

# Xavier Marqués, presidente de la Asociación de Empresas de Búsqueda y Selección de Personal (AEBYS)

## Tenemos que evitar convertirnos en corredores de currículos

Hace 15 años que se fundó la Asociación de Empresas de Búsqueda y Selección de Personal (AEBYS) con el objetivo de dar voz y defender el oficio de estos profesionales especializados en la selección, búsqueda, y evaluación de directivos y profesionales. Su actual presidente, Xavier Marqués, nos cuenta cómo ha ido evolucionando AEBYS en este tiempo.

Desde hace dos años es el presidente de AEBYS, pero ha sido en los últimos cuatro cuando la asociación ha crecido mucho. ¿Cuáles son los objetivos marcados para los próximos años?

Nuestro objetivo principal es seguir creciendo. En la medida en que crecemos, nos convertimos en más líderes de opinión, lo que nos da cierta prominencia en el ámbito de los RRHH. Por supuesto, conseguimos también ventajas para los asociados, como la centralización de compras y de servicios, economías de escala, compartir oficio y experiencias, etc. Y, sobre todo, de cara al futuro queremos defender y salvaguardar nuestro oficio, que se está trivializando. Las empresas ya tienen a sus técnicos, que evalúan a los candidatos, pero lo que ocurre es que la fase previa, la de presentar gente ya testada, parece que cada vez sea menos importante. Las compañías pueden caer en la tentación de pedir solo que les envíen currículos y perder así la faceta humanista que tiene un oficio como el nuestro (facilitadores, sí; *brokers*, no). Precisamente para aportar valor añadido, nosotros tenemos una certificación europea en consultores de búsqueda y se-

lección que expide ECSSA (*European Confederation of Search and Selection Associations*).

En este sentido, las palabras son muy importantes para transformar la realidad y "selección" se está utilizando para muchas cosas...

Cuando empiezo una entrevista lo primero que digo es que se trata de un proceso de aproximación entre una persona, que tiene un *background*, un *know-how*, unos deseos y unas vivencias, y una empresa que necesita a alguien que le ayude a llevar adelante los proyectos. Lo que nosotros tenemos que conseguir es que se produzca ese entendimiento, pero si a eso le llamamos selección, el término puede ser equívoco pues lleva implícita una idea de poder unilateral. Buscamos y trabajamos el *approach*.

Cuando tú sales a buscar al candidato, la empresa no es la única que adquiere un rol activo, sino que el candidato se pregunta por qué le has llamado y qué tiene que aportar al proyecto. Tenemos que evitar convertirnos en corredores de currículos.

Trabajar a éxito es cada vez más habitual en el sector. ¿No es contradictorio con otras tendencias de RRHH, como la experiencia del empleado o el *employer branding*?

Al final, para una empresa es cómodo pedir que trabajemos a éxito y se está empezando a imponer una línea en que las empresas piden que les

Las compañías pueden caer en la tentación de pedir solo que les envíen currículos y perder así el rol humanista que tiene un oficio como el nuestro

mandemos currículos, candidatos... Pero hay que saber que detrás de la palabra éxito se esconde un tipo de trabajo sin exclusividad, en el que dos o tres *partners* están buscando lo mismo en el mismo mercado y al mismo tiempo. ¿Qué ocurre? Que van a chocar procesos, que van a chocar candidatos y, obviamente, el *employer branding* de la empresa final se va a resentir. Es claro que con esta fórmula de trabajo, los compromisos bilaterales (cliente-consultor) son nulos y... lógicamente, cuando se agotan

los currículos de la base de datos, se acaba el esfuerzo.

¿Entonces cree que el problema reside en la fórmula de trabajar a éxito o en que esta vaya ligada a la no exclusividad?

A mí cuando alguien me pregunta si trabajamos a éxito, directamente me está preguntando si estoy dispuesto a trabajar a empujones. Y yo no trabajo a empujones. Hoy en día en la idea de trabajar a éxito subyace –agazapada– la fórmula de no tener exclusividad y lo que nosotros queremos desde nuestra asociación es que haya un compromiso de nuestro cliente que nos tome como verdaderos *partners* para permitirnos hacer un trabajo *comme il faut*, con oficio y con humanidad. Después, los porcentajes y los matices se pueden hablar, pero lo que no puede ser es que se funcione a empujones porque damos una imagen muy mala a los candidatos –y al mercado–, nuestra y de nuestro cliente.

Volviendo al papel que juega la asociación con sus miembros, ¿cuáles diría que son los principales beneficios que aporta?

La expansión es una necesidad *per se*, es un compromiso con los europeos que nos da sentido, nos da fuerza de cara a Europa y de cara a nuestro mercado interior, donde nos postulamos como líderes de opinión, que es lo que queremos ser. Después, nos preocupa internamente conseguir buenas condiciones en herramientas que nuestros asociados necesitan en su día a día. Además, compartimos conocimientos y experiencia, tenemos seminarios, charlas de herramientas de evaluación. También hacemos trabajos de *benchmarking* porque, a base de movernos en el mercado, recopilamos información de tendencias, de precios, retribuciones, de cómo se viven nuestros servicios más allá de nuestros despachos... En ese sentido, tenemos un taller de relaciones exteriores, uno de expansión para crecimiento nacional y el de comunicación, de herramientas y el de talento senior.

En este marco, desde la asociación nos hemos planteado ser una de las voces que intenta hacer pedagogía sobre la importancia de tener en cuenta los aspectos de diversidad e igualdad y, entre estos, el valor que aporta el talento senior. No queremos discriminación positiva, pero sí que se tenga en cuenta a este colectivo en igualdad de condiciones.

Por último, no queremos ser una asociación generalista que defiende a las empresas de búsqueda y de selección, sino que queremos ir más allá y no quedarnos en el concepto genérico y bondadoso: queremos ser eficaces y hacer cosas que reviertan en nuestros asociados, nuestros clientes, candidatos y, a la postre, a la sociedad en general ■

