TENDENCIAS

Hay una nueva forma de hablarcon la IA que le asegura el éxito

TINO FERNÁNDEZ @tinofernandez 19 DIC. 2025 - 13:40



COSTHANZO

La inteligencia artificial no está aprendiendo a pensar, sino a trabajar, replicando cómo los humanos aplican el conocimiento. Este avance amenaza con devaluar servicios profesionales que antes eran costosos, desplazando el valor hacia lo que no se puede automatizar. Aquí se destacan nuevos perfiles profesionales que aseguran un futuro laboral basado en un nuevo tipo de interacción con la IA.

La inteligencia artificial no está aprendiendo a pensar como los humanos, pero sí está aprendiendo a trabajar como ellos. Y eso cambia (aún más) el mercado laboral.

Mario Garcés, fundador de The Mind Kind, un neurocientífico y emprendedor español que compite con OpenAI, Meta o Google en la carrera por encontrar la inteligencia artificial general, asegura que "los grandes modelos de lenguaje (LLM) han acumulado el conocimiento de la humanidad, pero ahora lo que se está capturando en nuevos metamodelos -sistemas que aprenden cómo usar otros modelos y conocimientos, observando cómo lo hacen los humanos- es el uso que estamos haciendo de ese conocimiento, es decir, se está capturando la forma en la que los humanos interactuamos con los modelos de lenguaje". **La nueva frontera de la inteligencia artificial ya no es acumular conocimiento, sino capturar la forma en la que los humanos lo aplican en su trabajo.**

Los sistemas empiezan a aprender métodos de trabajo, no sólo datos, y ya no se aprende exclusivamente del conocimiento humano, sino del comportamiento profesional humano.

Antes el valor estaba en saber; el conocimiento era escaso; y el experto era quien acumulaba información y experiencia. Ahora, el conocimiento es abundante; el

ÚLTIMA HORA

13:25 La firma de moda Brownie supera las 120 tiendas con la...

12:34 WiZink aumenta sus pérdidas hasta los 9,2 millones de eur...

11:58 Óscar Puente: "Traspasar Rodalies no es una solución...

11:35 La capitalización de la Bolsa aumenta en 23.400 millones...

11:22 Ferrovial comienza mañana a cotizar en el índice Nasdaq...

valor se desplaza a cómo se aplica; y ese "cómo" empieza a ser capturable.

La idea de Mario Garcés explica por qué cambian las habilidades: ya no basta con saber. Hay que formular problemas, evaluar resultados, asumir responsabilidades y trabajar con sistemas automatizados.

Un nuevo valor

No se acaba el trabajo del conocimiento, sino que se abarata el trabajo del conocimiento repetible, y crece la prima por lo que no se puede estandarizar fácilmente (responsabilidad, negociación, contexto, relación con cliente, decisiones bajo incertidumbre, control de riesgos).

No se trata de hacer prompts sino de competencia de interacción productiva: formular bien, iterar con método, verificar, documentar decisiones y gestionar riesgos. Eso rediseña tareas y eleva roles profesionales como el de estratega de IA aplicada, formador de interacción, creador aumentado, validador o supervisor, y experto en gobernanza, ética y seguridad.

Algo que antes era diferenciado y caro pasa a parecerse a una commodity (un bien básico): se vuelve abundante, estandarizado, fácil de comparar entre proveedores y, por tanto, pierde margen y precio.

La clave es entender que capturar el uso del conocimiento equivale en la práctica a capturar métodos de trabajo (cómo pedimos, evaluamos o decidimos) y a convertirlos en capacidad de producto. Y cuando una actividad se vuelve "producto", el conocimiento que antes se vendía como servicio se comoditiza.

La disrupción no es que la IA sepa: es que empieza a hacer. Y cuando hacer se estandariza, el mercado paga menos por el servicio básico y más por la supervisión y la decisión.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) advierte de que la IA no elimina empleos de forma directa, pero expone tareas completas a la automatización, especialmente en ocupaciones intensivas en texto y procesos digitales. Y el Foro Económico Mundial anticipa una reconfiguración masiva de habilidades antes de 2030.

