

RECLUTAMIENTO

Qué profesiones le darán un trabajo más rápido

En un mercado laboral en el que cada vez más puestos quedan sin cubrir, conviene saber qué perfiles tardan más y menos en ser contratados. **Por Tino Fernández**

Los procesos de selección se han vuelto cada vez más exigentes y largos. Sobre todo tras la pandemia, los reclutadores tratan de afinar lo máximo posible para encontrar a los candidatos ideales, y a esa extensión de los procesos y exigencias de los reclutadores se une la necesidad de adquirir nuevas habilidades por parte de los aspirantes, a quienes se les demandan resultados efectivos en el currículo. Parece evidente que los filtros se complican.

Según un estudio reciente realizado por Robert Walters, el 78% de los candidatos piensa que los procesos de selección no deberían alargarse más de un mes, aunque en la práctica sólo el 26% de los casos dura menos.

Con este escenario presente, y si nos centramos en el *factor tiempo* de los procesos de selección, es posible detectar algunos fenómenos que tienen que ver con la rapidez o lentitud y con la facilidad o dificultad con la que un candidato accede a un puesto.

El tiempo pasa...

Para empezar, a pesar de los filtros y exigencias de los reclutadores, también se ensayan algunas estrategias en las que prima la velocidad y el fácil acceso de los candidatos a las ofertas. Esto tiene que ver con los experimentos de *contratación exprés* y la aceptación de perfiles que no requieren título académico ni demasiada experiencia profesional.

También hay que analizar la dedicación (el tiempo invertido) por parte de los reclutadores a los currículos de los candidatos a un puesto. Esto ha ido variando, y hemos pasado de unos minutos (lo que dura una canción) a apenas segundos. Las últimas estimaciones permiten cifrar en 7,6 segundos esta dedicación temporal de los reclutadores al currículo de cada aspirante.

Ahora un análisis de *LinkedIn Economic Graph* analiza el intervalo entre el momento en que se publica un puesto de trabajo y el en que se cubre para diversas funciones laborales, basándose en casi 180.000 contrataciones exitosas. Se trata de detectar qué empleos se cubren con mayor y menor rapidez, y esto resulta útil en un mercado laboral en el que no sólo hay puestos que no se cubren sino que se percibe una escasez de candidatos idóneos para perfiles concretos.

Desde hace más de una década persiste el fenómeno de la escasez de talento, y la ausencia de capacidades y habilidades necesarias.

Los últimos estudios en España muestran que, según los empresarios españoles, las posiciones relacionadas con el sector de **datos** y **tecnologías de la información** son las más difíciles de cubrir, seguidas de los perfiles



Consultoría, finanzas e ingeniería, los sectores en los que más se tarda en contratar.

para **operaciones y logística** (25%), **atención al cliente** (22%), **ventas y marketing** (22%).

De más a menos

Así, el análisis realizado por científicos de datos de *LinkedIn Economic Graph* revela que transcurre una media de 61,7 días desde el momento en que se publica un puesto de trabajo en **finanzas** en LinkedIn hasta el momento en que el empleador informa que está ocupado. Finanzas requiere el segundo mayor tiempo para contratar entre las diez funciones laborales principales, mientras que **consultoría** presenta la espera más larga (62,9 días) lo que, según el estudio, concuerda con la rigurosidad de la contratación en este campo.

El tercer sector en el que más tiempo se tarda en cubrir un puesto es **ingeniería** (60,8 días), seguido de **cuidados sanitarios** (59,5), **management** (57,7), **ventas** (57,1), **educación** (55,9), **legal** (53,3), **recursos humanos** (50) y **marketing** (48,6).

Como se puede observar, marketing está en el otro extremo del espectro, y ofrece, según LinkedIn, la vía de contratación más rápida. El estudio hace referencia a que el uso de redes como TikTok asegura a los candidatos que si conocen habilidades básicas, como administrar campañas publicitarias de Facebook y utilizar *Google Analytics*, pueden ser contratados

como especialistas en **marketing digital**.

Aunque es posible que redes como TikTok puedan convertirse en un lugar en el que los reclutadores encuentren a personas con ideas frescas, este recurso de contratación no vale para todas las posiciones. Lo verdaderamente importante es que el mensaje y la propuesta de valor sean los puntales de la marca personal del candidato.

El caso de marketing habla de la tendencia de muchos candidatos a diseñar y elaborar un currículo diferente y que llame la atención o resulte disruptivo. Los expertos consideran que, antes que esto, resulta indispensable conocer muy bien la empresa, lo que busca el reclutador, y lo que cada uno puede aportar como candidato. Que todo eso esté claro desde el principio. Sin olvidar que es necesario leer y entender la oferta, comprendiendo perfectamente las necesidades de la empresa.

El reclutamiento, en particular, es una especialidad de recursos humanos donde la necesidad de contratar rápidamente puede ser intensa en momentos determinados. El estudio de LinkedIn sostiene que los empleados que buscan talento en áreas clave –ventas o ingeniería– están fuertemente motivados para desarrollar sus equipos de reclutamiento lo más rápidamente posible.