

José
Sánchez-Arco

Buscar trabajo por Internet

Plan de acción en 30 días

Estrategia de búsqueda

El curriculum online

Portales y webs de empleo

Consultoras de recursos humanos

Networking y redes sociales

Alternativas de autoempleo



GLOBAL MARKETING
Estrategias en Internet
www.webempresa20.com

José Sánchez-Alarcos

BUSCAR TRABAJO POR INTERNET

Plan de acción en 30 días

Estrategia de búsqueda

El currículum online

Portales y webs de empleo

Consultoras de recursos humanos

Networking y redes sociales

Alternativas de autoempleo



GLOBALMARKETING
Estrategias en Internet

www.webempresa20.com

BUSCAR TRABAJO POR INTERNET

Plan de acción en 30 días

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, u otros métodos o soportes, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del copyright. La infracción de los mencionados derechos puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (arts. 270 y sgts. del Código Penal)

© José Sánchez-Alarcos Ballesteros

© Global Marketing Strategies, S.L., 2011

Ayala, 83

Tel.: 91-5782667

Fax.: 91-5759009

www.webempresa20.com

ISBN 978-84-92570-80-5

Depósito legal: NA - 3487/2010

Composición: Chema Méndez

Portada: Moisés Andrade

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Estrategia de búsqueda

Competencias para trabajar: ¿qué demandan las empresas?	7
Oportunidades de empleo: crecimiento y rotación.....	10
Perfiles profesionales	13
Autoevaluación de capacidades.....	27
Estrategia de búsqueda	30
Plan de acción en 30 días	32
Organización, control y seguimiento.....	49
Actividades 1: Estrategias de búsqueda de empleo.....	53

El currículum online

Claves para un currículum de éxito	57
información básica e información complementaria.....	67
Modelos de currículum.....	71
Cartas de acompañamiento	89
Envío del currículum a través de Internet.....	83
El video currículum	86
Actividades 2: Elaboración del currículum y envío por Internet	89

Portales y webs de empleo

Criterios de selección de portales.....	94
Portales generalistas y especializados	89
Webs corporativas	104
Empleo público y oposiciones	109
Trabajo en el extranjero	112
Trabajo voluntario y cooperación	117
Becas y trabajos en prácticas	119
Ferías de empleo	121
Actividades 3: Selección de portales y webs de empleo	124

Consultoras de recursos humanos

Tipos de consultoras.....	128
Empresas de Trabajo Temporal (ETTs)	129
Consultoras de selección de personal.....	131
<i>Headhunters</i> (cazatalentos).....	134

<i>Outplacement</i>	141
<i>Coaching</i>	144
<i>Interim Management</i> (gestores temporales).....	145
Pautas para superar un proceso de selección.....	146
Actividades 4: Contacto con consultoras de recursos humanos	151

Networking y redes sociales

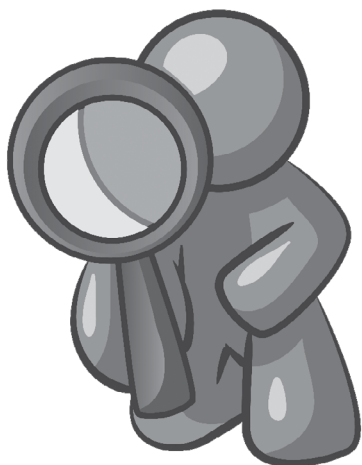
La importancia del <i>networking</i>	154
Facebook	157
LinkedIn	166
Xing	177
Twitter	184
Redes especializadas	186
El blog de profesionales	188
Actividades 5: Presencia en redes sociales.....	189

Alternativas de autoempleo

Perfiles profesionales y autoempleo	194
Ideas empresariales	197
Plan de negocio	201
Búsqueda de financiación	204
Ser autónomo	207
Crear una empresa	212
Buscar una franquicia.....	214
Actividades 6: Identificación de oportunidades en el autoempleo.....	219

Índice de videotutoriales

Videotutorial 1: Herramientas para buscar trabajo por Internet	54
Videotutorial 2: Cómo preparar un buen currículum en Internet	79
Videotutorial 3: Los 10 mejores portales para buscar trabajo	104
Videotutorial 4: Cómo superar un proceso de selección de personal.....	149
Videotutorial 5: Cómo crear un perfil profesional en LinkedIn.....	176
Videotutorial 6: Alternativas de autoempleo a través de internet.....	197



Estrategia de búsqueda

Competencias para trabajar: ¿qué demandan las empresas?

