GASTRONOMÍA

La gestión del 'ADN Roca'

MODELO Con una psicóloga en plantilla, los Roca premian la actitud en su selección del personal.

Marta Fernández Guadaño. Madrid

"¿Eres el hermano mayor, el menor o el mediano? Quizás, ¿tienes mascota?". Son algunas de las cuestiones que forman parte de la entrevista personal que los hermanos Roca realizan a los aspirantes a incorporarse a El Celler de Can Roca. "Hemos cambiado nuestro sistema de selección de personal; hoy es mucho más importante la actitud que la aptitud", argumenta Josep Roca. "Recibimos muchísimos currículum de gente que ha pasado por grandes casas, pero nos interesan otras cosas".

Es el 33% del restaurante de Girona, donde asume funciones de *sumiller* y jefe de sala, con sus hermanos Joan (cocina salada) y Jordi (cocina dulce). Ayer, participó en una mesa redonda organizada en Madrid por ICIL, entidad de investigación empresarial en logística, junto con Carles Cabrera, director del Institut Cerdà y autor del libro *El Celler de Can Roca: generando valor en empresas de servicios* (Librooks). Los Roca "han sido extraordinariamente coherentes en todos sus procesos", dice Cabrera. Es el rasgo clave que ha determinado su ADN, concepto del que "se está haciendo un mal uso. El ADN es mucho más simple: es lo que una empresa quiere hacer y cómo lo quiere hacer".

Para Josep Roca, "el ADN está más vinculado a lo que quieres ser, no a lo que quieres tener. El Celler se basa en una cocina de estilo libre, que bebe del pasado y que se mueve con sensación de crecimiento y amplitud de mirada. Somos tres cabezas, un solo sombrero, con tres maneras de interpretar en tres mundos, que se unen de una manera fraternal para crecer de manera transversal".

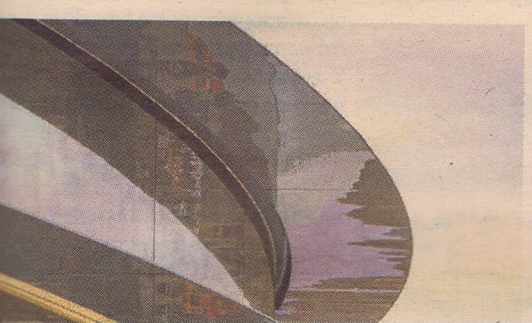
Josep Roca es sumiller y jefe de sala de El Celler de Can Roca.

"Todos tenemos talento; lo complicado es adivinar cuál es y amplificar sus posibilidades"

"El Celler se basa en una cocina de estilo libre, bebe del pasado y se mueve con sensación de crecimiento"

En este *ADN Roca*, que define a este espacio triestrellado y segundo mejor del globo, " el más importante es el cliente interno que va a cuidar al cliente externo. Tienes que tener tiempo para escuchar a las personas de tu equipo". Así, El Celler decidió hace seis años cerrar el martes a mediodía y dejar de facturar 55 personas, por unos 300 euros de ticket medio, para dedicarnos a formar y escuchar al personal. "Todos tenemos talento; lo complicado es intentar adivinar ese talento y amplificar las posibilidades para que sobresalga esa actitud", cuenta Josep Roca. En su equipo (unas 75 personas), aparte de químicos e ingenieros agrónomos, hay una psicóloga en plantilla y, además, *stagiers* que realizan prácticas de cuatro meses. "Si estuvieran un año, nos aprovecharíamos de ellos. Con sólo cuatro meses, no te salen las cuentas en tu esfuerzo de formación, pero nos aportan mucho", dice el *sumiller*.

Los proveedores (más de 500, con un 85% de sus productos son de proximidad) son otros de los protagonistas del *ADN Roca*. "Lo primero es respetarlos con los pagos y, además, ahondar en su singularidad, mostrar respeto por su oficio, dar valor a la artesanía, gestionar su diversidad , y ayudarles y a ser sus altavoces".

En este espacio del barrio de Taialà, "calificado por las guías gastronómicas hace años como suburbio alejado de la parte de interés turístico de la ciudad", el 1 de marzo se abren reservas para febrero de 2018. "En cuatro minutos, está completo. Pagamos a tres personas para coger el teléfono y decir no", explican. Y hay herencia en la *genética* empresarial de esta saga, cuyos padres siguen regentando Can Roca (enfrente de El Celler), con un menú por 11 euros. "Sacrificio, esfuerzo, rigor y perseverancia son valores mamados desde pequeños, junto con hospitalidad y generosidad".

ARQUITECTURA