El mensaje es claro: el valor del trabajo cognitivo estándar está cayendo rápidamente.

En un solo fin de semana, utilizando modelos de lenguaje comerciales, un profesional puede redactar tres escritos jurídicos complejos -nulidad, oposición y alzada- con nivel profesional y citas de jurisprudencia correctas. Sin agentes de patentes, sin despachos especializados, puede realizar un trabajo que antes requería días o semanas de expertos.

Este caso se puede llevar a otros sectores como el diseño gráfico, el márketing estratégico, la investigación preliminar, la creación artística, el análisis financiero o la consultoría básica.

El ejemplo del reclutador y los procesos de selección también puede ayudar a entender todo esto: **se abarata simplemente filtrar y cotiza evaluar de verdad**. Antes, gran parte del valor del reclutador era cribar currículos, redactar ofertas, hacer primeros filtros, resumir entrevistas y coordinar procesos. Más tarde, la inteligencia artificial logró una mejor automatización de las descripciones de puestos, de las cribas por criterios, del scoring inicial, de las preguntas de la entrevista, los resúmenes y las comparativas de candidatos... Lo que queda de valioso es definir el perfil real: qué necesita realmente el negocio y qué es simple postureo del manager de selección. Se trata de detectar señales humanas (motivación, encaje cultural, capacidad de aprendizaje, integridad) y de evitar

sesgos y riesgos.

La conclusión es que el "filtro mecánico" se comoditiza, mientras la buena selección se vuelve más estratégica y más exigente.

Ganadores en 2026

La idea inicial del fundador de The Mind Kind nos lleva a pensar que no ganan los más técnicos, sino los que aprenden a interactuar de una nueva manera con la inteligencia artificial. La habilidad central no es el prompting sino la orquestación con criterio, y así destacan algunos perfiles triunfadores para 2026:

Uno de ellos es el de **orquestador de trabajo con IA.** Puede decirse que ya existe en la práctica, aunque algunas empresas lo llaman GenAI Solutions Architect, AI Product/Delivery Lead, LLMOps/AI Platform Engineer, o Applied GenAI Lead. Lo que define este rol no es el título, sino la misión: convertir un objetivo de negocio en un sistema de inteligencia artificial operable, medible y seguro (no en una demo). Estos profesionales son demandados en sectores como la banca y los seguros, donde deben lidiar con mucha documentación, procesos repetibles, y un alto coste por error.

También son valorados en el sector de retail, en ecommerce, telecomunicaciones y contact centers, así como en farma y life sciences -en entornos regulados, con mucho conocimiento interno, y necesidad de trazabilidad-, o en la industria, tecnología y cloud.

Morgan Stanley es un ejemplo concreto de orquestación en empresas. La compañía no se limitó a poner un LLM a responder preguntas. Lanzó asistentes internos para surfacing -hacer aflorar lo relevante: que un analista o asesor pregunte algo y el sistema le saque a la superficie los informes y párrafos exactos que lo responden-, y destilado de conocimiento a partir de su propio cuerpo de investigación. En vez de inventar, el sistema recupera fragmentos relevantes del conocimiento interno (recuperación), redacta una síntesis utilizable por el asesor o analista (generación) y se apoya en un marco de evaluación para asegurar que la inteligencia artificial rinda con la fiabilidad y consistencia que exige un entorno financiero.

El orquestador define permisos (quién puede ver qué), selecciona fuentes internas "buenas" (versiones vigentes, documentos aprobados), fija criterios de calidad y monta tests continuos.

Muchas compañías ya están contratando explícitamente formadores de interacción humano-inteligencia artificial a los que se conoce como **Enablement Lead o AI Learning & Enablement Manager**, con tareas como diseñar programas corporativos o rutas formativas.

