

“Somos el headhunter español líder en el sector de las energías renovables”

ALBERTO PÉREZ RUANO CEO de AP Executive Search

En sólo cuatro años, AP Executive Search se ha convertido en referente en la búsqueda de talento en las renovables, donde este año ha cubierto ya más de 200 posiciones sin considerar los puestos técnicos masivos y ha abierto oficinas en Italia. Su secreto: la relación personal con los clientes y una buena entrevista técnica.

¿Cómo nació AP Executive Search?

La fundé en 2019 para captar talento para las empresas del sector de las energías renovables. Se convirtió en un proyecto de vida porque decidimos hacer las cosas de una manera muy distinta al sistema industrializado de un proceso de selección. Mi padre, que me apoyó desde el principio, falleció poco después, pero aportó unos valores muy buenos a la compañía. Ambos estudiamos Ingeniería de Caminos e Ingeniería Industrial con gran experiencia en renovables donde hemos necesitado personal para nuestras compañías y de manera indirecta hemos realizado headhunting entre nuestros contactos. Él y Roberto Legaz, que es nuestro consejero con gran experiencia en energías al haber ocupado puestos de Dirección tanto en Gamesa como en Iberdrola, trabajaron juntos en el sector de las renovables desde 1998. Lo que hicimos fue profesionalizar el headhunting con unos valores muy clásicos. Para mí el headhunting es generar una relación muy estrecha con personas que pueden ser candidatos y confiarnos su disponibilidad para un cambio, sabiendo que les vamos a posicionar en las mejores empresas. O al revés: que un cliente te llame porque tiene confianza en ti y sabe que eres quien mejor puede captar ese talento para incorporarlo a su compañía.

¿Cómo desempeñan su trabajo?

Somos un equipo de veinte personas en las que busco que puedan generar esas relaciones personales con clientes y candidatos. Si veo esa aptitud, después me fijo en sus conocimientos técnicos y experiencias anteriores. Más que hacer un buen trabajo, que por supuesto lo hacemos, nos esforzamos en entender a las empresas como si fuéramos nosotros mismos y a los candidatos para que encajen, y nunca presentamos un candidato



que no esté convencido con el proyecto de nuestro cliente. Sabemos cómo ser un bróker muy personalizado.

¿Cómo han conseguido generar esa confianza en tan poco tiempo?

Gracias a nuestro equipo. Saben muy bien seleccionar técnicamente a un perfil, comprometerse en tiempos y mantener una buena relación con el cliente. Además, AP se dirige a un sector que conocemos desde hace muchos años. Los contactos se han ido generando desde el principio gracias a los veinte años anteriores que han cultivado relaciones con gente que nos tiene mucho aprecio y que hoy tiene puestos directivos en empresas y nos ha dado esa oportunidad. Cada encargo que trabajamos es como un tesoro, sabes que si haces un buen trabajo, es la puerta para difundir la marca por otras compañías. Ahora tenemos muchos clientes, entre ellos multinacionales, que se han originado por contactos de contactos, y considero que somos el headhunter español líder en el sector de las energías renovables.

¿Y cómo saben que seleccionan un buen perfil?

Buena pregunta. Si funcionáramos por filtros, creo que no estaríamos teniendo éxito. Por ejemplo, un project manager creo es un perfil claro para entender los muchos tipos de perfiles con este título que puedes encontrarte

en LinkedIn. Es importante olvidarse del título y entender cuál es el negocio de tu cliente, dónde tiene la necesidad de incorporar este perfil dentro de su cartera de proyectos y sobre todo, cuál es su filosofía y cultura interna. Nuestro equipo busca sin utilizar filtros de títulos o puestos de trabajo, pues sería decepcionante para nosotros y para el cliente recibir un experto de gestión de obra, o legalización de COD, cuando lo que se te esta pidiendo es un experto en la tramitación para llevar los proyectos a RTB. Ambos se llaman project manager. Nos basamos, por tanto, en dar una formación constante y exigente a nuestros headhunters para que sepan seleccionar muy bien el perfil que mejor pueda encajar en cada necesidad.

¿Cómo han evolucionado en estos cuatro años?

La evolución ha sido exponencial. Es un modelo de negocio que estamos personalizando a cada cliente. Queremos ser una empresa importante en el sector, más de lo que somos, diversificarnos en todas las energías renovables, ser una multinacional sin perder nuestra esencia de boutique, porque lo que necesita un cliente no es lo mismo que necesita otro. Nuestro equipo está especializado técnicamente por perfil y gestionando diferentes cuentas para dar esa calidad personalizada que requiere el cliente de nosotros.

Colocan a candidatos por todo el mundo.

Estamos globalizados y colocamos a todo tipo de perfiles, siempre dentro de las energías renovables. Tenemos oficinas en Italia y en Madrid, y cubrimos puestos local-local así como expatriados. Trabajamos mucho para España, Italia, Alemania, Holanda, Polonia, Francia e Inglaterra, y cada vez tenemos más posiciones que cubrir en México. Trabajamos posiciones técnicas, corporativas y directivas, tanto en desarrollo, construcción y operación para fondos, utilities, promotoras, constructoras e IPPs.

¿Trabajan con todo tipo de renovables?

Ahora estamos muy enfocados a la fotovoltaica, hidrógeno y almacenamiento porque hay un boom, pero hace unos años era más la eólica, y estamos diversificados a otros proyectos de repotenciación, biomasa, biogás y biometano, que quizá no generen tanta actividad y empleo, pero son fuentes en las que tenemos que estar. Ahora mismo, el hidrógeno y el desarrollo de almacenamiento es fundamental. Por ejemplo, la eólica marina es muy importante, y se necesitan ingenieros muy cualificados, con estudios muy técnicos.

Toda esa actividad no deja de atraer a nuevas empresas a España.

Hay empresas extranjeras que ven que pueden invertir en proyectos más avanzados, o incluso marcarse como objetivo la producción de energía, con proyectos de repotenciación o incluso generando cartera de proyectos greenfield, aunque aquí ahora hay dos opiniones contrarias en el mercado. Los identificamos porque tenemos un buen equipo comercial y un departamento de marketing muy consolidado y este tipo de empresas nos están llamando. Solemos tener bastante afinidad porque entendemos muy bien cuál es su misión, su inversión y el retorno que tienen que conseguir en su plan estratégico.

¿Cuál es la clave del éxito de AP Executive Search?

Olvidarse en parte de los contratos, y marcar unos tiempos y una trazabilidad para cada necesidad con la que sabes que el cliente va a estar muy satisfecho. Al final, un perfil bueno lo puede identificar cualquiera con tiempo, pero un equipo realmente especializado, con un conocimiento técnico de lo que hace una persona día a día en su posición, unido a unos valores que no se pueden medir, que son más humanos, es la clave del éxito.