

El año electoral, al momento, no cambió el panorama en las búsquedas de recursos humanos. Las consultoras del sector no ven un freno en la actividad y, por el contrario, observan con entusiasmo el crecimiento que están teniendo frente a la fuerte demanda por parte de las empresas. El contexto de crecimiento económico del país y la región, sumado a la inflación, a la escasez de talentos y a un poder sindical cada vez más fuerte, hace que las compañías necesiten más información para lidiar con el día a día y busquen personas con capacidades y *skills* diferentes a años anteriores. “Desde mediados de 2010 hay una tendencia muy marcada de varios perfiles que resultan muy críticos y son los más perseguidos por las principales compañías”, asegura Matías Ghidini, gerente de Operaciones de la consultora Ghidini Rodil.

Por unanimidad, el grupo de profesional de IT (Tecnología de la Información) y de ingenieros son los perfiles más buscados, seguidos por los contadores. Los primeros se demandan principalmente para desarrollo, infraestructura y funcionalidades. “En

na Gadow, gerente regional de Recursos Humanos de Deloitte, señala: “Se diversificaron las carreras y aparecieron muchas nuevas que hacen que los jóvenes tengan más variedad, por eso disminuye la oferta de profesionales de carreras más tradicionales, como contador”.

La necesidad de profesionales de IT y contadores se profundiza más frente al crecimiento de Centros de Servicios Compartidos, que brindan soporte global en procesos específicos para sus filiales en todo el resto del mundo. Esto también provoca que los más escasos y, por ende, los más requeridos, sean aquellos que poseen un manejo avanzando del idioma inglés. “En el caso de los profesionales de Ciencias Económicas, aquellos que posean conocimientos de normas internacionales (como por ejemplo SOX o USGAAP) o un tercer idioma (portugués preferentemente), podrán posicionarse aún mejor ante sus potenciales empleadores”, advierte Ghidini. Eso mismo ocurre con los ingenieros que manejan un inglés técnico de su profesión, según explica Daniel Iriarte, director de Michael Page.

Entre las industrias que más demandan recursos humanos se encuentran aquellas que vienen mostrando una aceleración en su actividad, como la automotriz, autopartista, minería, petróleo, construcción, agroindustria, el consumo masivo e Internet.

Efecto inflación

De todos modos, puertas adentro, la inflación hace que también el área de finanzas tome aún más fuerza, dado que se requieren profesionales que sepan actuar en el presente escenario de una economía en crecimiento.

Una situación similar experimenta el área de Recursos Humanos, donde, cada vez más, se necesitan profesionales especialistas en relaciones laborales y en compensaciones y beneficios con experiencia en negociaciones para poder lidiar las subas salariales con los sindicatos y para poder hacer ajustes sin producir ruido en la estructura de negocio. “El complejo contexto laboral local, fuertemente empapado de negociaciones gremiales y revisiones salariales por inflación, torna imperativo para las organizaciones contar con un equipo preparado para lidiar con los sindicatos, al tiempo de monitorear constantemente la equidad salarial interna y la competitividad externa, intentando hacer equilibrio sobre el inculcable solapamiento salarial entre personal fuera y dentro de convenio”, dice Ghidini. “Desde nuestra actividad como consultores estamos presenciando, tal vez por primera vez, una real preocupación en los departamentos de Recursos Humanos por mejorar el retorno de la inversión que se realiza en beneficios”, completa Danilo Miño, director General de la consultora Towers Watson.

Para Nadborny, este tema se ha vuelto crítico y estratégico para las empresas, pero se trata de áreas que tienen una alta demanda y a la vez una escasa oferta con experiencia. Frente a esta falta, las compañías suelen combinar gente con experiencia real, que haya vivido situaciones similares en épocas pasadas y que sepa resolver los temas en el corto plazo, y gente más joven que sea formada por los experimen-

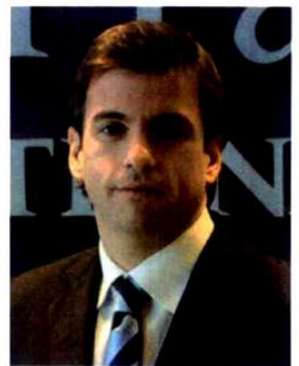
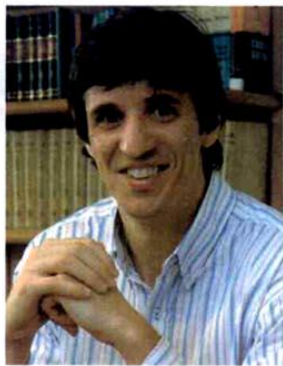
Qué buscan los que buscan

Ingenieros, profesionales de IT y contadores son los perfiles más demandados. En tanto, la inflación posiciona a los especialistas en finanzas, mientras que las subas salariales y las negociaciones con los sindicatos exigen expertos en relaciones laborales, compensaciones y beneficios.