Oportunidades de empleo: crecimiento y rotación

Perfiles profesionales

Autoevaluación de capacidades

Estrategia de búsqueda

Plan de acción en 30 días

Organización, control y seguimiento

Actividades 1: Estrategias de búsqueda de empleo



Competencias para trabajar: ¿qué demandan las empresas?

Decía Séneca que «no hay buen viento para el que no sabe dónde va». La búsqueda de trabajo es uno de los terrenos en el cual esta frase se convierte en una angustiada realidad. Cualquiera que tenga alguna responsabilidad en la selección de personas, para sí mismo o para otros, está familiarizado con la situación de alguien que, al borde de la desesperación, está dispuesto a hacer «lo que sea».

Al mostrar su disponibilidad para hacer «lo que sea», el candidato piensa que está facilitando la tarea a quien podría tener la posibilidad de contratarlo. Su disponibilidad, en su opinión, debería ser suficiente argumento para ser contratado: ¿qué más se necesita saber?

La posición del reclutador es radicalmente distinta. No le pregunta al candidato qué está dispuesto a hacer sino qué sabe hacer y es a partir de ahí cuando comienzan las posibilidades de contratación. Es frecuente encontrar historiales confusos porque se acaba por no saber cuáles son las capacidades reales del candidato y, sobre todo, en qué quiere utilizarlas.

Cuanto más claro tenga el candidato donde se dirige y con más claridad sea capaz de transmitirlo en el proceso de selección, mayores son sus posibilidades de éxito siempre que, naturalmente, se esté planteando metas realistas y acordes a sus posibilidades.

Evidentemente, no se demanda lo mismo para todos los puestos, ni todas las peticiones que se pueden encontrar están adecuadamente diseñadas. Puede ser interesante echar un vistazo a las páginas sepia de los periódicos, en cualquier fin de semana y buscar pautas comunes entre los anuncios. En algunos se aprecia que hay una notable carga de experiencia y el anunciante ya sabe qué funciona y qué no. Por ejemplo, un anuncio que pida «dominio del inglés» es previsible que reciba miles de respuestas pero, si ese mismo anuncio está redactado en inglés, la cosa será muy distinta. Quien contesta al anuncio sabe que podría encontrarse con que todo el proceso de selección fuera realizado en inglés y si no domina realmente la lengua inglesa se abstendrá de responder ahorrando esfuerzos a todos, incluido el propio candidato.

Sin embargo, otros anuncios piden cosas imposibles o comodines. Las cosas imposibles se refieren a combinaciones de edad, titulación y experiencia que son simplemente inalcanzables mientras que los comodines se refieren a rellenos que se colocan por rutina. Por ejemplo, todavía es frecuente encontrar en muchos anuncios que se pida «don de gentes» incluso para puestos que impliquen pasarse el tiempo revisando balances o escribiendo líneas de programa de ordenador.

La lógica bajo un anuncio mal diseñado es del tipo «el nivel de desempleo es alto; si puedo conseguir más por el mismo precio ¿por qué conformarme con menos?», resultando demoledora para la moral de un candidato que ve pasar puestos para los que se considera capacitado pero no tiene la titulación universitaria o el idioma requerido



sin que la razón de tales requerimientos se vea clara. Es simplemente la falsa lógica del que sale al mercado tratando de comprar lo mejor que pueda al mejor precio posible sin percibir que «lo mejor» no son los perfiles más altos sino los que se ajustan a la posición ofrecida.