Estos profesionales consiguen que una organización trabaje con IA de forma segura, medible y repetible. No enseña trucos; diseña protocolos de trabajo (no prompts) y los convierte en hábitos de equipo.

Construye "capacidad interna": champions de IA en las organizaciones, kits de lanzamiento (comunicación, casos de uso, guías) o bibliotecas de escenarios.

Y también mide el grado de adopción de la inteligencia artificial (usuarios activos, recurrencia), la productividad (tiempo ahorrado, ciclos de entrega), la calidad y los riesgos (incidentes, fugas de datos y outputs no conformes).

Entre los **sectores que más demandan diseñadores de interacción humano-IA** está el de salud y farma, con alta sensibilidad de datos y una regulación estricta, el sector legal; el de medios y contenidos -USA Today ha incluido un rol de AI Learning & Enablement Manager centrado en programas enterprise y en incorporar

ética, gobernanza y uso responsable en la formación-; el de consultoría - Capgemini cuenta con un GenAI Adoption & Enablement Specialist, y Accenture ha lanzado programas masivos de formación en IA generativa- y también los sectores de finanzas, seguros, retail corporativo o administración.

Un **profesional de contenido aumentado es un creativo** (copy, diseño, vídeo, UX writing, branded content) que ya no aporta valor principalmente produciendo desde cero, sino dirigiendo, editando y diferenciando contenido generado con inteligencia artificial para que sea útil para el negocio, coherente con la marca y que pueda publicarse sin riesgos. Hay que pensar en este perfil como en una mezcla de director creativo, editor jefe y operador de herramientas de generación.

La inteligencia artificial puede generar cien versiones, y el profesional de contenido aumentado define qué versión sirve (y por qué); qué es lo que no se puede decir (claims legales, promesas, términos regulatorios); o cómo mantener la voz de marca (tono, estilo o consistencia).

Podría decirse que su superpoder no es el prompting sino la edición profesional: verifica la coherencia y la exactitud, detecta alucinaciones, revisa los sesgos y asegura que el contenido respeta las políticas internas.

Básicamente, **los sectores que demandan estos profesionales son** publicidad y agencias; consumo y grandes marcas; retail; software B2B y marketing performance; ecommerce y medios y entretenimiento.

Si la IA entra en decisiones críticas, nace un **nuevo control de calidad del siglo XXI**: profesionales que validan modelos, documentan decisiones, vigilan sesgos y dejan trazabilidad para poder defender -ante un regulador o ante un juez- por qué el sistema decidió lo que decidió.

Los supervisores y validadores de decisiones automáticas aseguran que un sistema de inteligencia artificial (o un "modelo") que influye en decisiones importantes funciona como dice, se puede explicar y auditar, no discrimina y tiene un responsable claro. Básicamente, hace que la inteligencia artificial en producción se convierta en IA defendible.

Decide si el caso es "crítico" y qué nivel de control exige; valida antes de desplegar y hace pruebas de calidad, sesgo, robustez, explicabilidad y limitaciones: define "dónde no usarlo" y cuándo debe pasar al humano.

Este tipo de profesionales **se demandan principalmente en el sector de finanzas y banca**, para tomar decisiones automatizadas (crédito, fraude, riesgos o trading).

En seguros son demandados para el uso de modelos en pricing, fraude, atención y gestión de siniestros; en salud para manejar el riesgo clínico, y en empleo y recursos humanos para screening, evaluación y promociones.

El responsable de ética, cumplimiento y riesgo en IA (AI governance) es la persona (o el equipo) que hace que la inteligencia artificial en una empresa sea legal, segura, auditable y "defendible".

Aunque el título varíe, **puede identificarse a este profesional cuando alguien se encarga del inventario de casos de uso y modelos**, de los procesos de aprobación; de las cláusulas de proveedores y retención; de las políticas de datos, prompts y logs: de la evaluación y monitorización; y de la coordinación entre legal, compliance, datos y producto.

