

EMPRESAS

PEOPLEMATTERS

A LA VANGUARDIA DE LA GESTIÓN DEL CAPITAL HUMANO



PeopleMatters es «una fuente de innovación y aire fresco» en sus áreas de especialidad

La compañía española cumple 10 años de vida. En esta década, PeopleMatters ha conseguido situarse en la cabeza del mercado de la consultoría del capital humano. Sigue destacando por adecuar la oferta a las circunstancias de cada organización y por desarrollar nuevas prácticas y fórmulas de gestión.

I.D.C. • Madrid

PeopleMatters nació en octubre de 2003 gracias a la iniciativa de un grupo de profesionales de reconocido prestigio con el objetivo común de «crear valor a través de las personas». El momento económico era bien distinto al de hoy: «El mundo en estos últimos 10 años —explica Alfonso Jiménez, su socio director— ha experimentado muchos cambios en lo económico, las tecnologías, lo social, y aunque nuestro trabajo como firma se ha ido ajustando, en lo esencial no ha cambiado y ha seguido siendo ayudar a nuestros clientes a crear valor (actual y futuro) a través de las personas». Y subraya: «nos reafirmamos en que la creación de valor depende de las personas que forman parte de la empresa, que son la empresa».

PeopleMatters dispone de una plantilla de 30 especialistas y cuenta con cinco líneas de servicio —Estrategia de Capital Humano, Procesos de Gestión de Personas, Capacidad Directiva y Gerencial, Diversidad, Conciliación e Igualdad, Employer Branding y Comunicación—; cuatro grandes soluciones para afrontar los retos actuales de negocio —Eficiencia Organizativa, Internacionalización, Innovación y Gestión de Profesionales Mayores—; Programas de Desarrollo,

Competencias en Alianza —GRP, en Alianza con World at Work y Venta Consultiva y Gerencial en Alianza con IM-PARTA—, y Programa Multitempore para la Atracción del Talento Global —Recruiting Erasmus—.

A lo largo de este tiempo, relata su máximo responsable, «hemos trabajado en muchas compañías de muy diferentes sectores, tamaños y realidades, y como fruto de esta experiencia hemos ido creando un cuerpo de conocimiento que es la base de nuestro pensamiento, que junto con el cumplimiento de nuestros valores y nuestro equipo nos ha permitido convertirnos en un referente de importancia en el mercado de la consultoría del capital humano».

CULTURA CORPORATIVA

«La empresa es una fuente de innovación y aire fresco en nuestras áreas de especialidad. Nos encanta ofrecer a nuestros clientes la vanguardia. Por ello, además de hacer proyectos, dedicamos parte de nuestro tiempo a desarrollar conocimientos, ideas, nuevos servicios...», subraya. «Tenemos —prosigue— un enfoque de gestión de personas que podríamos denominar como “relativista”; para nosotros no existe una gestión buena y mala sino que esta depende de tres factores: la situación de la empresa y su estrategia, la cultura corporativa por la que

«Hemos sido pioneros tanto en llamar la atención sobre prioridades en las estrategias como en traer ideas, prácticas y herramientas»

apuesta y las circunstancias del mercado laboral donde se opera».

Alfonso Jiménez se atreve a señalar que «como fruto de nuestro permanente proceso de gestión del conocimiento organizado a través de diversos grupos que denominamos ‘Service Lines’, hemos sido pioneros en diversas materias, tanto en llamar la atención sobre nuevas prioridades en las estrategias de la gestión de personas como en traer ideas, prácticas y herramientas pioneras a nuestro mercado». «Va en nuestro ADN estar a la vanguardia de las ideas», apostilla. Respecto a los conceptos y las prácticas, ha sido pionero en implantar programas de ‘Employer Branding’, así como en materia de diversidad, conci-

liación e igualdad o en traer los programas de ‘World at Work’ a nuestro país. La principal característica de la firma se centra en adecuar la oferta a las circunstancias de cada organización, adaptándose al momento económico de la compañía y el sector, las peculiaridades de su negocio, el nivel tecnológico y de innovación. Además, «nos caracterizan otros rasgos: trabajamos con nuestros clientes en la gestión estratégica y operativa de su capital humano para ayudarles a conseguir sus objetivos empresariales; ayudamos a diseñar y a poner en marcha las soluciones adecuadas a las necesidades y oportunidades del negocio y las personas que lo hacen posible, y todos los profesionales estamos comprometidos con el rigor, la superación de expectativas y la generación de valor a través de las personas».

¿Qué retos se plantean para los próximos 10 años? «Primero, mantener vivo el espíritu de innovación y rigor. Tenemos que seguirnos diferenciándonos por ser los mejores. Y eso implica invertir en nuevas ideas, nuevos profesionales, nuevos conceptos». «Segundo, pasar de mantener redes de colaboradores a modelos de relación con firmas completarias, pero bajo modelos de alto compromiso que nos obliguen a crecer juntos». «Tercero, seguir investigando en aquellas áreas que más diferencia nos proporciona como es la evolución del mercado laboral, la definición de estrategias de capital humano, la gestión del desempeño y las recompensas, la búsqueda de fórmulas de conciliación y la productividad, el desarrollo de competencias así como seguir trabajando el modelo y la metodología de ‘Employer Branding’». «Cuarto, mejorar nuestra proactividad en el desarrollo comercial generando nuevas oportunidades». «Quinto, seguir creando mercado, formando a profesionales y concienciando a la comunidad de negocios sobre la importancia de las personas para el éxito de las empresas. Y queremos seguir colaborando con determinadas instituciones académicas y asociaciones profesionales en parcelas de interés común». «Y sexto, estar presentes en otros mercados fuera de nuestro país».

Jiménez también reflexiona sobre las claves de futuro en el ámbito de los recursos humanos: «Si una empresa quiere ser competitiva, tiene que tomarse muy en serio la gestión de ese factor crítico que son las personas e introducir métricas, como en cualquier otro ámbito importante para la gestión».