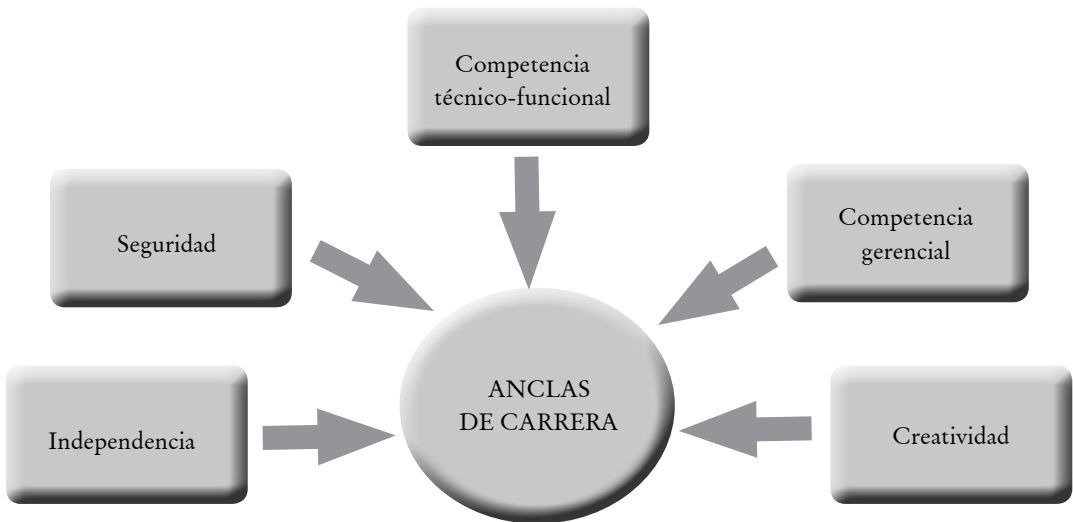
Comenzaremos dándole la vuelta a la pregunta inicial. Antes de preguntarnos qué buscan las empresas, trataremos de contestar a la pregunta desde la posición de candidato y preguntar qué buscamos nosotros como tales candidatos. El ejercicio no es en absoluto ocioso ya que, una vez establecido que «lo que sea» no es una respuesta válida, el proceso de reclutamiento y selección consiste en ajustar las necesidades de ambas partes, empresa y candidato.

Hablemos de motivación: a lo largo del tiempo, han ido apareciendo un conjunto de teorías generales sobre la motivación y, con mayor o menor brillantez, todas ellas han evitado tratar un asunto sumamente simple: no todo el mundo quiere las mismas cosas.

Quizás todo el mundo querría tener una o varias casas más grandes y más lujosas, un jet privado, una colección de coches deportivos, etc. Sin embargo, la diferencia real estriba en qué se está dispuesto a hacer para conseguir tales objetivos y si su persecución compensa los esfuerzos destinados a tal fin.

Uno de los autores que mejor ha tratado ese aspecto de la motivación ha sido Edgar H. Schein, doctor en psicología social y profesor del M.I.T., que fue el creador del concepto de «anclas de carrera». En este concepto, Schein señalaba que había cinco anclas o motivadores básicos que dirigían la conducta de las personas en el ámbito profesional: competencia técnico-funcional, competencia gerencial, seguridad, creatividad e independencia.

Motivadores básicos en el ámbito profesional: las «anclas de carrera»





Estos motivadores básicos no son mutuamente excluyentes aunque suele haber predomios claros de unos sobre otros. Tampoco tienen por qué permanecer fijos durante toda la vida profesional ya que producen cambios aunque no es menos cierto que tales cambios son, a veces, una forma de adaptación al haber observado que las promociones económicas y profesionales se las llevan otros.

Los conceptos que lleva debajo cada una de las anclas de carrera son muy sencillos de comprender y, sobre todo, es muy fácil que cada persona para su carrera profesional, se identifique fácilmente con su opción preferida.