El trabajo de estos profesionales es evitar que la IA acabe siendo lo que se denomina shadow IT (cada uno usa las herramientas a su manera), y así tratan de convertirla en algo que se puede gestionar como cualquier otro riesgo corporativo. En la práctica, los responsables de ética, cumplimiento y riesgo en IA eligen y

controlan a los proveedores (LLM, plataformas, integradores); definen criterios para comprar IA (seguridad, privacidad, soporte, certificaciones, jurisdicción, subprocesadores); negocian cláusulas (retención de datos, uso o no uso para entrenamiento, auditorías) o evalúan riesgos de terceros.

Entre los sectores que demandan estos roles está el de banca y servicios financieros. Aquí la inteligencia artificial entra en decisiones de alto impacto (riesgo, fraude, crédito, asesoramiento), y el sector ya tiene cultura de model risk. JPMorgan describe explícitamente su función dedicada de Model Risk Governance para evaluar riesgos de usos de machine learning e IA; y Lloyds Banking Group tiene roles de AI Risk Oversight que piden experiencia en model risk, gobernanza de IA y riesgos en inteligencia artificial.

Otros sectores que demandan estos profesionales son el de seguros, salud (compañías como la farmacéutica Roche tienen un rol orientado a AI Governance & Ethics, señal de que esto ya se está industrializando en life sciences); pagos y plataformas con riesgo regulatorio transversal; tecnología enterprise y grandes organizaciones. Microsoft explica la creación de un Office of Responsible AI e IBM se refiere a su experiencia con AI Ethics Board y su enfoque holístico de AI governance (personas, procesos, tecnología).

HABILIDADES QUE COTIZAN

Saber interactuar con la inteligencia artificial se traduce en un conjunto de habilidades profesionales muy concretas, y además funciona como una metahabilidad que ayuda a anticipar qué capacidades profesionales van a cotizar en el futuro. Entre esas habilidades clave para quienes realmente saben trabajar con inteligencia artificial destacan las siguientes:

- **Planteamiento de problemas y pensamiento contextual.** Convertir un objetivo difuso ("mejora la atención al cliente") en tareas, restricciones y criterios de éxito. Esto conecta con la tendencia de mercado: el World Economic Forum sitúa el pensamiento analítico entre las habilidades al alza, junto con la alfabetización tecnológica.
- **Comunicación operativa con sistemas inteligentes**. No se trata de hacer 'prompts bonitos' sino de dirigir: dar instrucciones por fases, pedir 'outputs' verificables o hacer que el modelo pregunte antes de inventar cuando falta información.
- **Diseño de flujos de trabajo y automatización ligera.** Encaja con la visión 'human-agent teams' y la aparición del rol de 'agent boss' que describe Microsoft: humanos que dirigen agentes y rediseñan flujos de trabajo.
- **Evaluación y verificación.** Esta es la habilidad que diferencia a los 'pro' de los simples usuarios. Permite detectar alucinaciones y errores sutiles; ayuda a medir la calidad con criterios (exactitud, consistencia, riesgo) y a crear pruebas recurrentes ('regression tests') cuando el sistema se usa a escala.
- **Alfabetización de datos (data literacy) aplicada.** La OCDE ha observado en el caso de las pymes que la inteligencia artificial generativa está haciendo más importantes ciertas habilidades, como 'data analysis & interpretation'. La alfabetización permite entender de dónde salen los datos, su calidad, sesgos y vigencia; y ayuda a interpretar los resultados, y no sólo a generarlos.
- **Seguridad, privacidad e 'higiene' de uso.** Se trata de no meter datos

sensibles donde no toca; de entender los riesgos como fugas de información, permisos, retención, y ataques tipo 'prompt-injection'; y de saber trabajar con un 'mínimo necesario', anonimización y control de accesos.