Por Ana Falbo

Ilustración: Lisandro Zepewich

tanto, de los ingenieros, se busca por demás aquellos del tipo ‘especialistas’ en petróleo, perforación, reservorios, logística, calidad, de procesos, planeamiento, seguridad y medio ambiente”, agrega Ghidini. En ambas poblaciones, si el perfil es bueno, el desempleo es cero. La explicación de esta situación de *full employment*, según Daniel Nadborny, director General de Mercer, está en que no hay una generación que acompañe la demanda de profesionales, motivo por el cual hace años muchas empresas comenzaron a motivar a los jóvenes a estudiar este tipo de carreras, pero recién se están graduando. Algo parecido también pasa con los contadores. Fabia-



tados para poder solucionar los temas a futuro. “Esta combinación es importante porque las empresas ven que tanto los temas sindicales como la inflación, al parecer, llegaron para quedarse”, agrega.

Las consultoras ven como algo determinante las negociaciones salariales para los costos de una empresa, que tiene presiones de los gremios en las paritarias y del juego de la oferta y la demanda de los profesionales no sindicalizados. “Los buenos perfiles están empleados, es por eso que a la hora de cubrir un puesto es probable que se tenga que ir a buscar a un trabajador de otra empresa. Seducir, atraer y retener personal es un nuevo factor que presiona en la suba salarial”, ilustra el director de Mercer.

Asimismo, dentro del área de Recursos Humanos, se busca un perfil que cumpla el rol de Human Resources Business Partner. Iriarte, de Michael Page, y Enrique Babis, Associate Partner a cargo de Recursos Humanos de PricewaterhouseCoopers (PwC), coinciden en que este profesional es necesario porque sabe hablar de la industria, conoce y entiende del negocio y de su lógica. Esto se hace fundamental para lograr que se involucre y preste servicios acorde a las necesidades profundas de la empresa y participe en la mesa de toma de decisiones.

Otras áreas en las que se observa mucha demanda son las relacionadas al consumo masivo, como el marketing, posiciones comerciales o de ventas, por la ola de consumo que se está viviendo en el país. Asimismo, el sector que comenzó a generar nuevos puestos de trabajo es el de las empresas de *e-commerce*, compras colectivas o negocios *online*. De esta forma, perfiles como los de *community managers*, especialistas en alianzas *web*, analistas de tráfico *web*, especialistas en promoción y publicidad *online* han crecido bastante, coinciden los analistas.

Para estas áreas se buscan personas con perfil emprendedor, agresividad comercial y composición de equipo fuerte. “El equilibrio entre estos tres aspectos hace al perfil perfecto para este sector”, dice Iriarte.

Según Gadow, la posición que más vacantes abiertas tiene son los puestos *junior* por una cuestión de masa crítica. Asimismo, Iriarte indica que los niveles de gerencias medias están teniendo un ritmo de demanda muy fuerte, a diferencia de las posiciones de CEO y directores, donde la búsqueda “está más rezagada en comparación con otros años”. El ejecutivo de Michael Page considera que esto podría ocurrir dado que las compañías pretenden solucionar los problemas inmediatos y tienen una mirada de más corto plazo. La búsqueda de mandos altos significa

De izquierda a derecha: Daniel Nadborny, de Mercer; Patricio Benegas, de Hewitt; Matías Ghidini, de Ghidini Rodil; Enrique Babis, de PricewaterhouseCoopers; y Daniel Iriarte, de Michael Page.

Un buen momento

Las consultoras coinciden en el crecimiento que vienen experimentando en los últimos años. “Al buscarse más profesionales de los que hay en el mercado, las consultoras deben salir a hacer *headhunting* con mandos medios”, dispara Diego Kirschenbaum, director de Capital Humano. Sin embargo, el gran movimiento en la actividad no se da únicamente en la selección de personal frente a la escasez de recursos humanos, sino que también ocurre por un crecimiento económico del mercado local e internacional, una inflación que preocupa, compensaciones que hay que resolver y una necesidad de optimizar el dinero. Estos factores crean un contexto en el que las organizaciones requieren información y conocimiento para actuar. Así, las consultoras se miran a sí mismas.

