



Alberto Martín

PeopleMatters celebra su décimo aniversario creyendo en el valor de las personas

PeopleMatters nació en octubre de 2003, en un momento económico bien distinto del actual. El mundo en estos últimos diez años ha experimentado muchos cambios en lo económico, en las tecnologías, en lo social, y aunque el propósito de la firma se ha ido ajustando, en lo esencial no ha cambiado y ha seguido siendo ayudar a sus clientes a crear valor (actual y futuro) a través de las personas.

Este mes de octubre, la consultora PeopleMatters celebra su décimo aniversario. Alfonso Jiménez, socio director de la Firma, nos explica cómo ha evolucionado PeopleMatters en estos diez años y qué retos de futuro se han marcado.

PeopleMatters celebra este año su décimo aniversario. ¿Qué han aprendido en esta década?

En este tiempo 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 esencia de nuestro pensamiento que, junto con el cumplimiento de nuestros valores y nuestro equipo de profesionales, nos ha permitido convertirnos en un referente de importancia en el mercado de la consultoría del Capital Humano.

¿Cuál cree que han sido los cambios más destacados en cuanto a gestión de personas estos años?

Tenemos un enfoque de gestión de personas que podríamos denominar como "relativista"; no existe una gestión buena y mala sino que ésta depende de tres factores: la situación de la empresa y su estrategia, la cultura corporativa por la que apuesta y las circunstancias del mercado laboral donde se opera.

La gestión de personas es un factor clave de competitividad empresarial y, por adición, de los países. Y cada día lo es más en un mundo global y esto es así por una clara razón. Porque no hay ningún otro factor empresarial que tenga más impacto en los ingresos (en ventas y operación, especialmente en una economía de servicios) y en el gasto empresarial (no hay nada que cueste más como tener un equipo de personas).

La gestión de personas es inseparable de la gestión del negocio. No es un tema solamente técnico e independiente del devenir de la empresa, sino que está en el ADN de todo proyecto empresarial. Por ello, la gestión de personas no es algo del equipo de Recursos Humanos, sino de toda la estructura directiva y gerencial de la compañía, empezando desde la Alta Dirección y que llega a todos los que tienen la responsabilidad de transformar una estrategia en resultados a través de las personas.

En este sentido está claro que la coyuntura de hace diez años era bien distinta de la actual y las estrategias de los negocios en general estaban más centradas en la generación de ingresos. Tras la crisis, las estrategias basadas en la búsqueda de la eficiencia han sido las que han predominado en muchas empresas y muchos negocios.

¿En qué adelantos del sector de RRHH cree que PeopleMatters ha ayudado?

Podríamos decir 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.

Así por ejemplo, llamamos la atención a primeros de los 2000s, sobre la importancia que iba a tener en nuestro mercado laboral la inmigración. Actualmente, estamos predicando la necesidad de enfrentarnos a un nuevo desafío en Europa y en España, el envejecimiento de la población activa. Vamos a vivir años complicados, España va a ser un país envejecido y lo va a ser como ningún otro país lo ha sido jamás. Nuestras empresas no están suficientemente concienciadas de las tremendas repercusiones que el fenómeno del envejecimiento va a tener para nosotros.

Desde el lado de los conceptos y prácticas, hemos sido los pioneros en implantar programas de *Employer Branding*, en materia de Diversidad, Conciliación e Igualdad o, por ejemplo, en traer los programas de *World at Work* a nuestro país.

¿Cómo definiría el valor añadido de su consultora?

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.

Hemos sido pioneros en implantar programas de *Employer Branding* y en materia de Diversidad, Conciliación e Igualdad

Algunos de los rasgos que nos caracterizan son en primer lugar, que trabajamos con nuestros clientes en la gestión estratégica y operativa de su capital humano para ayudarles a conseguir sus objetivos empresariales.

En segundo lugar, ayudamos a diseñar y a poner en marcha las soluciones más adecuadas para las necesidades y oportunidades del negocio y las personas que lo hacen posible. Finalmente, somos un equipo de profesionales comprometidos con el rigor, la superación de expectativas y la creación de valor actual y futuro a través de las personas.

¿Cómo definiría a las personas que forman parte de ella?

Una de las claves de nuestro éxito es nuestro equipo, el cual está compuesto por profesionales

íntegros, comprometidos, con visión internacional, con conocimientos de negocio, con alta vocación por aprender sobre la gestión de personas y con inteligencia emocional. Por desgracia, este "mirlo blanco" es escaso, por eso, un porcentaje alto del tiempo de los socios, directores y gerentes lo dedicamos a entrevistar candidatos, ya que para nosotros el proceso de búsqueda y selección es una de las claves de nuestro éxito (y también de nuestro fracaso).

Desde nuestra Firma, estamos convencidos que nuestros profesionales, con su servicio son portavoces de nuestra propuesta de valor, son nuestros principales embajadores de nuestra marca y sin ellos esto no sería posible.

