

Una consultora de referencia en la gestión de personas

Ha cumplido 13 años y en esta etapa se ha convertido en una de las firmas especializadas más reconocidas por su visión del negocio y del capital humano

Constituimos PeopleMatters en octubre de 2003, nació como casi todas las empresas, con un sueño. En nuestro caso, fue el de convertirnos en la firma de referencia en materia de Gestión de Personas en nuestro país. Ser un referente con capacidad de influencia para ayudar a las empresas de nuestro mercado a ser mejores, a ser más competitivas, todo ello a través de las personas, que son el principal factor de éxito de cualquier negocio. Así pues, estamos en plena adolescencia. En 2016 cumpliremos 13 años. Estos 13 años no han sido lineales. Podríamos decir que por las circunstancias del mercado y de nuestro propio desarrollo, hemos pasado por tres etapas.

La primera podríamos denominarla la constituyente. Iría de octubre de 2003 hasta 2008. Fue un lustro maravilloso de crecimientos increíbles. En este tiempo nuestra obsesión fue hacernos un hueco en el mercado y que nuestra marca, PeopleMatters, fuera reconocida como la más reputada en nuestro nicho de mercado en nuestro país. Cogimos una buena

ola. Las empresas españolas crecían y el país también. En el periodo 2003-2008 se creaban más de 700.000 puestos de trabajo al año y nos enfrentábamos a una lucha por la escasez de talento en posiciones de base. Algunas empresas empezaron a reclutar en origen, se hacía «lobby» ante la administración para facilitar la inmigración laboral y las últimas hornadas de la generación X se incorporaban al mercado laboral con fuerza. En aquellos años el desempleo, lacra de nuestro país, estaba por debajo del 10% y en algunas comunidades autónomas prácticamente podíamos decir que estaba erradicado.

EL EQUIPO

Nosotros nos estábamos constituyendo en un mercado en crecimiento y nuestro mensaje caló y podríamos decir que a la finalización de ese periodo ya éramos una de las firmas de referencia en el nicho de los servicios profesionales de consultoría de gestión de personas. Muchos extraordinarios profesionales se incorpora-

ron a nuestro proyecto atraídos por una cultura corporativa en la que el equipo es más importante que el individuo, en la que el cliente está en el centro, en la que el rigor es la piedra angular de nuestra actuación. Decíamos que queríamos ser consultores antes

que expertos en recursos humanos y soñábamos con crear la gran firma de servicios profesionales en materia de las personas y su talento. Una firma caracterizada también por la innovación de nuestras soluciones, una firma que trata de anticipar las tendencias en materia de personas. Sin embargo, la crisis financiera internacional llegó también a nuestro país y esa gripe, que en otros entornos pasó en un ejercicio, nos metió en cama durante muchos años. Entramos en la segunda etapa (2009-septiembre 2013). Fue un lustro para olvidar, pero los

malos tiempos también nos enseñan. En ese periodo se destruyeron muchos puestos de trabajo en nuestro país, muchas empresas desaparecían y las que sobrevivían lo hicieron a través de procesos de ajustes severos. Hubo dos decisiones que tomaron casi todas

«Un buen grupo de profesionales que trabaje en equipo es capaz de adaptarse a cualquier circunstancia»

las empresas, cierre de la puerta de entrada, de las contrataciones y congelación salarial. La reducción de costes se convirtió en una obsesión, una cuestión de supervivencia. Y en este contexto tuvimos que aprender a sobrevi-

vir. ¿Cómo lo hicimos? Nos centramos en los sectores de menor riesgo. Diversificamos nuestros servicios. Identificamos productos recurrentes y empezamos a hacer pinitos fuera de nuestro país, no tanto con implantaciones, sino con proyectos (Polonia, Emiratos Árabes, Latam, Suiza, Egipto...), así como una iniciativa

de desarrollo corporativo para crear una red de alianzas nacionales e internacionales que nos permitieran ofrecer servicios más complejos en un ecosistema a nuestro alrededor. Mientras otros caían, nosotros nos mantuvimos y vimos el valor que tenía haber construido una marca reputada en el periodo anterior. Si hubiéramos iniciado nuestro viaje justo antes, sin tiempo de construir una marca reputada, hubiéramos sucumbido como otros muchos lo hicieron en este periodo.

RENACIMIENTO

Y llegamos a la última etapa. La que se inicia en el último trimestre de 2013 y que llega hasta la actualidad. Podríamos llamarla la del renacimiento. Una etapa en la que el crecimiento vuelve a florecer en nuestro negocio gracias a la nueva realidad socio económica de nuestro país. En este periodo se abren las puertas de las empresas y se empiezan a contratar otra vez profesionales, las empresas empiezan a poner el foco en la recuperación de la confianza de su gente, se empieza a mirar el mercado salarial para ver qué ha pasado y hay nuevas batallas por el talento en algunos perfiles concretos, fundamentalmente en los relacionados con la tecnología.

En este periodo abrimos nuestra segunda oficina en España (Barcelona) y la primera fuera de nuestras fronteras (Lima). Con todo ello, en 2015 alcanzamos niveles de actividad similares a los de antes de la crisis y batimos nuestro volumen de facturación.

Ahora estamos arrancando 2016 con dos grandes dudas, la primera es saber qué va a pasar con nuestra economía. Estamos en un nicho hipersensible al ciclo, por tanto, lo que vaya a pasar en economía afectará a nuestra actividad. La situación política española es tremendamente desconocida, y hay factores de riesgo económico. Además, la situación económica internacional también parece que está con cierta atonía. Todo ello no pinta un escenario excesivamente optimista. Tenemos que pensar en el futuro de nuestra firma, en las futuras etapas y en nuestra capacidad de reinversión, así como en la sucesión del equipo de socios actual. En cualquier caso, lo que hemos aprendido es que un buen grupo de profesionales que trabaja como un equipo y que tienen capacidad de esfuerzo y servicio, es capaz de adaptarse a cualquier circunstancia por difíciles que sean los desafíos.

ALFONSO JIMÉNEZ
Socio Director de PeopleMatters



Alfonso Jiménez junto a las socias de People Matters, Susana Marcos (en el centro) y Camilla Hillier-Fry

IGNAZIO PÉREZ