

Juan Carlos Riba Farrés, socio fundador y director general de Agrupa Asesores en Recursos Humanos

RRHH debe demostrar al negocio el beneficio que supone la elección adecuada de un profesional

Juan Carlos Riba es psicólogo de formación y lleva desde 1983 en el mundo de la búsqueda, identificación y selección de personas. Tras catorce años en diferentes empresas, en 1997 decide crear su propia compañía y proyecto, Agrupa Asesores en Recursos Humanos. Se define como "un creyente de las personas y de sus valores". Las personas son los recursos más complejos de manejar, por lo que acertar o no en un proceso de selección o búsqueda es vital, asegura.

¿Por qué Agrupa actúa como boutique?

La palabra *boutique* se ha popularizado para hacer referencia a pequeños negocios, por lo general, que ofrecen productos de alto refinamiento y exclusividad, accesibles por lo tanto para un reducido número de personas. En Agrupa decidimos y queremos ser y actuar como *boutique*. Ofrecemos atención y servicio personalizado. Identificamos y seleccionamos profesionales y directivos a la medida de cada empresa. Ponemos toda nuestra amplia experiencia al servicio de cada proceso, ofrecemos un servicio muy a medida.



¿Es fácil esto de hacer búsqueda o selección de personal? ¿Porque hay tanta gente que se dedica a ello?

Nunca nada tan aparentemente fácil en el marco teórico resulta tan complejo en su aplicación real. ¿Por qué? Pues porque hablamos de personas, hablamos de emociones, motivaciones y economía estable, hay que canalizarlas en la misma dirección. Agrupa lleva muchos años en el sector y se ha ido adaptando a su evolución, a la digitalización y a las nuevas reglas de juego. Entendemos que hay tres momentos claves en el proceso: la definición adecuada de la necesidad, tanto de requisitos objetivos como de rasgos de personalidad; reclutar en los canales adecuados, establecer un buen plan de reclutamiento; y evaluar, llevar a cabo la entrevista de personalidad en profundidad con los candidatos finalistas. Si haces bien estas tres cosas, el riesgo de cometer un error se minimiza mucho.

¿Cómo está organizado el sector?

Algunas firmas tienen acuerdos con otras asociaciones internacionales o acuerdos con otras empresas de otros países y muchas otras van por libre y tal como dice el refrán: "Si vas solo, correrás más deprisa, pero con otros llegarás más lejos". Las grandes Empresas de Trabajo Temporal intentan acercarse al mundo *boutique*, aunque su mentalidad y necesidad de volumen no les permite trabajar con esta filosofía. Los grandes *head hunters* viven en la entelequia y ven cómo el mundo cambia y a ellos les cuesta adaptarse, la digitalización no es solo una amenaza, sino que lo percibimos como una realidad y, por tanto, una oportunidad.

Agrupa pertenece a AEBYS (Asociación de empresas de Búsqueda y Selección), una asociación que aboga claramente por las buenas prácticas de la profesión. AEBYS forma parte de la *European Confederation of Search and Selection Associations* (ECSSA), organización que aglutina más de 700 empresas del sector en Europa. Estar dentro de AEBYS es sinónimo de ser una empresa pro-

fesional; los que también lo son y todavía no están asociados, deberían hacerlo.

¿Según Agrupa cuál es el eje más importante en un proceso de búsqueda y selección de personal?

Sin duda, las personas son la estrategia de la empresa, las que contribuyen a tener una buena o no buena cuenta de resultados, su ROI es evidente. Solo falta que desde Recursos Humanos se sepa transmitir al resto de organización la fórmula, demostrar el beneficio que supone una elección acertada y, por tanto, que tengan claro que invertir recursos en hacer un buen proceso de selección supone acertar o no.

Hay que cuidar a las personas que entran y a las que ya trabajan, una persona "deteriorada" jamás va a rendir lo que puede. El objetivo es conseguir que los empleados estén profunda y emocionalmente conectados a la compañía y sus objetivos; esto debe ser bidireccional, las empresas tienen que ofrecer proyectos a su gente y dar visibilidad a las personas; nos sentimos con confianza cuando nos sentimos escuchados. La responsabilidad de Agrupa con los candidatos es ser claros y sinceros exponiendo el puesto que les estamos ofertando, no hay que forzar situaciones ni "vender motos" que no existen. Hay que transmitir claridad y confianza. No hay herramienta de marketing más potente que el profesional satisfecho.

En Agrupa apostamos por la psicología positiva y resaltamos los valores de la gente, nos gusta la cercanía, la transparencia y la naturalidad, buscamos que la gente esté cómoda, tanto clientes como candidatos, y que se cumpla lo que se dice.

¿Cómo ve el futuro en el mercado laboral?

Están conviviendo dos mundos cada vez más separados entre sí: por un lado, está el de siempre, el del costumbrismo, antigüedad, trabajos de por vida, sindicalizado, mucha lentitud, apalancamiento y burocracia y, por otro lado, está el mundo donde la tecnología está muy presente en nuestro día a día y va todo muy deprisa: el mundo está activo, vivo y en constante cambio y aprendizaje continuo.

Vamos a vivir en los próximos años cambios importantes en el concepto de trabajo que se sustentará fundamentalmente en mayores dosis de flexibilidad y adaptabilidad a los cambios. En Agrupa tenemos muy claro que las personas seguirán siendo el centro de todo y el talento va a ser quien en el futuro elija al proyecto, no al contrario, y las empresas han de adaptarse a los nuevos tiempos ■