

IA vs IA

La batalla por el talento

Síntesis del directo con Marc Galanó (Teamtaylor), Tony Gimeno (Inbound Recruiting), Iker Jusué (Navantia / UNIR) y Joan Boluda (Actual Talent). Lo que el panel dijo realmente sobre cómo está cambiando el reclutamiento — y qué hacer con ello.

WEBINAR GRABADO · 1H17

Ver el directo completo en YouTube

VER REPLAY >

01 Cinco ideas clave del directo

Lo que cuatro voces con perspectivas distintas — vendedor, formador, head of HR Tech y BDM — pusieron sobre la mesa el 28 de abril en una hora y diecisiete minutos de panel.

01

La **batalla "IA vs IA"** es un falso dilema. Ganador es quien **sabe para qué la usa**, no quien simplemente la usa.

02

El **currículum** ya no filtra: candidatos lo optimizan con IA y empresas lo procesan con IA. El screening real se desplaza a la **conversación parametrizada**.

03

Sin **análisis previo del cuello de botella**, comprar herramientas IA es desperdicio. Primero los datos, después la tecnología.

04

El **inbound recruiting** — marca empleadora, contenido, base de datos trabajada — gana al outbound reactivo en un mercado saturado de candidaturas masivas.

05

La diferenciación humana no desaparece: se desplaza hacia la **evaluación de conexión** (con misión, equipo, propósito) y la decisión sobre qué competencias importan de verdad. La intuición cede paso a la objetividad parametrizada.

02 Una guerra que **no** existe

El título del webinar plantea un duelo: la IA del candidato contra la IA del reclutador. El panel desarmó esa imagen casi de inmediato. Ambos lados tienen acceso a las mismas herramientas, los mismos modelos, la misma capacidad de generar ofertas pulidas o currículums optimizados. Lo que diferencia el resultado no es el modelo, es la intención que hay detrás.

"Solo gana quien la está usando bien la IA, quien la está aplicando donde debe."

MARC GALANÓ TEAMTAILOR · 00:19

Tony Gimeno reformuló el matiz: la IA no inventa propuesta de valor; amplifica la que ya tienes. Si lo que tienes es genérico, lo que sale del otro lado es genérico a escala — más rápido, más volumen, mismo destino. La automatización no salva una estrategia inexistente.

"La mona por mucho que la vistas de seda, mona se queda. Si tú no le das tu propuesta de valor a la IA, no te va a servir mucho."

TONY GIMENO INBOUND RECRUITING · 00:21

Iker Jusué cerró el encuadre con la dimensión de rigor. Antes de comprar, configurar o automatizar, hace falta haber hecho el trabajo previo: dónde duele realmente, qué problema vamos a resolver, qué competencia evaluamos. Sin ese mapa, la IA replica caos.

"Antes de lanzarse a utilizar herramientas que usen la IA, los equipos tienen que hacer un buen análisis de dónde están sus cuellos de botella."

IKER JUSUÉ NAVANTIA / UNIR · 00:23

BLOQUE 01 · EL PRIMER FILTRO

El currículum está muerto. O moribundo.

El CV fue durante décadas la puerta de entrada al proceso de selección. En 2026, candidatos lo optimizan con LLMs y empresas lo filtran con LLMs. Lo que entra y lo que sale es ruido amplificado. El panel coincidió: el primer filtro real ya no es un documento — es una conversación.

"El currículum, sobre todo en screening, ha pasado a ser más una herramienta para pasar filtros que una herramienta de evaluación."

MARC GALANÓ · TEAMTAILOR · 00:43

El cambio operativo no es trivial. Significa renunciar al CV como señal fiable de calidad y reemplazarlo por un screening basado en respuestas vivas: chat, llamada IA, WhatsApp, formularios conversacionales. La señal aumenta, el sesgo cae, el tiempo de respuesta colapsa.

Implicación práctica: el ATS deja de ser un repositorio de PDFs y pasa a ser una plataforma de conversaciones estructuradas. Las herramientas que ya están en producción — Copilot de Teamtailor entre ellas — automatizan el primer contacto sin sacrificar la sensación de interlocutor real.

BLOQUE 02 · LA NUEVA FRONTERA

Screening conversacional a escala

Tony Gimeno fue el más explícito sobre qué viene después del CV. Bots conversacionales — vía WhatsApp, llamada IA, chat — capaces de filtrar volúmenes que ningún equipo humano alcanzaría, sin perder señal cualitativa.

"Puedes filtrar 3.000 candidatos en cuestión de minutos, y he hablado con cada uno de ellos. Esto nos ahorra tiempo y nos da mucha más calidad."