- **Competencia técnico-funcional:** describe al enamorado de su trabajo. Se trata de la persona vocacional y al que le preocupan menos los premios y las promociones que dedicarse a hacer en su trabajo algo que realmente le gusta. Este ancla de carrera se encuentra frecuentemente entre médicos, ingenieros, arquitectos, pilotos, programadores, profesores y, en general, entre profesionales que se sientan atraídos por el contenido de su actividad profesional más que por los refuerzos sociales o económicos asociados a tal actividad.
- **Competencia gerencial:** se refiere a personas ambiciosas que no rechazan la adquisición de conocimientos o la excelencia técnica pero que las consideran una etapa en busca de metas que pasan por conseguir una mayor relevancia en la organización –o el cambio a organizaciones más relevantes- y, por tanto, mantienen una búsqueda constante de aumento en los recursos gestionados. Muchos altos directivos responden a este perfil aunque hay muchas otras personas que, sabiendo que, si bien, es en las posiciones gerenciales donde suelen estar los premios profesionales y económicos, se han «disfrazado» a pesar de que vocacionalmente no sea ésta su opción.
- **Seguridad y estabilidad:** actualmente, se trata de una motivación mal vista en amplios sectores del mercado. En los ámbitos en que predominan los «comodines», parece que lo correcto es buscar personas dinámicas, proactivas, enérgicas, con iniciativa, etc. y, si alguien busca sobre todo la seguridad de cobrar a fin de mes, es considerado casi como de segunda clase. Sin embargo, en contra de la moda imperante, la seguridad es una motivación no sólo legítima sino necesaria. Existen multitud de puestos de trabajo que son necesarios pero no por ello son un terreno óptimo para la realización personal ni para atraer a personas motivadas por el reto del contenido profesional. Una transacción por la cual alguien está dispuesto a realizar correctamente y durante un tiempo establecido un trabajo de escaso atractivo a cambio de tener pocos sustos en su vida profesional es perfectamente legítima y, en algunos puestos, la única posible.
- **Creatividad:** esta competencia vista como motivación resulta un arma de doble filo. La persona motivada por hacer cosas nuevas acoge con gran entusiasmo un nuevo proyecto hasta el momento en que se empieza a aburrir y necesita otro trabajo distinto. Son pocas las organizaciones que pueden alimentar la búsqueda de novedad de alguien sin que llegue a caer en la rutina.



- **Autonomía e independencia:** es el motivador básico de las personas que, ante todo, quieren que les dejen en paz. No desean tener responsabilidad sobre otros pero tampoco quieren tener un jefe a quien dar cuentas o, al menos, no quieren tenerlo cerca. A pesar de encontrarnos en un mundo sumamente interconectado, todavía quedan muchos huecos de autonomía en pequeñas y grandes organizaciones que pueden requerir de este tipo de personas.

Existen otras anclas de carrera como servicio/dedicación a la causa, afrontar retos o estilo de vida que completan el diagnóstico. El cuadro que se facilita a continuación puede servir para dar una primera aproximación en los términos de anclas de carrera. No hay un único modelo de motivación y el modelo de anclas de carrera trata de atender a las preferencias individuales. Qué motiva a cada uno y qué motivación puede satisfacer cada tipo de puesto son dos preguntas básicas en el proceso de búsqueda de un nuevo empleo.

Valoración de las anclas de carrera en el ámbito profesional

Anclas de carrera Schein	¿Qué importancia tiene en su carrera? (0 mínimo; 5 máximo)	¿Cómo encaja cada criterio con su trabajo actual? (0 mínimo; 5 máximo)
Competencia técnico-funcional		
Competencia gerencial		
Seguridad/Estabilidad		
Autonomía/Independencia		
Creatividad empresarial		
Servicio/Dedicación a una causa		
Afrontar retos		
Estilo de vida		

Fuente: adaptado por Crown de Edgar H. Schein

Una vez definidos los motivadores profesionales básicos se trata de identificar que oportunidades ofrece el mercado laboral para aquellas personas que están buscando trabajo, bien sea un primer trabajo o desde una situación de desempleo, así como para aquellas que si bien están empleadas desean cambiar de trabajo.

Oportunidades de empleo: crecimiento y rotación

Partamos de una obviedad: todas las empresas contratan a personas del exterior pero hay más probabilidades de ser contratado en las empresas que están contratando a nuevo personal que en aquellas que se limitan a cubrir las bajas definitivas, sea por jubilación o por cualquier otra causa. Como regla general, las oportunidades profesionales



se sustentan sobre dos patas: rotación y crecimiento; es decir, existe, por distintos motivos, una necesidad de renovación de personal y, además, la empresa puede estar creciendo y, por ello, tiene necesidad de contratar personal.

Puede definirse la rotación como el grado de renovación de la plantilla. Así, una empresa con una rotación de un 20% anual habrá renovado la totalidad de la plantilla –en promedio, aunque existan personas concretas que permanezcan– en un periodo de cinco años.

Cuando alguien decide abandonar la empresa, si no se cambia el modo de funcionamiento, está generando un hueco que ha de ser ocupado por otra persona, tanto si procede del interior como si es contratada del exterior. Resulta claro, por ello, que la rotación es una fuente de oportunidad.

