

ENFOQUES

Minería: cuando encontrar talento se vuelve estratégico

La minería chilena vive una paradoja. En medio de un nuevo ciclo de precios históricamente altos del cobre, la industria sigue enfrentando problemas estructurales de productividad, ejecución y talento. Diversos informes de 2026 han advertido que las brechas de habilidades y la escasez de perfiles especializados ya son uno de los principales riesgos para el sector.

Y ahí aparece una realidad incómoda para muchas compañías: los mejores candidatos, generalmente, no están buscando trabajo.

En minería esto ocurre con especial fuerza. Los perfiles más valiosos suelen estar trabajando, bien evaluados y con múltiples incentivos para quedarse donde están. No revisan portales laborales ni responden publicaciones genéricas en LinkedIn. Muchas veces ni siquiera tienen actualizado su currículum.

Por eso, en industrias altamente especializadas, el head hunting dejó hace tiempo de ser solo "llenar vacantes". Hoy es una función estratégica para la competitividad de las empresas.

Cuando una minera necesita atraer talento crítico, no compite únicamente por sueldo. Compite por reputación, propósito, liderazgo y capacidad de ofrecer desafíos profesionales relevantes. En otras palabras: compite por marca empleadora.

Y aquí aparece una lógica que todavía persiste en parte de la industria. Se elaboran perfiles centrados en cargos rígidos, listas interminables de requisitos o trayectorias lineales que reducen innecesariamente el universo de candidatos. Se busca "el mismo gerente que ya existe en otra minera", en vez de preguntarse qué habilidades necesita realmente el negocio para enfrentar los próximos cinco años. Ese cambio de mirada es clave.

La minería chilena está entrando en una etapa donde las habilidades de adaptación, innovación, liderazgo de equipos híbridos, gestión tecnológica y sostenibilidad pesan tanto como la experiencia técnica. El desafío ya no es solo encontrar personas que sepan operar una faena. Es encontrar líderes capaces de gestionar organizaciones cada vez más complejas, automatizadas y exigidas socialmente.

Ahí el rol del hunter se vuelve profundamente estratégico. Porque un buen head hunter no solo conoce candidatos. Conoce industrias, redes, trayectorias, culturas organizacionales y motivaciones humanas. Sabe quién lideró exitosamente un proceso de transformación, quién tiene credibilidad en terreno, quién podría dar el salto desde otra industria y quién tiene habilidades transferibles que aún no aparecen en una descripción de cargo tradicional.

Muchas veces, el verdadero valor del hunting no está en encontrar personas disponibles, sino en detectar talento que ni siquiera sabía que estaba dispuesto a cambiarse.

Y eso requiere confianza, redes y conocimiento profundo del mercado. En minería, donde los perfiles escasean y los proyectos son cada vez más sofisticados, las empresas que entiendan esto tendrán ventaja competitiva. Porque mientras algunas seguirán publicando ofertas esperando postulaciones, otras estarán construyendo relaciones de largo plazo con el talento que moverá la industria en la próxima década.

La pregunta ya no es quién está buscando trabajo. La verdadera pregunta es quién tiene la capacidad de convencer a los mejores de dar el próximo paso.



Keren Castellano,
 Directora y
 Fundadora de
 To Contact

la
 uris-
 ores
 pre-
 de-
 ivan

spo-
 i que
 ente
 co?
 ero,
 al en
 s de
 im-
 ción
 a su
 cios
 s co-
 ana,
 e al-

efec-
 ado
 fica-
 risis
 ta la
 , au-
 o ha
 stre-
 s ra-
 pro-
 con-
 ntre

is al-
 y el
 stos
 ello,
 con-
 , in-
 . No
 ppe-
 cios
 ntar
 nve-
 reo-
 con
 a re-
 sino
 éste