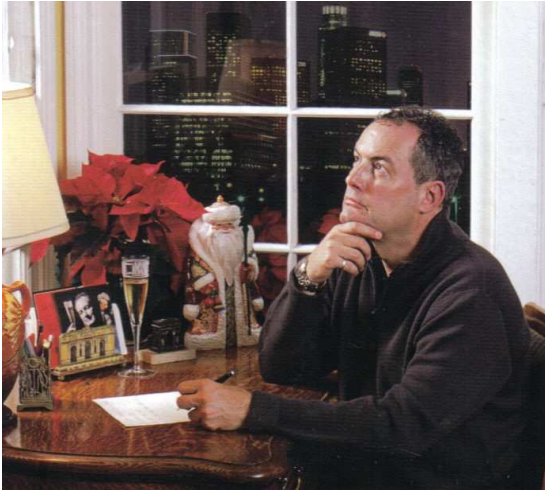


3 de julio de 2008

Reclutamiento creativo: Entrevista con un cazador de talentos

Gina Cariño



Michael Masterson, de Oklahoma, vive en el interesante barrio de Silver Lake en Los Ángeles. Todos los años envía postales navideñas en las que aparece él. Aquí se ve una. Trabaja en una agencia de empleo.

GC: Michael, dinos algo sobre la agencia.

MM: Trabajo para Janou Pakter, una empresa especializada en el reclutamiento de ejecutivos. La sede está en Nueva York pero tiene oficinas en París, en Milán y en Los Ángeles, que es la que yo dirijo. Yo cubro la Costa Oeste.

GC: Cazáis y colocáis cerebros.

MM: Nos dedicamos a puestos de responsabilidad de personal especializado, con sueldos que oscilan entre 50,000 y cientos de miles de dólares anuales. Los puestos son de diseñadores de todo tipo, sean gráficos, de moda o de webs, directores creativos y de marketing, relaciones públicas y también arquitectos. No trabajamos con puestos de tipo financiero, administrativo o técnico.

GC: En otra ocasión me has dicho que no cazas, sino que reclutas. ¿Cuál es la diferencia?

MM: Los cazadores de cabezas localizan y contactan con gente que no necesariamente busca otro puesto, pero eso sólo supone el 30% de nuestro trabajo.

GC: ¿Y cómo se recluta y caza?

MM: Cuando nos encargan una nueva búsqueda de personal, primero miramos en nuestra base de datos. Luego si es necesario recurrimos a nuestra red de contactos para que nos manden recomendaciones. Es la mejor manera de conocer nuevos candidatos. Solemos preguntar al cliente de qué empresas quieren que saquemos candidatos. Normalmente miran hacia la competencia. Y atacamos... a menos que esa empresa sea también nuestro cliente, claro. Otra importante fuente de referencias es Internet. Usamos varias páginas web especializadas.

GC: ¿Quiénes son vuestros clientes?

MM: Nos centramos en empresas del mundo de la moda y el diseño, en firmas de lujo, en agencias de publicidad, etc.,

que nos contratan para buscarles personas que se hagan cargo de sus puestos de creación o de marketing. Entre nuestros clientes figuran Chanel, Louis Vuitton, Coca-Cola, Starbucks y Nike.

GC: ¿Qué les cobráis?

MM: Hay dos tipos de contrato. En uno, el cliente nos paga de antemano un porcentaje de nuestros honorarios. Después de presentarle tres candidatos cualificados para el puesto en cuestión, le facturamos un importe adicional. En el otro tipo de contrato, no recibimos nada por adelantado. El cliente sólo nos paga si el contratado es uno de nuestros candidatos. Nuestros honorarios oscilan entre el 20% y el 35% del primer sueldo anual del nuevo empleado. Pero lo paga el cliente, no el empleado.

GC: Cuéntanos más cosas sobre el reclutamiento.

MM: Bueno, cada agente en nuestra firma tiene su especialidad: moda, marketing, diseño web, relaciones públicas, etc. A mí me contrataron para abrir la oficina de L.A. y también para crear una división enfocada en puestos relacionados con la fotografía, dada mi experiencia previa en ese campo. Pero como esta oficina es más pequeña, abordo una gama de sectores más amplia. Ahora mismo busco un director de negocios en línea para un estudio de Hollywood, un director de fotografía para una agencia fotográfica francesa, y diseñadores de páginas web para una agencia de publicidad de nuevos videojuegos.

GC: ¿Cómo transcurre tu jornada laboral?

MM: Me paso horas en Internet y pegado al teléfono buscando nuevos candidatos. Repaso currículums y carpetas de muestras de trabajo. Suelo llamar a seis o siete personas por semana para hablar con ellos cara a cara. Si es un candidato de nivel mediano, le tengo durante 20 o 30 minutos. Un candidato de alto nivel requiere una hora o más, eso sólo para la primera entrevista. Si sus credenciales y experiencia encajan bien con lo que se nos pide, entonces se lo mandamos al cliente a ver si le gusta.

GC: ¿Qué hace falta para reclutar y cazar?

MM: Es un trabajo duro. Tienes que tener cierto don de gentes. A menudo trabajamos hasta muy tarde porque es después de la jornada laboral normal cuando la gente puede quedar.

GC: ¿Qué es lo que más te gusta en tu trabajo?

MM: La máxima satisfacción está en haber colocado a la persona adecuada en el puesto perfecto para ella. De esta manera, todo el mundo se queda contento y el cliente está encantado de pagar nuestra factura.

GC: ¿Fuiste reclutado?

MM: Sí, fui reclutado. Quería un nuevo trabajo y fui a Nueva York a hablar con Janou Pakter y su marido. En lugar de ayudarme a buscar un puesto, me ofrecieron uno. Querían abrir una oficina en L.A. y crear un departamento de fotografía. Fui la persona perfecta para hacer ambas cosas.