

Ofertas que no son de este mundo

13.10.2010 Tino Fernández

"Que tenga un gran interés por formar parte del futuro"; "con una alta tolerancia a la ambigüedad"; "pensamiento creativo"; "habilidad para priorizar"; "valor, sobre todo en medio del caos"... Éstos son los requisitos, difíciles de demostrar, que algunas compañías internacionales consideran imprescindibles y exigen ya a sus candidatos, frente a las cualificaciones académicas o las aptitudes profesionales típicas.

Se acabaron las ofertas de empleo tradicionales y los anuncios de toda la vida. Detrás de estas exigencias hay una nueva manera de reclutar; una capacidad para sintetizar y comprender los valores de la compañía y transmitirlos a quien los pueda entender. El resultado es una eficacia mucho mayor para captar a un nuevo tipo de candidatos.

Recientemente, un anuncio publicado en España, en el que se buscaba un segundo de recursos humanos para una multinacional de gran consumo, provocó un debate en la red profesional LinkedIn sobre la conveniencia o no de presentarse como candidato a una oferta redactada en ese tono, con exigencias para el candidato como "nos valen personas responsables y respetuosas que manejen sus complejos con autoridad, sus creencias con decisión, sus limitaciones con seguridad y su optimismo con control. Si además eres coherente y no te autotraicionas en tus principios, vamos bien".

Alfonso Villarroel, de Villarroel & Hunter, asegura que "muchas compañías no son capaces de conocer su verdadero ADN, pero este tipo de ofertas supone una forma mucho más eficaz de sintetizar lo que es la empresa. No se trata de habilidades técnicas sino de formas de vivir y de sentir el trabajo. Este tipo de anuncios ahorra esfuerzos, porque quien no se sienta aludido por él se está autodescartando".

Eduardo Quero, manager del área de comercial y márketing de Randstad Search & Selection, coincide en que "una oferta diferenciada siempre es más atractiva y supone más reclutamiento. Indica que el proyecto es distinto, y tiene que ver con el hecho de vender otra forma de captar y otro tipo de empresa".

Alberto Bocchieri, socio de Neumann International, también cree que "todo esto se debe a la intención de transmitir una imagen distinta para destacar, de mostrar valores diferenciales propios de otro tipo de compañía". En un entorno cambiante en el que varían los focos de crecimiento en el mundo, Bocchieri cree que "se necesitan perfiles distintos. Los sistemas de búsqueda también cambian, y cada puesto se hace único. Cuando una firma abre una posición es porque necesita a una persona concreta. Y debemos tener un grado de entendimiento de lo que se requiere en esa compañía y en ese momento preciso".

Plácido Fajardo, socio de Leaders Trust, reconoce que uno de los requisitos más demandados por sus clientes en el nuevo escenario que está surgiendo es la capacidad de innovación de los candidatos. "Se buscan profesionales que hayan demostrado creatividad en la manera de obtener sus resultados y muy adaptables a las nuevas situaciones. Es necesario hacer cosas nuevas, inventar productos o servicios, diversificar, aprender de otros sectores, buscar canales diferentes, importar ideas de éxito probado o, lo que es mejor, crearlas, y esto requiere un perfil específico con características personales nada fáciles de medir, al ser factores subjetivos menos tangibles, que pueden resultar etéreos. Por eso es cada vez más importante determinar el nivel profesional de quienes se dedican a la identificación del talento, una tarea que irá ganando en importancia estratégica".

Fajardo añade sin embargo que "de nada servirá incorporar profesionales con espíritu creativo si la organización no favorece que surjan y se implanten nuevas ideas, lo que a veces implicará riesgos".

José Medina, presidente de Odgers & Berndtsom, cree que "el talento es menos abundante de lo que quisiéramos, pero ciertamente más de lo que pensamos si sabemos buscarlo bien", y añade que "estas

compañías van buscando las características más exquisitas de un profesional, además de las obvias ligadas al desempeño del puesto, que son condición necesaria. No las describen a veces de la forma más adecuada, pero son actitudes permanentes en las que residen las claves predictivas del desempeño eficaz del puesto. Poseer este tipo de cualidades diferencia al profesional excelente del meramente mediano".

Medina opina asimismo que estas características que solicitan de forma creciente las empresas responden a demandas del presente y del futuro en un mundo cada día más complejo. Se refiere a personas que en situaciones límite o de emergencia mantengan el aplomo; a quienes, ante la incertidumbre y ambigüedad, sean capaces de decir: "con la información que tenemos vamos a seguir uno u otro camino"; que puedan tomar decisiones y riesgos medidos con información incompleta.

Para Eduardo Quero, estos nuevos modelos de búsqueda que se sustentan en otro tipo de ofertas responden ya a una tendencia con futuro: "Las crisis fomentan circunstancias en el mercado de trabajo que tienen que ver con situaciones duras. En muchas compañías la persona pierde valor y sólo se tiene en cuenta el resultado. Cuando mejore la situación económica, sólo aquellos que inviertan en una cultura que favorezca el desarrollo de la persona podrán optar al verdadero talento".