

JORGE BUIXEDA

CONSEJERO DELEGADO DE EXELLER

“Todos los directivos viven en la misma burbuja, aislados de muchas realidades”

CRISTINA DEL GALLO / FOTO: MARIANO CASADO

Cree que las empresas españolas han cambiado de mentalidad a la hora de valorar a sus mejores directivos?

– Sí. Empresas como las familiares, que pensaban que el hombre de confianza tenía que ser de la familia, están cambiando y se dan cuenta de los beneficios que reporta tener ejecutivos independientes y bien preparados.

– ¿Todos los directivos que están en las listas de los *headhunters* son tan listos, tan guapos y tan altos como parece?

– El hombre milagro es una auténtica entelequia. Se trata de ajustar los requisitos que se buscan a los candidatos que hay. No de encontrar el mejor profesional, sino el que mejor encaja en una determinada cultura empresarial.

– Pues esa información es justo la que no aparece en el currículum.

– No aparece. Pero sí hay que buscar la formación, la experiencia y eso sí se ve en el currículum.

– ¿Cuál es la respuesta de los directivos ante una oferta? ¿Siempre se dejan querer?

– Sí; de entrada, escuchan y están receptivos a cualquier planteamiento que pueda suponer un crecimiento profesional, una mejora, un reconocimiento; siempre se escucha. A partir de ahí, gusta o no, y encaja o no la propuesta económica.

– ¿Es eso lo que más se valora del cambio de empresa?

– No, aunque sí tuerce muchas operaciones. En una primera etapa profesional, lo que se valora sobre todo es el efecto multiplicador que puede suponer un ascenso. Y la calidad de con quién trabajas.

– ¿Qué vale más, un buen currículum o saber vender el que se tiene?

– Es cierto que hay gente que se vende muy bien. El efecto de la imagen es importante. Lo que tiene que haber es una capacidad crítica suficiente para evaluar si

De psicólogo...

Después de una nutrida carrera profesional, en 1993 fundó una compañía de búsqueda de directivos, asociada a un prestigioso grupo internacional, Accord. Con 49 años, casado, tres hijas, licenciado en Derecho y Psicología, y máster por Lovaina y Esade, se le nota que disfruta con su trabajo. Lo que más le gusta es la posibilidad de zambullirse entre personas de muy distintos ámbitos: *“La realidad humana siempre sorprende con personas muy diferentes. Puedes conocer a gente válida que no se considera importante, mientras que otros no lo son tanto y están convencidos de que son alguien”*. Lo que menos le atrae son los elementos que convierten a su actividad en una dedicación demasiado pomposa: *“Creo que hay que ver las cosas con más calma, hay que desmitificar todo este entorno que tiende a rodearse de mucho boato”*.

aquello responde a un contenido o no. Hubo un momento en el que pesaba más: la época de los yuppies. Fue un tiempo que cumplió su función, pero se acabó.

– Esa ley de Murphy de la empresa que no impide que un ejecutivo que ha perdido un dineral en una compañía encuentre otra enseguida, ¿por qué no termina también?

– Hay gente que sabe posicionarse muy bien, pero al final siempre se acaba desenmascarando a los malos gestores.

– Las empresas, ¿no son demasiado clásicas al elegir profesionales?

– Sí, pero eso empieza a cambiar. Las búsquedas ya no son clónicas y repetitivas; buscar más de lo mismo es

poco creativo. Me parece criticable que, al final, todos los directivos vivan de las mismas fuentes: todos leen la misma prensa, asisten a los mismos gurús, intercambian opiniones en el mismo círculo.

No se dan cuenta de que están todos en una misma burbuja, en la que se creen poseedores de la verdad, pero están aislados de muchas realidades. ■