Empleo | Desarrollo de Carrera

Uno de cada cuatro profesionales no registra sus horas reales de trabajo

Manuel Muñiz, nuevo rector de IE University

Cómo resolver una relación ambigua sin futuro entre empresa y empleado

COMENTARIO

Charmander #1

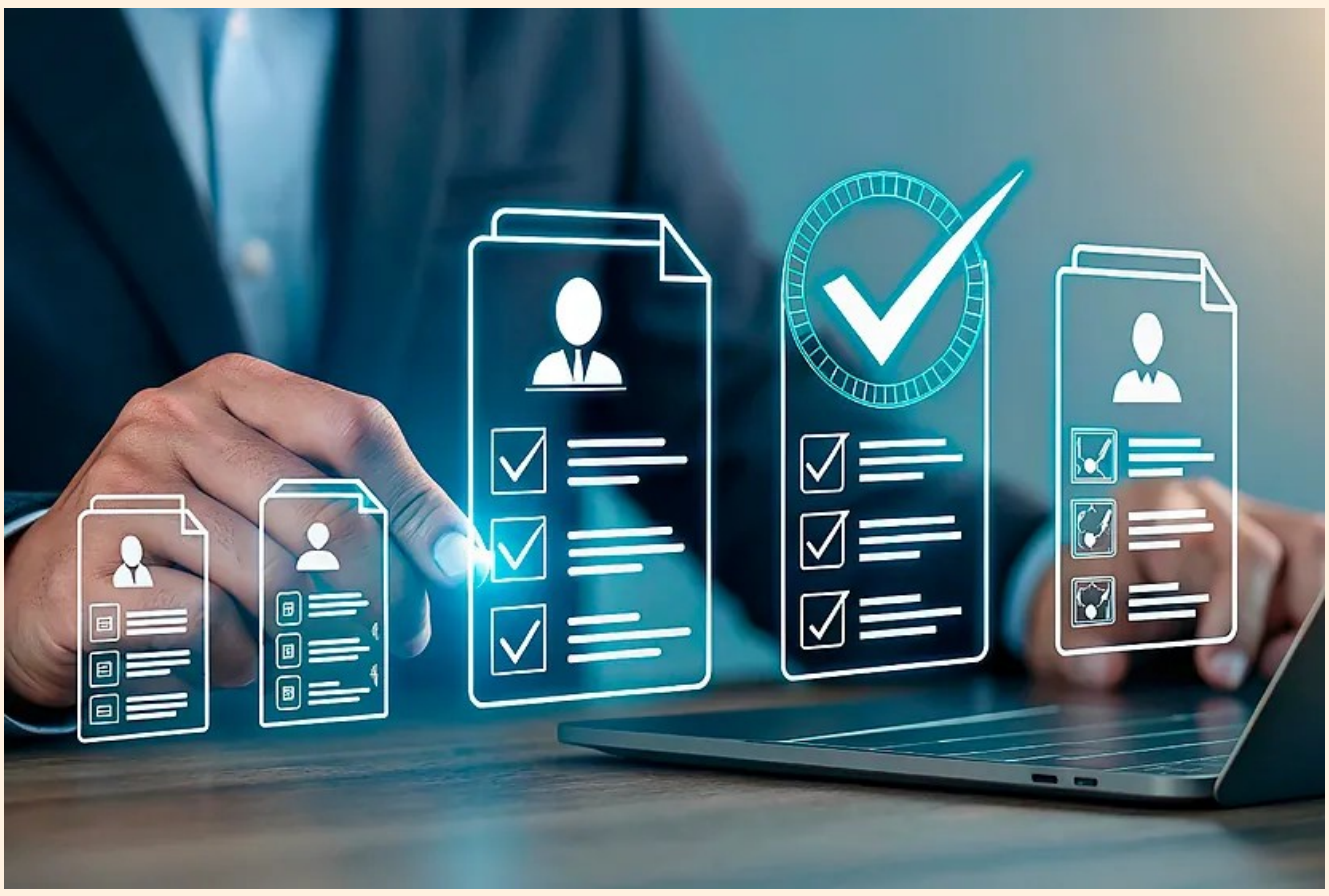
21/12/2025 | 10:21 horas

Por ejemplo, puedes usar la IA para decirle que te corrija las noticias ya que "hablarcon" no existe.