¿Qué diría a los clientes que han confiado en PeopleMatters en estos diez años?

En este punto quisiera dar las gracias a todos los han confiado durante estos diez años en nosotros como profesionales de la consultoría para asesorarles en sus estrategias de gestión de personas y, en definitiva, a aportar valor a sus organizaciones a través de las personas. Sin ellos, no habríamos llegado hasta aquí.

¿Qué retos se formulan de cara a los próximos diez años?

- 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.

- Pasar de mantener redes de colaboradores a modelos de relación con firmas complementarias; pero bajo modelos de alto compromiso que nos obliguen a crecer juntos.
- 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*.
- Mejorar nuestra proactividad en el desarrollo comercial generando nuevas oportunidades.

peplematters

Serrano, 21 - 28001 MADRID - Tel.: 91 781 06 80
www.peplematters.com



Creamos valor, creamos futuro... desde las personas

- 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.
- Estar presentes en otros mercados fuera de nuestro país.

¿Cuál cree que serán las claves de futuro en el sector de los Recursos Humanos?

Los principales retos de Recursos Humanos durante este periodo de crisis que estamos viviendo tienen que ver con cosas como gestionar el cambio y alinear la cultura para atender a los retos estratégicos del negocio, asegurar la capacidad directiva con buenos gestores capaces de atraer, desarrollar y retener el talento, implantar medidas de austeridad y control de costes para contribuir a la eficiencia organizativa.

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. Sólo serán exitosas aquellas soluciones que estén ligadas a los retos del negocio; es decir, aquellas que tengan impacto medible y tangible en resultados. Esto se convierte en un imperativo para hacer negocios sostenibles y competitivos.

¿Hasta qué punto el departamento de Recursos Humanos es influyente dentro de una compañía?

En una empresa que quiere ser competitiva es vital que la estrategia en Recursos Humanos esté alineada con la de la compañía. En este sentido, el área de Recursos Humanos, y en especial la

función del director de Recursos Humanos, ha evolucionado sustancialmente y ha pasado de ser una figura de mero soporte a convertirse en un *partner* estratégico para el negocio.

La detección, atracción y retención del mejor talento son imposibles sin un departamento de Recursos Humanos innovador y abierto a la realidad de un mercado que cambia cada día. Una muestra de la importancia de esta figura es que forma parte del Comité de Dirección de muchas organizaciones en la actualidad.

¿Hacia dónde se encamina el capital humano de las organizaciones?

La estrategia de RRHH pasa por crear un ambiente en el que la innovación fluya, en el que el error se admita y sirva para aprender y mejorar conjunta y continuamente. El objetivo es conseguir los mejores profesionales y, además, dotarles de las herramientas y conocimientos para ayudarles a crecer profesionalmente y ser más competitivos.

¿Qué papel tendrá la movilidad?

Estamos en un momento de cambios, de ruptura de paradigmas, de transformación. En este escenario necesitamos profesionales flexibles y la movilidad es un atributo de algo más genérico que es la flexibilidad.

Cada día los negocios están menos atados a las limitaciones físicas y espaciales y se vende y se compra más en sitios diferentes a donde localmente operamos. La globalización ha llegado para quedarse y los profesionales tienen que aportar más y más movilidad. Hoy un profesional que no se mueva valdrá menos que el que es capaz de moverse. Por ello, hay empresas que han puesto en marcha iniciativas, como *Recruiting Erasmus*, que están orientadas a la captación de jóvenes con movilidad.

Para movilizarse globalmente se necesitan idiomas y capacidad de viajar, a veces de manera inmediata, esto es algo que distingue a unos profesionales sobre otros y será algo más importante cada día que pase.

Si una empresa quiere ser competitiva tiene que tomarse muy en serio la gestión de las personas

¿Cuál es el papel de los jóvenes en este nuevo marco?

Estamos ante un cambio generacional muy importante en nuestro mercado laboral. Los jóvenes que actualmente llegan al mercado son la generación Y, los nacidos a partir de 1980 y son muy distintos a los que fueron jóvenes en generaciones anteriores. Actualmente los jóvenes quieren disfrutar con lo que hacen, eso es más importante que otros factores como hacer una carrera o fijarse metas ambiciosas a medio plazo. Son inmediatos, lo que importa es el aquí y ahora.

Otro cambio importante es la valoración del tiempo libre. El ocio es muy importante en su escala de valores y tienen muy en cuenta cuánto tiempo personal les deja el trabajo. A pesar de la crisis, los temas relacionados con la conciliación personal y profesional han venido para quedarse entre nosotros. Es casi tan difícil imaginar trabajos de doce horas diarias durante periodos de tiempo, como que las parejas actuales tengan siete hijos en nuestro país ■



Equipo de PeopleMatters.