TONY GIMENO 00:48

El cambio de orden de magnitud es real: lo que antes era una entrevista telefónica de 15 minutos por candidato ahora es una secuencia parametrizada con preguntas calibradas, multicanal (WhatsApp para perfiles que prefieren chat, llamada IA 24/7 para los que prefieren voz), con respuesta inmediata.

"En perfiles más blue collar, el 90% de la gente no quiere una llamada, quiere chatear. Pueden entrar a una IA que les valida haciendo preguntas vía WhatsApp."

TONY GIMENO 00:48

Lo crítico aquí no es la herramienta — hay decenas — sino qué preguntas configura el equipo de TA, qué señales escucha, qué umbral aplica. El bot es mecánica; la inteligencia sigue siendo del equipo que lo parametriza.

BLOQUE 03 · ANTES DE COMPRAR NADA

Sin diagnóstico, la IA amplifica el problema

Iker insistió en este punto desde la primera intervención y lo recuperó al cierre del panel. Implementar IA sin haber mapeado el cuello de botella es comprar velocidad para llegar al mismo sitio peor.

"La gente quiere correr a aplicar una funcionalidad nueva, pero no han hecho primero ese trabajo previo de decir 'oye, en mi funnel de candidatos, ¿dónde está el problema realmente?'"

IKER JUSUÉ 00:23

El panel ofreció un encuadre práctico: si tu problema es volumen excesivo y baja conversión, una IA que te trae más candidatos lo amplifica. Si tu problema es tiempo de respuesta, automatizar el primer contacto ayuda. Si tu problema es calidad de hire, ninguna herramienta lo arregla sin un modelo de competencias claro.

"El problema no es la IA. El problema es la gente que usa la IA sin saber qué problema quiere resolver."

MARC GALANÓ 01:14

El consejo operativo del panel: antes de evaluar vendors, dedicar tiempo al análisis de funnel — dónde se pierden candidatos, dónde se pierde tiempo, dónde se pierde dinero — y solo entonces elegir herramientas que ataquen ese punto. La demo bonita no es señal de adecuación.

BLOQUE 04 · EL TOP OF THE FUNNEL

El inbound gana al reactivo

Tony argumentó que la avalancha de candidaturas masivas asistidas por IA rompe el modelo "publicar oferta y esperar". El que sobrevive es quien ha trabajado marca empleadora, contenido y base de datos antes de que llegue la urgencia.

"Lo que está roto es lo reactivo. El top of the funnel sería trabajar una estrategia en redes, publicar contenido, hacer crecer una base de datos."

TONY GIMENO 00:31

La paradoja del momento: cuanto más fácil es enviar candidaturas (un clic, currículum optimizado por IA, 300 ofertas en una tarde), menos señal aporta cada candidatura individual. La salida no es filtrar más; es atraer mejor.

El panel señaló que la mayoría de empresas tiene una base de datos histórica que nunca trabaja. Excandidatos que dijeron "no, ahora no" hace dos años, comunidades pasivas, leads de eventos. Esa base es oro frío que la IA puede activar — pero solo si hay contenido y propuesta de valor que justifiquen reactivarla.

"La IA no puede saber por qué tu gente está trabajando en tu empresa. Esto lo tienes que dar tú."

TONY GIMENO 00:36

BLOQUE 05 · INTUICIÓN VS CONEXIÓN

La intuición ya no es un activo

Iker fue contundente: la intuición es a menudo un sesgo disfrazado de criterio profesional. Lo que debe sobrevivir del juicio humano es la conexión real con misión, equipo y propósito — no la corazonada.

"Nos tenemos que quitar el tema de la intuición. Son decisiones muy importantes las que tomamos, tanto para el negocio como para las personas."

IKER JUSUÉ 00:53

El panel reformuló el papel del recruiter: no es "el ojo experto que detecta talento al mirar un CV", es "la persona que diseña el sistema que mide lo que importa, monitoriza sus sesgos y decide qué umbral aplica". Es ingeniería, no clarividencia.

Donde la IA gana terreno claramente es en detección de sesgos históricos: similitud de nombre, mismo background educativo, misma edad, mismo género. Casos como el de Amazon — IA entrenada con datos sesgados que penalizó CVs femeninos — son ejemplos repetidos en la literatura. La solución no es buscar la IA "justa": es revisar sistemáticamente qué replicamos en los modelos.

"Los sesgos existen y van a seguir existiendo. Lo que no tenemos que hacer es replicarlos en los modelos en los que entrenamos a nuestra IA."

MARC GALANÓ 00:45

04 Del panel a la práctica

Acciones concretas que el panel sugirió o que se derivan directamente de lo dicho. Ordenadas por reversibilidad: primero las baratas y reversibles, después las que requieren inversión.