RECLUTAMIENTO

Así se gestionan varios procesos de selección

MONTSE MATEOS @montsemateos 19 DIC. 2025 - 13:50



El 71% de las personas que rastrea un empleo lleva varios procesos en paralelo en busca de la mejor opción. Adaptar los tiempos y el discurso, actuar con transparencia y no tener más de tres ofertas en activo es clave para acertar y no ser víctima de parálisis por análisis.

En las conversaciones informales de cazatalentos y reclutadores es habitual, más a menudo de lo que parece, mencionar la indignación y decepción ante algunos candidatos que ocultan participar en varios procesos y se permiten el lujo de decir 'no' en las últimas fases de la selección o, lo que es peor, aceptan la oferta 'de momento' para luego retractarse. Lo que algunos candidatos ignoran es que jugar al mejor postor puede jugarles, valga la redundancia, una mala pasada: pierden su credibilidad y cierran la puerta de un reclutador o cazatalentos que pueden

ÚLTIMA HORA

13:25 La firma de moda Brownie supera las 120 tiendas con la...

12:34 WiZink aumenta sus pérdidas hasta los 9,2 millones de eur...

11:58 Óscar Puente: "Traspasar Rodalies no es una solución...

11:35 La capitalización de la Bolsa aumenta en 23.400 millones...

11:22 Ferrovial comienza mañana a cotizar en el índice Nasdaq...

necesitar en el futuro.

Andrés Fontenla es cazatalentos y socio director de Recarte &Fontenla executive search. Aunque subraya que no es habitual que un directivo valore una o dos opciones, "tres como máximo en situaciones muy concretas", explica que si un directivo avanza en un proceso y se le pregunta expresamente, lo razonable es compartir que está participando en otros procesos: "No tanto por una cuestión de transparencia formal, sino porque ayuda al reclutador a calibrar tiempos, urgencias y prioridades. Compartir esta información suele jugar a favor del candidato, ya que permite acelerar decisiones si hay un interés real".

Sin embargo, parece que no es tan habitual como deseable. El *IV Barómetro de Tendencias en RRHH* de Etalentum confirma que el 71% de los candidatos que busca empleo gestiona varios procesos en paralelo, pero sólo el 30% lo comunica de forma proactiva. Para David Boixader, CEO de Etalentum, esa transparencia es un indicador de alto valor, porque refleja que la persona dispone de habilidades de gestión de expectativas y de negociación profesional, "al tiempo que demuestra honestidad y genera confianza". Por otra parte, apunta que también revela que el candidato está validado por el mercado, "nos avisa de que hay elegir con urgencia".

Coherencia

El candidato que no quiera fastidiarla a la hora de mantener varios procesos de selección activos debe hacer un ejercicio de coherencia, no se trata de matar moscas a cañonazos, sino de afinar el tiro para acertar. "El candidato necesita claridad en el criterio de búsqueda, ser selectivo y optar a aquellas ofertas que encajen con su experiencia, motivaciones y alineamiento cultural y de valores", señala Maribel Rodríguez, socia fundadora de Direactivas. A su parecer, **"no se trata de participar en múltiples procesos que nada tienen que ver entre sí, sino de hacerlo en aquellos que mejoren su empleabilidad en el mercado y contribuyan a su desarrollo y a mejorar sus capacidades como profesional. Se trata de ser coherente en la búsqueda, aspecto que los cazatalentos testamos y valoramos".**

En la misma línea, Gema de Francisco, directora de Robert Walters, aconseja antes de aplicar a una oferta atender a la descripción y las funciones del rol como tal, y además tener claro cuáles son las prioridades: desarrollo profesional, cultura empresarial, salario, política de flexibilidad, ubicación: "Si estás buscando empleo tienes que preguntarte qué buscas realmente en tu próximo paso profesional".

