



Marta Rebull es licenciada en Recursos Humanos por la UOC y cuenta con diversos posgrados en Business por la universidad de CSU Hayward y en el ámbito del Executive Coaching por la Universidad de Navarra. Tiene una larga trayectoria en el sector de la consultoría donde trabajó en McKinsey durante cuatro años durante los cuales ejerció como *Recruiting coordinator* para acabar incorporándose a DiamondCluster donde desarrolló diversas responsabilidades hasta ocupar la Dirección de Recursos Humanos de Europa y Oriente Medio. A partir del 2006 y durante cinco años, Marta ejerció como directora de Recursos Humanos así como de Talent manager en Oliver Wyman hasta el 2011.

Marta Rebull, responsable global
de RRHH de **Groupalia**

No nos podemos contentar con hacer las cosas bien: para ser los primeros, hay que ser excelentes

Fue a comienzos de 2010 cuando un grupo de jóvenes empresarios tuvieron la idea de implantar en España un nuevo modelo de negocio. Un modelo que permitiese poner al alcance de todos los mejores planes de la ciudad con descuentos de hasta un 90%. Este grupo de jóvenes con dilatada experiencia en el mercado e-commerce pensó que el plasmar esta idea en papel les ayudaría a comenzar a materializarlo y así lo hicieron... y así nació Groupalia. Una plataforma de compra en grupo online, basada en un modelo importado de Estados Unidos. Actualmente, cuenta con más de 300 empleados, Groupalia computa hasta la fecha tres millones de vales vendidos, más de 450.000 fans en Facebook y alrededor de 25.000 seguidores en Twitter.

Usted entró en Groupalia a los pocos meses de que la firma empezara su andadura empresarial. ¿Qué filosofía se encontró dentro del área de RRHH? ¿Cómo fueron esos primeros momentos?

Inicialmente el mayor esfuerzo de Recursos Humanos se concentró en área de Selección de personal porque la compañía era muy joven. Posteriormente, cuando me incorporé, comenzamos a organizar el departamento a un nivel mucho más global y con una estrategia definida.

Entonces, estábamos presentes en ocho países (seis en LATAM más España e Italia) y había un equipo de RRHH local que responsabilizaba sobre todo de la motivación, selección, evaluación, de los objetivos del país. Tras la venta de nuestras filiales latinoamericanas, reorganizamos la estructura organizativa y pasamos de un modelo matricial a un modelo global.

¿Cómo suelen ser los procesos de selección para entrar a formar parte de la compañía?

Cuando comenzamos, hace dos años, los perfiles que necesitábamos seleccionar eran más generalistas; profesionales con empuje y muy motivados.

Actualmente, además de estas dos competencias, buscamos profesionales con una especialización en el área y el mundo *online*. Groupalia tiene una imagen de empresa innovadora dentro del sector y esto es, sin duda, una ventaja competitiva a la hora de contratar a nuevos empleados.

Siendo una empresa tan joven ¿utilizan la selección en redes sociales?

En una compañía como Groupalia, la velocidad a la hora de contratar a nuevos empleados es la misma que la que llevamos a nivel de

negocio. Las herramientas *online*, y sobre todo las redes sociales, son clave. Utilizamos Infojobs y mayoritariamente nuestro perfil corporativo en LinkedIn, donde tenemos más de 3.500 seguidores. Tenemos la suerte, además, de que al ser una compañía muy innovadora y con unos valores muy firmes y basados en la transparencia, muchos jóvenes con carreras brillantes quieren formar parte de nuestra familia.

En estos procesos de selección, además de las características más técnicas y formativas ¿qué otros valores, más personales, buscan en los candidatos?

Los entrevistados deben compartir nuestro *Groupalia Way*. Es decir, en primer lugar, buscamos la excelencia. No nos podemos conten-

Una vez dentro de la compañía ¿cómo trabajan la evaluación del desempeño?

Hace dos años diseñamos un sistema de evaluación anual del desempeño, basado en un modelo de 360°. Esta evaluación consta de tres grandes áreas en las que debemos contestar qué hago yo, cómo lo hago y conocer los resultados de la compañía. En este modelo de evaluación participan compañeros directos, *managers* y uno mismo.

Es un sistema de evaluación bastante sofisticado para una empresa como la nuestra pero consideramos que debemos ser muy rigurosos con las revisiones, ya que nuestros empleados tienen además de su salario fijo, un variable que se mide por estos resultados.

¿Cómo se trabaja la formación de los empleados?

Tenemos actualmente dos vías principales de formación. Una externa, donde nuestros empleados reciben clases de idiomas, que en una compañía global como la nuestra es muy importante. Otra interna, donde se imparten cursos de materias específicas liderados por los propios empleados, que enseñan a sus compañeros sobre temas concretos. Son cursos no oficiales pero muy formalizados que forman parte de nuestro plan de *training* entre departamentos.

Buscamos la excelencia y nos basamos en la humildad, la transparencia y la innovación

tar con hacer las cosas bien, ya que si queremos triunfar en este sector, debemos ser excelentes.

Por otro lado, nos basamos en la humildad y en tener claro que siempre se aprende, incluso de los errores y hay que reconocer que fallar no es algo malo. Quizás en España no existe esta cultura, pero en Estados Unidos, por ejemplo, fracasar o hacer algo mal no te estigmatiza, sino que la gente es consciente que el error ayuda a mejorar.