01**Diagnostica antes de comprar**

Mapea tu funnel: dónde se pierden candidatos, dónde el tiempo, dónde el coste. **Iker:** sin este análisis, comprar una herramienta IA es desperdicio. Hazlo en una sesión de equipo, una pizarra y una semana de datos del ATS.

02**Automatiza tareas que repites más de tres veces por semana**

Tony: "Coge aquellas tareas que estés repitiendo más de tres veces a la semana, intenta automatizarlas y ese tiempo dedícalo a pensar, a hablar con el cliente o con el hiring manager." Empieza pequeño; el ROI es operativo y mental.

03**Reemplaza el screening por CV con conversación parametrizada**

Bots conversacionales — chat, WhatsApp, llamada IA — para el primer filtro. Define tres a cinco preguntas calibradas con el hiring manager. Métrica de éxito: tiempo medio de respuesta al candidato (objetivo: minutos, no días).

04**Construye marca empleadora antes de necesitarla**

Tony: contenido en redes, página de empleo viva, base de datos trabajada con propuesta de valor real. La IA amplifica lo auténtico; no lo inventa. Sin esto, el inbound no funciona y solo queda el outbound caro.

05**Sustituye la intuición por evaluación basada en competencias**

Iker: define con el hiring manager las tres a cinco competencias que realmente importan para el rol. Parametriza el bot conversacional para evaluarlas. Después, audita los datos de selección para detectar sesgos sistemáticos.

06**Activa lo que ya tienes dentro: movilidad interna y referrals**

Marc: "Si no estás usando un programa de referrals o de movilidad interna, quizá ese es el primer paso." La IA puede emparejar perfiles internos con vacantes con cero coste de adquisición. Ignorar esto es regalar margen al outbound.

05 El panel, en sus palabras



Solo gana quien la está usando bien la IA, quien la está aplicando donde debe.

MARC GALANÓ · TEAMTAILOR



La mona por mucho que la vistas de seda, mona se queda. Si tú no le das tu propuesta de valor a la IA, no te va a servir mucho.

TONY GIMENO



Antes de lanzarse a utilizar herramientas que usen la IA, los equipos tienen que hacer un buen análisis de dónde están sus cuellos de botella.

IKER JUSUÉ · NAVANTIA



El problema no es la IA. El problema es la gente que usa la IA sin saber qué problema quiere resolver.

MARC GALANÓ



Puedes filtrar 3.000 candidatos en minutos y has hablado con cada uno de ellos. Nos ahorra tiempo y nos da mucha más calidad.

TONY GIMENO



La IA es el presente, no es el futuro. Si en tu día a día aún no la estás utilizando, empieza pequeño, busca tareas para robar tiempo.

TONY GIMENO

06 Quiénes hablaron



MODERADOR

Joan Boluda

Business Development
Manager

ACTUAL TALENT



PONENTE

Marc Galanó

Sales Manager Spain

TEAMTAILOR



PONENTE

Tony Gimeno

Creador de la metodología
Inbound Recruiting

EMPLOYER BRANDING



PONENTE

Iker Jusú

Talent, Ops & HR
Technology · Profesor
UNIR

NAVANTIA

PRÓXIMO WEBINAR · 26 MAYO 2026

¿Copiloto o sustituto? El siguiente capítulo

Karim Barmose profundiza en los temas que el panel dejó abiertos: dónde acaba la asistencia y dónde empieza la sustitución.

[VER DETALLES E INSCRIPCIÓN >](#)

07 Cómo trabajamos

Actual Talent es una consultora de talento centrada en RPO (Recruitment Process Outsourcing), Executive Search y modelos híbridos. Trabajamos con organizaciones que necesitan combinar velocidad operativa con criterio estratégico — desde contrataciones de volumen hasta búsquedas de perfiles únicos.

Nuestro enfoque combina equipo experto, herramientas IA bien parametrizadas y una metodología basada en lo que el panel discutió en este webinar: análisis previo del cuello de botella, marca empleadora trabajada, screening conversacional, evaluación por competencias. La tecnología no sustituye el criterio; lo amplifica cuando hay criterio que amplificar.

EXPERIENCIA EN SECTORES AFINES

Trabajamos con organizaciones en consultoría, telco-IT, automoción, retail, entertainment, transporte y salud — entornos donde escala, transformación digital e IA conviven a diario.



HABLEMOS

¿Tu equipo está discutiendo cualquiera de estos temas?

Si reconoces tu organización en alguna de las preguntas que el panel dejó abiertas — qué automatizar, qué herramientas elegir, cómo evaluar candidatos en un mercado saturado — escríbenos. La primera conversación es de diagnóstico, no de venta.



Joan Boluda

BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER

joan.boluda@actualgroup.com



Karim Barmose

RPO BUSINESS UNIT DIRECTOR

karim.barmose@actualgroup.com