El candidato debe conocer sus prioridades, "analizar qué pesa más para él, así como lo que busca a corto, medio y largo plazo", dice Benjamín Pérez, director sectorial de LHH Recruitment Solutions (Grupo Adecco). En este ejercicio recomienda mirar el paquete completo, no sólo el salario -fijo, variable, equity, formación, plan de carrera, revisiones salariales y el coste de oportunidad de rechazar otras opciones-; comparar la cultura y los valores de la empresa -rotación, clima laboral, reputación-; así como el impacto en la vida personal -ubicación, conciliación, teletrabajo/presencialidad, flexibilidad y equilibrio personal y familiar-. "Por último, deberían evitar decidir bajo presión o por timings artificiales: hay que huir de decisiones por urgencia, amenazas de retirada de oferta o impulsos del momento", afirma Pérez.

Para gestionar varios procesos, De Francisco cree que es importante hacer un seguimiento de cada uno, "tomar apuntes durante las entrevistas y tenerlos en cuenta".

Transparencia

Si el candidato quiere preservar su prestigio profesional, no es recomendable

mantener en secreto que está inmerso en varios procesos. Según Rodríguez, **si el profesional actúa con transparencia supone un valor añadido: "Comunicar de forma transparente y responsable no erosionará su imagen, sea cual sea su decisión final".**

Buscar un empleo implica cuidar la relación con el reclutador, ya sea un intermediario o la empresa que contrata. "Ser transparente genera confianza percibiendo un candidato serio y profesional, acelera el proceso en fase de entrevistas y toma de decisión por si decide no avanzar en el proceso de selección", coincide Pérez.

Sin embargo, De Francisco hace un matiz importante sobre el uso de esa transparencia. Asegura que beneficia al aspirante a un empleo, siempre que no lo utilice como un arma de presión, ya que los reclutadores pueden tildar el perfil del candidato de muy competitivo: "Como en cualquier situación, ser honesto se valora y la idea es buscar con tu consultor un aliado que te ayude en el proceso".

Burocracia

En un matrimonio de conveniencia se pide que ambas partes den y cedan, llegado el caso. Lo mismo sucede en la relación con el reclutador. Y si el intermediario o futuro contratador demanda transparencia, el profesional que participa en el proceso quiere respuestas sobre su candidatura, en positivo o negativo. El informe de Etalentum revela que **el 73% de los candidatos establece un límite de espera de entre una semana y 15 días**. Este margen choca con los plazos reales de muchas organizaciones, genera una queja frecuente entre los encuestados y provoca que los profesionales opten por la primera empresa que formaliza una respuesta. "Esta falta de agilidad se identifica como un elemento negativo que agrava la problemática de la escasez de talento", concluyen.

Pérez reconoce que **siempre hay margen para acelerar la burocracia interna si el candidato recibe una oferta externa.** A su parecer tienen que darse tres factores: un interés real del candidato por el proyecto; que el consultor tenga toda la información de la oferta y conocer cuáles son las expectativas cuantitativas y cualitativas para rechazar la oferta y aceptar la otra; y, por último, el compromiso del candidato en aceptar la oferta si cumple con sus expectativas, que previamente ha definido con el reclutador. "Si la rechaza, se genera una pérdida de confianza entre consultor y candidato", sentencia.

Marca personal

Participar en un proceso de selección deja huella en la marca personal del profesional, consiga o no el empleo al que aspira. En el momento de aceptar una u otra oferta, ¿qué actitud puede dañar más su prestigio a largo plazo, pedir más tiempo para decidir si acepta o no la oferta arriesgándose a perderla, o aceptarla de momento y luego retractarse si llega la opción que quiere de verdad?