Dicho esto, una rotación muy elevada es también un síntoma de alarma para un candidato ya que, involuntariamente, podría encontrarse en un ambiente de trabajo desfavorable –causa por la que hay personas que deciden marcharse aumentando la rotación– o en un puesto cuyo diseño implica una elevada rotación, como es el caso de los comerciales en las compañías de seguros. En estos casos, una alta rotación no debe interpretarse como prueba de existencia de oportunidades profesionales sino justamente lo contrario: un entorno donde las posibilidades de supervivencia son prácticamente nulas.

Si la empresa no crece y la rotación es escasa cabe esperar pocas oportunidades tanto de ser contratado desde el exterior como de ser promovido a otras posiciones desde el interior; si, por el contrario, la empresa está en un proceso de crecimiento, ambas posibilidades están abiertas y, en su política de contratación, tendrá en cuenta ese hecho en la definición de sus perfiles.

Lo anterior no significa que sea imposible encontrar una vacante en empresas que no están creciendo y, por tanto, no están ofreciendo empleo. Sin embargo, en una empresa que no está creciendo, las oportunidades pueden surgir de forma muy puntual mientras que en una que sí lo hace van apareciendo de forma continua y, además, van reclamando distintos tipos de perfiles porque no piensan en rellenar la vacante actual sino que van pensando en sus necesidades futuras y buscan personas que les sirvan para el momento y que puedan tener proyección profesional, es decir, crecer con la empresa.

No obstante, un conocimiento de cuáles son los sectores o actividades concretos que están generando empleo puede ser también conveniente aunque su utilidad quede restringida a aquellos candidatos cuya especialización se encuentre entre las demandadas o, al menos, sea susceptible de una rápida reconversión.

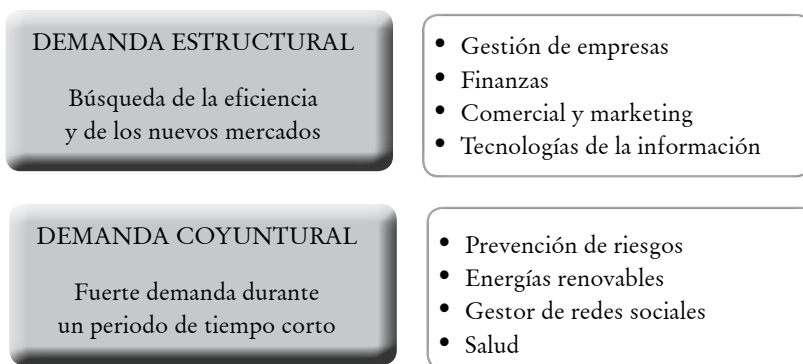
En este sentido, resulta interesante el informe Adecco para 2010 (http://www.adecco.es/_data/NotasPrensa/pdf/194.pdf) donde su primer comentario se refiere a que no se han producido cambios significativos, es decir, que existe una tendencia que está permaneciendo en el tiempo. El contenido del informe, llevado a una síntesis extrema,



invita a concluir que los puestos más demandados son aquéllos que están relacionados con la eficiencia en el funcionamiento de las organizaciones, sea en el capítulo de costes o en el de mejoras en las operaciones y en la información interna. Junto con éstos, son especialmente demandados aquellos profesionales capaces de hacer crecer la actividad comercial o especializados en operaciones corporativas. Esto podría ser la tendencia que se analizará más adelante como demanda estructural.

Sin embargo, siempre existen puestos que se benefician de una demanda coyuntural, es decir, una demanda que se produce durante un intervalo temporal para, más tarde, desaparecer. Un ejemplo claro de este fenómeno es el puesto de técnico en prevención de riesgos laborales: la aparición de una ley que exigía esta figura en las organizaciones por encima de determinado tamaño provocó una demanda de un profesional que, entonces, no existía y, por ello, había que formarlo. Una vez que se ha cubierto esa demanda inicial, no puede considerarse que exista una demanda específica para tal puesto. Algo similar ocurre con uno de los puestos que, según el informe Adecco, es más demandado: ingeniero aeronáutico. Por otra parte, hoy en día surgen nuevos puestos como el de «gestor de redes sociales» (*community manager*) que gozan de una gran demanda y escasa oferta si bien esa situación puede ser coyuntural.