Desde Michael Page aseguran que el desarrollo se debe al modelo de especialización. “Así explicamos el crecimiento que tuvimos en cuatro años. Inclusive, cada vez se va a tender a segmentar más, con nichos cada vez más chicos. Nuestros clientes valoran mucho esa especialización. El mercado es bueno y hay espacio para diferentes consultoras”, dice Daniel Iriarte, su director. Por su parte, Daniel Nadborny, de Mercer, afirma que existe una tendencia hacia la globalización: “las grandes empresas buscan consultoras que tengan procesos globales en el que se use la misma metodología que en otras partes del mundo”.

El crecimiento en el mercado local e internacional tiene un impacto positivo en el negocio. El auge de los Centros de Servicios Compartidos aumenta la regionalización e internacionalización que lleva a ofrecer soporte a otras partes del mundo.

Con un perfil más abarcativo, la consultora Ghidini Rodil dice haber tenido un aumento y consolidación en su *core business* de búsquedas ejecutivas, así como también en nuevas áreas, como son las búsquedas regionales e internacionales, la división en el Interior del país y la especialización en perfiles de IT. En tanto, los avances tecnológicos impactan en el proceso de búsqueda. Enrique Babis, socio de PwC, resalta que las nuevas redes sociales llegaron para cambiar la manera de búsqueda dado que ellas funcionan como primer filtro de reclutamiento *online* y, además, ayudan a segmentar al público para orientar la investigación más a la medida del cliente.

Frente a la idea de que hay que estar cerca de los candidatos, dado que hoy la selección la hacen tanto ellos como las empresas, Kirschenbaum explica que publicar un anuncio en un diario dejó de tener sentido: hoy la nueva generación se encuentra en las redes sociales.

pensar en un plazo mayor a los cinco años, un objetivo que se dificulta frente a un escenario de reglas de juego no demasiado claras.

Aspectos soft

Las empresas, en general, siempre buscan que sus profesionales tengan ciertas características: compromiso, pasión, iniciativa, innovación, creatividad y valores compartidos con la compañía.

Si bien estas cuestiones se siguen valorando a la hora de seleccionar a una persona, hay otros aspectos, impuestos por la realidad argentina y las tendencias mundiales, que se han vuelto críticos. Estos son la capacidad de aprendizaje y de manejar la versatilidad, tener una comprensión de la industria del negocio, tener aptitudes de líder y trabajar en equipo.

Esta capacidad de aprendizaje sirve para la continua formación profesional, dado que, actualmente, no se requiere tener sólo una carrera universitaria, sino también un MBA o posgrado en áreas específicas. Estos ayudan a incorporar nuevas herramientas o tendencias, y además permiten crear un poderoso *networking*, coinciden los especialistas consultados. Asimismo, los cambios de mercado, de consumidores, los avances tecnológicos, los ciclos cada vez más cortos de los productos y los cambios en las reglas del juego hacen necesaria gente con gran capacidad de aprender y ejecutar en tiempo y forma.

Respecto al liderazgo y a la capacidad de trabajar en equipo, estas aptitudes se ven como excluyentes. Según Patricio Benegas, *managing director* de Hewitt, estos aspectos están relacionados con los resultados que se obtengan en el trabajo diario. Tener un buen grupo de profesionales que no sepa trabajar en conjunto o tener un gerente que no inspire, motivar y crear una visión en sus empleados, son motivos que llevan a no lograr resultados exitosos.

Otros *skills* muy valorados por las empresas son el tener capacidad de análisis, buenas relaciones interpersonales, ser proactivo, pretender ser protagonista de las situaciones, saber mantener comunicaciones cara a cara. “Cada vez la comunicación virtual es más fácil, por eso es importante mantener la comunicación personal”, señala Gadow, sobre su experiencia en Deloitte.

Las necesidades del mercado están a flor de piel, por eso se espera que el crecimiento continúe. “Puede que haya alguna desaceleración por las elecciones en agosto, pero por el momento nuestros servicios no se vieron sensibilizados de manera negativa por factores políticos”, concluye Nadborny. // **RRHH**