Rodríguez cree que pedir más tiempo entra dentro de la normalidad. Sin embargo, la segunda salida "denota falta de respeto a los actores involucrados en el proceso, incapacidad para manejar tiempos en asuntos relevantes, y especialmente desinterés respecto al cuidado de nuestra imagen profesional, un riesgo reputacional que ningún buen candidato puede permitirse". Coincide Boixader que "cuando un profesional actúa así, pierde inmediatamente credibilidad y proyecta una imagen de falta de seriedad". Pérez subraya que aceptar y retractarse es una de las banderas rojas para los reclutadores: **"La falta de palabra, uso instrumental de la oferta para ir con una contraoferta y la poca fiabilidad del perfil, tiene un fuerte impacto en la marca personal y se queda en la memoria del reclutador y la empresa".**

Fontenla insiste en que aceptar una oferta por pura urgencia o por miedo a quedarse sin opciones suele ser un error: "La decisión debe encajar con el momento vital y profesional del directivo, con su proyecto de carrera y con el tipo de liderazgo que quiere ejercer. En definitiva, cuanta más experiencia acumula un profesional, más criterio desarrolla. Y ese criterio es el que debe guiar una de las decisiones más relevantes de su carrera: el siguiente paso".

EL EGO, UN ASESINO DEL MEJOR CANDIDATO

- Sacar pecho ante un reclutador esgrimiendo con orgullo estar en varios procesos es la peor baza para acceder al empleo que se ha escogido entre varios. Puede funcionar si el perfil del candidato escasea en el mercado y eso le permite tener la sartén, pero "lo que siempre va a marcar la diferencia es su compromiso con el proceso de selección actual", afirma **Gema de Francisco, directora en Robert Walters.**

- En el caso de los directivos, darse importancia por estar en el punto de mira de varios reclutadores, tampoco parece la mejor opción. **Andrés Fontenla, socio director de Recarte & Fontenla executive search**, apunta que otras compañías consideren a ese candidato no debería alterar el criterio. "Lo que valida a un directivo es su trayectoria, la calidad de los proyectos en los que ha participado y el tipo de organizaciones en las que ha dejado huella, no el número de procesos abiertos en un momento concreto".

- **Maribel Rodríguez, socia fundadora de Direactivas**, confirma que tener varios procesos activos no siempre implica el atractivo del candidato en el mercado, a veces es una cuestión de alta demanda, de necesidad. "En estos casos además se incrementa la probabilidad de que se rechace la oferta o se complique la fase de negociación de la misma".

Empleo | Desarrollo de Carrera

Los nuevos júniors que compiten con la inteligencia artificial
Por qué no basta 'sólo' con el bienestar para ser feliz en el trabajo
La IA recorta el sueldo de los jóvenes que estrenan empleo

COMENTARIOS

Esta noticia aún no tiene comentarios

Sea el primero en dar su opinión

EDICIONES

Cataluña C. Valenciana País Vasco Galicia

OTRAS WEBS DE UNIDAD EDITORIAL

Ibex 35
Bolsa de Madrid
La bolsa al minuto
Calculadora de sueldo
Conversor de moneda
Datosmacro

Fuera de Serie
Expansión y Empleo
Directorio de empresas
Directorio de ejecutivos
Diccionario económico

Guía TV
Suscripciones Expansión
Hemeroteca
Masters - Escuela UE
Unidad Editorial
Comprobar Lotería Navidad 2025

Marca
Marca English
El Mundo
El Mundo América
Telva
Cuídate Plus
Medicina - Diario médico

Expansión

© 2025 Unidad Editorial Información Económica S.L.

De conformidad con lo previsto en el artículo 67.3 del Real Decreto - ley 24/2021, de 2 de noviembre, la reproducción y utilización de las obras y otras prestaciones disponibles en este portal web mediante técnicas de minería de textos y datos, u otros procedimientos automatizados de extracción de información, está expresamente reservada en favor de Unidad Editorial Información Económica, S.L.U.

Política de cookies Configuración de cookies Política de privacidad Términos y condiciones de uso Política de minería de datos

Sección transparencia Certificado por OJD Quiénes somos Publicidad Atención al cliente

Apúntate a nuestras newsletters

Apuntarme

Síguenos en