

Marqués de Riscal, 6-1ºB; 28010 Madrid
Tel.: + 34 91 702 71 70 / Fax: + 34 91 308 24 67

EL MUNDO

08-09-06



Almudena Peláez es directora de contenidos de Time For A Change, empresa de 'headhunting' para el sector inmobiliario.

MERCADO

Cazatalentos al servicio de las promotoras

CADA VEZ MÁS COMPAÑÍAS DEL SECTOR DELEGAN LA SELECCIÓN DE PERSONAL PARA ENCONTRAR A LOS PROFESIONALES MEJOR CUALIFICADOS

JAVIER G. GALLEGO

Alta formación profesional, dinamismo, espíritu de superación, solidez técnica y un pasado limpio que no deje dudas de su honorabilidad. Así debe ser un profesional que aspire a trabajar en un cargo directivo de una promotora inmobiliaria.

La selección de personal es una de las tareas más importantes y complicadas para una compañía, que debe asegurarse de que el proceso es rápido y eficaz y que va a proporcionar el trabajador adecuado para cada puesto. Por eso, muchas compañías del sector inmobiliario han delegado esta tarea a empresas cazatalentos, que radiografían el mercado en busca del profesional mejor preparado y lo ponen a prueba con estrictos procesos de selección.

Una de ellas es Time For A Change, una empresa de *headhunting* centrada exclusivamente en el sector inmobiliario que trabaja en estrecha colaboración con los departamentos de Recursos Humanos de importantes promotoras españolas e internacionales, inversores y empresas de *Project Management*.

La directora de contenidos de esta empresa cazatalentos, Almudena Peláez, apunta al alto nivel de especialización del sector como una de las causas de que cada vez tengan más protagonismo este tipo de servicios: «Nosotros disponemos de una información privilegiada respecto a los movimientos del mercado y tenemos una amplia cartera de candidatos para cada puesto. Esta capacidad de captación es más difícil para un departamento de Recursos Humanos», explica.

Pero, ¿cuáles son los perfiles más demandados por las empresas promotoras? El presidente de la com-

pañía de selección de personal Bao&Partners, Ignacio Bao, destaca cuatro plazas clásicas del sector inmobiliario: «La Dirección de Suelo, Técnica, Comercial y de Marketing. A unos se les pide un sexto sentido para prever qué suelo será rentable a largo plazo. A otros capacidad de venta y persuasión y otros necesitan tener un don comunicativo y saber identificar al comprador potencial».

Según Almudena Peláez los puestos demandados varían según el tipo de empresa del sector: «Las de *Project Management* están muy interesadas en arquitectos, los fondos buscan expertos en valoraciones mientras que las promotoras e in-

«Este sector exige al candidato un pasado limpio que no deje dudas de su honorabilidad»

mobiliarias están interesadas de forma masiva en profesionales de las diferentes áreas», desgrana.

Además, con la internacionalización de las promotoras las empresas cazatalentos han tenido un trabajo extra. «Cuando entras en un nuevo país hay que localizar a un responsable de zona que conozca el mercado, preferentemente un nativo. También obliga a contar con un abogado porque el sistema legal es muy diferente en cada lugar», explica Ignacio Bao.

Un ejemplo de esta nueva situación es Polonia, donde cada vez más promotoras españolas se han lanzado a invertir. Sin embargo,

pese a la seguridad que a priori puede suscitar este país, el sistema legal no contempla el registro de propiedad y prácticamente todas las empresas internacionales presentes en aquel mercado tienen uno o varios abogados trabajando para defender sus derechos.

Trayectoria intachable

La selección de personal para las promotoras inmobiliarias sigue los mismos procesos que en cualquier otra empresa. Sin embargo, en este sector hay una cualidad del candidato que debe estar a la misma altura que su experiencia profesional y su expediente académico: un pasado limpio.

Para los cazatalentos, tanto el sector de la construcción como el de la promoción requiere un tipo de profesional cualificado y con una trayectoria intachable. «Además de que técnicamente sea sólido, ahora mismo hay una característica que define el perfil típico demandado por las compañías: el *cleaning background* debe demostrar que no hay dudas de su honorabilidad en su gestión anterior», comenta Bao.

Otra de las particularidades del *headhunting* en el sector inmobiliario, a diferencia de otros ámbitos como el de la construcción, es que aquí no hay un «pacto de caballeros» entre las compañías. La experiencia de estas empresas ha demostrado que no hay necesidad de guardar las formas a la hora de contratar a un nuevo profesional: «La movilidad de los profesionales es una característica muy particular de este sector y si una empresa necesita cubrir un puesto determinado no tiene inconveniente en tantear a la competencia», asegura Bao.