También creemos en la transparencia y en la innovación. Así que buscamos empleados con mucho dinamismo, con gran velocidad y, sobre todo, muchas ganas.

En Groupalia pensamos que para ser la primera compañía en nuestro sector no se puede copiar lo que hacen los demás, por lo tanto la empresa debe ser creativa e innovar y, para ello, se necesita desarrollar un pensamiento lateral y ver las cosas desde distintos puntos de vista.

¿Considera que los empleados deben ir a trabajar motivados o que es tarea de la empresa motivar a sus trabajadores?

Desde el departamento de Recursos Humanos destinamos muchos esfuerzos en temas de motivación; aunque lo cierto es que cada uno, individualmente, debe aprender a motivarse.

Nuestra receta en Groupalia es que los empleados sepan automotivarse y, más tarde, nosotros les enseñemos a hacerlo. Les damos las herramientas para que aprendan de los errores y continúen aprendiendo y evolucionando.

¿A través de qué herramientas se trabaja la automotivación?

En Groupalia tenemos muchas iniciativas con el objetivo de motivar a los empleados y generar resultados positivos a través del trabajo en equipo.

Por ejemplo, contamos con el Buzón Groupalia Way para que se sientan partícipes de la evolución de la compañía. Este buzón está abierto a todos los empleados, que de forma anónima o no, pueden dejar cualquier tipo de comentario: ideas para mejorar, quejas, preguntas, sugerencias, etc. Cuando estudiamos las propuestas las enviamos a la persona responsable del *Creative Corner*, que es otro de nuestros grandes proyectos de motivación. Con esta iniciativa pretendemos estudiar con mayor profundidad las sugerencias y su viabilidad, con la participación de personas de diferentes departamentos. No hay mejor premio

ni motivación para un empleado que ver que su idea se ha llevado a cabo.

Otro ejemplo, es la fiesta de disfraces de Halloween, donde se premian los mejores disfraces.

Para integrar a diferentes equipos, utilizamos los Desayunos Meeting Point, donde invitamos a miembros de distintos equipos a que desayunen juntos con un responsable encargado de dinamizar. Hablan con libertad de la compañía y, como deberes, les pedimos que nos digan dos cosas qué les gustan de Groupalia y otras dos de cosas que podríamos mejorar.

En una línea similar, tenemos otros desayunos: los Building Groupalia, donde tienen línea directa con el CEO de la compañía, sin barreras. Los empleados pueden preguntar al CEO directamente las dudas que tengan sobre la compañía y el proyecto.

Por otro lado, cada mes celebramos un Viernes Groupalia. En estos viernes, explicamos a la plantilla dónde está la compañía actualmente, qué proyectos nuevos tenemos en marcha, cuáles han sido los objetivos alcanzados, cuáles son las metas para los próximos meses, etc.

¿Cuentan con beneficios sociales para sus empleados?

Tenemos beneficios que nos diferencian de los demás porque no somos una empresa convencional. Nuestro carácter joven y alegre nos permite llevar a cabo iniciativas no tradicionales. Nos preocupamos mucho porque el empleado se sienta cómodo y reconocido dentro de la empresa.

¿Cuentan con beneficios sociales para sus empleados?

Tenemos beneficios que nos diferencian de los demás porque no somos una empresa convencional. Nuestro carácter joven y alegre nos permite llevar a cabo iniciativas no tradicionales. Nos preocupamos mucho porque el empleado se sienta cómodo y reconocido dentro de la empresa.

Por ejemplo: por los cumpleaños identificamos a la persona para que todos le feliciten con un globo en su mesa y le damos la tarde libre al trabajador.

Además, también regalamos cheques de descuento de compra entre nuestros empleados mensualmente y en sus aniversarios dentro de Groupalia.

Para el *afterwork* hemos diseñado unas tarjetas que se cambian por consumiciones en los bares de la zona de manera gratuita. Queremos que después de estar todo el día traba-

jando, salgan y tengan la oportunidad de sociabilizar con sus compañeros cerca de la oficina. Esto favorece la integración y la sensación de pertenencia.

Finalmente ¿cómo trabajan la RSE dentro de la estrategia de Groupalia?

Colaboramos a través de nuestra plataforma con entidades como Unicef, a través de la cual les ayudamos a recaudar fondos.

Además, internamente realizamos acciones que inviten a nuestros empleados a colaborar con otro tipo de instituciones sin ánimo de lucro, como la Asociación Española contra el Cáncer o TrailWalker de Intermón Oxfam.

A partir de este mes de enero, vamos a involucrarnos de una forma más directa con acciones de RSE. Hemos buscado proyectos concretos relacionados con animales, naturaleza, niños y tercera edad. Ahora, votaremos internamente y el que más votos reciba, será el proyecto al que nos dedicaremos en nuestra política de responsabilidad social ■

angelazorrilla@equiposytalento.com



al detalle

Groupalia en cifras

- En España cuentan con más de 170 empleados, a los que se suman 100 en Italia.
- La edad media de la plantilla de Groupalia no alcanza los 30 años.
- Cada mes, reciben una media de 15 ideas por parte de los empleados en el "Buzón Groupalia Way" para mejorar el trabajo del día a día.