de demostrar constantment. D'altra banda, un home davant d'un altre no dubta mai de la seva professionalitat, però sí que ho fa enfront d'una dona. També és cert, tanmateix, que un cop t'has guanyat la seva confiança és difícil que la perdís. Jo penso que hem de demostrar que som capaces de fer les coses ben fetes i que som diferents dels homes, que tenim unes característiques distintes i que les hem de potenciar." I afegeix: "Durant un temps, va semblar que la dona havia d'imitar l'home, actuar com ell i vestir-se d'una forma masculina per entrar en el món dels negocis, i crec que això és un error. Es tracta d'aprofitar les nostres qualitats i desenvolupar-les al màxim possible, però sense imitar ningú."

Consol Iranzo Murillo està molt satisfeta de fer el que fa, i pensa que és gratificant veure com cada vegada més es valora la seva feina en l'àmbit de la consultoria: "Em sento molt feliç quan gent que ha treballat amb mi em continua telefonant per demanar-me consell. També tinc clients que són amb mi des de fa quinze anys, encara que jo hagi canviat d'empresa. Per a mi això és la fidelització de què tant es parla." I pel que fa a la professió, creu que "seria molt interessant que hi hagués una associació o un col·legi seriós de consultoria, perquè hi ha molt intrusisme i s'està donant un servei que no és l'adient. S'ha parlat ja en algunes ocasions del tema, però sembla que la idea no acaba de quallar."



“L’empresari ha de ser conscient que els temps han canviat; apuntar-se a aquesta transformació és bàsic perquè l’empresa catalana no mori”

Consol Iranzo - Barcelona (Barcelonès)