



knowsquare .

PREPARADO POR: CARLOS TENORIO LÓPEZ

19 DE NOVIEMBRE DE 2009

EL HEADHUNTER

TERTULIA
CON MÁXIMO BUCH

knowsquare .

Privado y Confidencial

Prohibida su Distribución sin Autorización Expresa del Autor

Comida-tertulia mensual organizada por un grupo de empresarios, directivos y emprendedores valencianos. Valencia, 14 de Octubre de 2009.

Máximo Buch es ingeniero industrial y MBA por el IESE, tiene una amplia trayectoria en *private equity* y capital riesgo. Es socio y director general de la firma valenciana de capital riesgo Tandem, actividad que compagina con la que desarrolla como socio de Boyden en Valencia desde Mayo de 2009. Habla sobre el *Headhunting*. Expone cómo surgen este tipo de empresas, de las que Boyden es pionera, y cómo es actualmente el proceso de búsqueda y selección de directivos. A continuación habla de las tendencias actuales en el mercado laboral español y finalmente propone unas recomendaciones para aproximarse y relacionarse con éxito con un *Headhunter*.

El Headhunting o Executive Search. Boyden.

El *Headhunting* o *Executive Search* surgió en 1946. En ese año Sydney Boyden, que trabajaba como consultor en Estados Unidos detectó una oportunidad de mercado en la búsqueda y selección de directivos. En un entorno económico que se estaba reactivando con rapidez después de la segunda Guerra Mundial las empresas empezaban a demandar profesionales y no era fácil encontrarlos. Para cubrir esta demanda, Sydney Boyden fundó la empresa que lleva su nombre y que es el origen de todas las demás compañías de *Headhunting* que surgieron posteriormente.

Tendencias del mercado de Directivos.

Al igual que otros sectores, el negocio de la búsqueda de directivos se está viendo afectado por la crisis. La caída de negocio de este sector en 2009 será de un 60% de media. Los motivos principales de la caída son:

1. Una reducción de los puestos que cubren las empresas debido a que su crecimiento se ha visto frenado como consecuencia de la crisis.
2. Reducción de los salarios en una media de un 20%, con la consiguiente reducción de los honorarios del *headhunter*.
3. Un mayor uso de recursos internos de las empresas en la búsqueda y selección de candidatos, que evitan así el coste de un *headhunter*.
4. Una reducción significativa en la rotación de directivos, por lo que no hay tanta necesidad de cubrir puestos.

En cuanto a las tendencias de crecimiento en España, cabe destacar el negocio del *interim management*, que en otros países de nuestro entorno (Alemania, UK) ya está completamente profesionalizado. En España, comienza a haber profesionales que se especializan en este tipo de trabajos temporales requeridos por las empresas para llevar a cabo tareas concretas y limitadas en el tiempo como por ejemplo una reestructuración financiera u organizativa. Asimismo cada vez hay más empresas que confían en estos perfiles y por lo tanto la demanda de este tipo de contrataciones aumentará sensiblemente. A corto plazo la tendencia se está viendo multiplicada por el entorno de crisis que hace que haya mucho talento en búsqueda de empleo dispuesto a embarcarse en un proyecto temporal.

Otra tendencia clara es la de la incorporación de la mujer a puestos de responsabilidad. La legislación en la materia favorecerá dicha tendencia, por lo que las mujeres van a tener una oportunidad importante para acceder a puestos directivos y a consejos de administración a corto y medio plazo.

Finalmente, existe una tendencia de las empresas españolas a la expansión internacional, por lo que están surgiendo muchas oportunidades fuera de España, principalmente en los mercados emergentes como son Brasil, India, China, Polonia y Rumania entre otros.

Consejos para aproximarse y relacionarse con un *Headhunter*.

A la hora de abordar a un *headhunter*, conviene tener en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Al *headhunter* le gusta que le hablen de lo que le interesa. Por tanto, si se coincide con uno, una manera de romper el hielo es comentando alguna reestructuración o búsqueda de directivo *off market* que se conozca, o comentando los contactos que se tienen en algún sector en concreto.
- Una vez entrado en contacto brindarle una red de contactos, estar disponible para contestar a una posible llamada para contrastar una información o referencia acerca de algún candidato y/o mantenerle informado de posibles búsquedas de directivos que se conozcan.
- Mantener el contacto. Aunque suelen usar su extensa base de datos, si tienen a alguien presente (y el contacto es lo que hace) lo preseleccionan si consideran que es el perfil adecuado.
- La versión de currículum que se envíe a un *headhunter* puede ser más extensa que la que se envíe a una empresa (normalmente esta suele ser de 1 hoja) ya que a los *headhunters* les interesa conocer detalles y por tanto agradecen el máximo de información. Para facilitar la introducción en la base de datos es recomendable enviar el currículum en formato *Word*.
- Tener en cuenta que aunque un *headhunter* no conteste a un email, guarda todo lo que se le envía (cuerpos de mensajes electrónicos incluidos).
- Se recomienda incluir (bien en el currículum o en la carta de presentación) información relevante como sectores de interés y contactos de referencia de personas importantes, dado que hacerlo hace que aumenten las posibilidades de ser seleccionado cuando el sistema realice la búsqueda en la base de datos.
- Enviar anualmente una actualización del currículum. Demuestra interés y es una manera de mantener el contacto.
- Asociarse a redes sociales como *LinkedIn* o *Xing*. Los *headhunters* suelen revisarlas para obtener información adicional de los candidatos, por lo que hay que ser cuidadoso con el perfil público, sobre todo en otras redes como *Facebook*, donde la parte profesional se puede mezclar con la lúdica. Existe una red muy utilizada por los *headhunters* llamada *Bluestep* que es la base de datos de la asociación de empresas de búsqueda de directivos. Tiene coste pero es la garantía de estar en las búsquedas de todas las empresas asociadas.
- Evidentemente, no mentir nunca. Además de la mala impresión que se causa en caso de ser descubierto, este tipo de incidentes quedan reflejados en la base de datos y vetan al candidato para futuras búsquedas.
- Tener un plan de carrera definido que poder transmitir al *headhunter*. Los candidatos que lo tienen causan mucha mejor impresión en las entrevistas.

Bibliografía y enlaces *web* relacionados

<http://www.boyden.com/es/associates/maximo-buch-1580/index.html?Country=España+&Location=Valencia&Associate=Buch+,+Maximo>

©Carlos Tenorio López