

Ahogados en currículos

Empresas y agencias de selección reciben hasta un 50% más de candidaturas

MANUEL ÁNGEL-MÉNDEZ

Si busca trabajo en ventas, en puestos intermedios de gestión y administración de empresas, en un departamento de recursos humanos o en artes gráficas y diseño, sepa que la competencia es feroz. En estos y otros sectores, las compañías están recibiendo hasta 200 candidaturas de media por vacante. Los cazatalentos filtran entre un 30% y un 50% más de currículos respecto a años anteriores. Se multiplican las respuestas a anuncios en prensa y se disparan las solicitudes espontáneas. Es la consecuencia de una economía con un 19% de paro: empresas y candidatos ahogados en un mar de currículos.

Basta consultar a las firmas de trabajo temporal o bucear en una bolsa de empleo. Para un puesto de asistente de alta dirección, con requisitos de excelente nivel de inglés y entre tres y cinco años de experiencia, compiten más de 500 personas. En otro de director de marketing, con dos años de bagaje y estudios de posgrado, más de 800. Y casi 200 ingenieros de informática y telecomunicaciones puján por ser director técnico en una multinacional inglesa con presencia en Madrid.

La avalancha es consecuencia de dos hechos evidentes: el elevado paro y el derrumbe de las contrataciones. Algunas agencias cifran en un 45% la disminución de vacantes en el mercado. Las escasas compañías que están incorporando personal ven en esta situación una ventaja y una dificultad a la vez. Por un lado, pueden escoger a los mejores, incluso a un coste salarial inferior a otros años. Por otro, pescarlos entre semejante tromba de candidaturas absorbe demasiado tiempo y recursos, algo de lo que ahora carecen muchas organizaciones. ¿Qué hacer?

“La clave es simple: mantener el nivel de exigencia asumiendo más horas de lectura de currículos”, apunta Mireia Vidal, directora de recursos humanos de Google España. Al aumento de candidaturas por el paro, las grandes multinacionales deben sumar el tirón de su marca. Google recibe cada año más de un millón de peticiones de empleo en todo el mundo. Para que el proceso de selección sea eficiente, recurren a varias técnicas: búsqueda de perfiles muy definidos, ofertas concretas y, sobre todo, referencias internas. Su lema es *Best people know best people* (los mejores conocen a los mejores). “Entre los más cualificados, buscamos al mejor. No basta con que sea bueno. Debe ser excepcional”, explica Vidal.

En otros sectores, como servicios financieros, también se nota el cambio. La aseguradora Axa contrató en España a 700 perso-



Un grupo de estudiantes en las pruebas de selección para optar al puesto de CEO en el concurso “Consejero delegado por un día”. /ÁLVARO GARCÍA

Evolución en el número de candidatos por vacante

Incremento en %	Nº medio de candidatos por vacante 2009
Administración de empresas	178
Recursos humanos	165
Diseño y artes gráficas	165
Compras, logística y almacén	141
Inmobiliario y construcción	136
Calidad, producción e I+D	105
Turismo y restauración	79
Marketing y comunicación	75
Atención a clientes	63
Profesiones, artes y oficios	51
Ingenieros, informática y teleco	50

Fuente: InfoJobs

EL PAÍS

nas en 2009, un 7% menos que el año anterior. Sin embargo, recibió 20.000 candidaturas, un 54% más, sobre todo en funciones de asesoría comercial, gestión de patrimonio y atención al cliente. “En el departamento de recursos humanos somos 65 empleados, algo por debajo de 2008. Estamos estirando lo que tenemos, haciendo más con menos”, reconoce Ramón del Caz, director de personal de Axa.

Para contener el coste de contratación, la aseguradora recurre a portales online. Herramientas baratas y efectivas para cubrir puestos de baja responsabilidad, pero insuficientes para cargos altos e intermedios. “Ahí utilizamos cazatalentos”. Además, publican las nuevas oportunidades en una intranet con el fin de fomentar la movilidad interna. “En 2008 y 2009 cubrimos 435 vacantes de esta forma. Eso hace que muchas

incorporaciones externas se produzcan por debajo, en puestos de menor experiencia, más fáciles de reclutar”, explica Del Caz.

A cambio de filtrar cientos de historiales, las organizaciones tienen mayor capacidad de elección. “Durante estos tres últimos años hemos tenido problemas por defecto. Ahora hay muchos aspirantes de gran calidad, la mayoría en el paro”, dice Beltrán Benjumea, director comercial y de marketing de Michael Page International. Esta firma de cazatalentos ha experimentado un aumento del 50% en las respuestas directas a anuncios y un 40% en las espontáneas, recibidas sin puestos disponibles.

Las actividades de soporte al negocio, como contabilidad, administración o recursos humanos, muy afectadas por el paro y la caída en la contratación, son las más demandadas. En el otro extremo,

los perfiles comerciales, destinados a aumentar ingresos y paliar la crisis, siguen al alza.

Para las agencias de selección, a pesar del descenso en la actividad, el clima es favorable. Sobrepasadas, las empresas acuden a ellas en busca de ayuda. Aprovechan también el aluvión para nutrir uno de sus activos más valiosos: las bases de datos de candidatos. Serán esenciales una vez repunte el mercado laboral.

Miguel Mercado, director de zona de Randstad, aconseja a las compañías dotarse de buenas herramientas informáticas para gestionar el exceso de currículos. “Se deben clasificar y almacenar, además de contestar correctamente a todos. Para ello es necesario software especializado y un buen equipo interno o externo”, explica. Y apunta una consecuencia más del torrente de candidatos: la dilatación en el tiempo del proceso de selección: “Se puede alargar entre tres y cuatro semanas hasta el cierre de la contratación”.

Dada la situación, los más perjudicados son los jóvenes, especialmente los menores de 25 años, que suponen un 21% de los desempleados. Según Eurostat, el pasado octubre la tasa de paro en este grupo rozó el 43% en España, el doble de la media europea. Sin experiencia, difícil competir en un mercado de abundancia. “Los universitarios que salen al mercado laboral se están uniendo a la masa de gente sin trabajo”, dice Benjumea. Y 2010 no aventura nada mejor. “Contrataremos un 14% menos”, dicen en Axa. En Randstad avisan: “Hasta septiembre no veremos cambios”. ■

Cómo resaltar entre la masa

► Ser esquemático. El currículum no debe ser escueto, pero sí conciso.

Una página para puestos de poca experiencia y un máximo de dos para posiciones intermedias y de alta dirección.

► Personalizar el contenido. Enfatizar una u otra experiencia y conocimientos en función del tipo de vacante.

El formato (elegante) y el lenguaje (cuidado, pero informal) importan.

► Resaltar la diferencia.

Nivel excelente de idiomas, notas académicas brillantes, proyectos empresariales propios e inquietudes personales originales llaman la atención. Eso sí, sea honesto.

► Adjuntar carta de presentación. No es una práctica común, pero resulta fundamental.

Explique en tres o cuatro párrafos qué puede aportar y por qué es el candidato ideal. Dé datos y ejemplos.

► Diversificar canales.

Portales, bolsas de empleo, firmas de cazatalentos, redes sociales online, solicitudes espontáneas, eventos... Cualquier medio es bueno para presentar su solicitud.