Tendencias en la demanda de empleo



Desde el punto de vista del candidato a un empleo, la diferencia entre una demanda enmarcada en una tendencia general o una demanda coyuntural es muy importante: una demanda coyuntural puede ser aprovechada si la formación y conocimientos actuales son aprovechables para cubrir tal demanda o son fácilmente convertibles. Por el contrario, un esfuerzo formativo de años puede ser una mala inversión porque, cuando se está preparado para cubrir la demanda, ésta ha dejado de existir.

Por último, la demanda estructural está relacionada con una competencia interna y externa creciente y donde la necesidad de ser eficiente y buscar nuevos mercados o generar nuevos servicios o productos son claves para sobrevivir. En este contexto, todas las profesiones relacionadas con el área financiera y con los indicadores de gestión tienen una elevada demanda. La formación añadida en este terreno, se puede adquirir



en un corto espacio de tiempo. La realización de programas Máster y cursos especializados puede permitir una vía de entrada a un área de elevada demanda en la que no se aprecian síntomas ni razones para su disminución, al menos en un corto plazo.

Otro terreno en el que la demanda también podría considerarse estructural y relacionada con la eficiencia organizativa es el de las profesiones relacionadas con las tecnologías de la información. La demanda en este terreno ha llevado a la necesidad de importar profesionales de otros países aunque presenta una dificultad: normalmente, se establece cierto grado de posibilidad de canje entre formación y experiencia mientras que, en el caso de los profesionales de las tecnologías de la información prima claramente la experiencia específica dificultándose el acceso de los recién llegados a este campo.

En un entorno de dificultades para conseguir un tipo de profesional específico, parece que lo más adecuado sería la contratación de personas sin experiencia para formarlas y eludir así la dificultad inicial. Paradójicamente, es la elevada demanda y la idea de estar formando a alguien que, una vez formado, es fácil que vaya a trabajar para la competencia lo que impide que se adopte esta solución. La conclusión, por tanto, es que hay un elemento estructural de la demanda pero que ésta también se apoya sobre una miopía que está conduciendo a una subasta del profesional ya formado a la vez que se da una fuerte resistencia a la contratación *ab-initio*. Un eventual cambio en esta política podría facilitar el acceso a los profesionales noveles a la vez que disminuiría la demanda de los expertos.

Por último, el profesional capaz de desarrollar el negocio siempre será objeto de deseo para cualquier empresa. Tanto si es en su vertiente de ventas, de marketing, de desarrollo de producto o una combinación de todos ellos, la demanda siempre es elevada. Hay una razón más para que la demanda de alguien capaz de desarrollar un negocio sea siempre un valor en alza: una vez introducido en un mercado, con un conocimiento en profundidad del mismo y con los contactos adecuados, este profesional es el candidato idóneo para desarrollar su propio negocio y, por tanto, retirarse del mercado laboral en el que, de interesarle, sus perspectivas podrían ser excelentes.

Perfiles profesionales

Se pueden agrupar los perfiles profesionales en cuatro tipos distintos con el objetivo de abarcar el máximo posible de potenciales buscadores de empleo. Para cada uno de los grupos, el empleador busca algo distinto y, por supuesto, si los candidatos no son homogéneos y sus motivaciones pueden ser distintas, es lógico que los empleadores definan sus perfiles en función de necesidades o posiciones empresariales específicas.

A continuación se analiza qué es lo que se busca en cada uno de los cuatro perfiles que abarcan la gran mayoría de oportunidades profesionales que ofrece el mercado laboral: licenciados en búsqueda del primer empleo, técnicos y especialistas de grado medio,



profesionales con experiencia (ejecutivos y directivos) y el autoempleo (autónomos y emprendedores).

Licenciados en búsqueda de su primer empleo

En muchos casos, las personas sin experiencia representan el mayor reto para el técnico de selección. En los demás casos, se puede contar con la evaluación de una experiencia e incluso con la posibilidad de referencias mientras que en los titulados universitarios en busca de un primer empleo todo lo que se tiene son indicios. Como es obvio, en un titulado en busca de su primer empleo no se busca experiencia sino conocimientos básicos e interés y, a menudo, pesa más el interés que los conocimientos básicos.

Hay posiciones que implican directamente la necesidad de una titulación específica y no tenerla es motivo suficiente para la exclusión. Por ejemplo, un médico por muy junior que sea, tiene que tener una titulación que le acredite como tal y lo mismo cabría decir de un abogado o de un arquitecto o ingeniero que se vayan a ver en la necesidad de firmar proyectos. Éstas situaciones de «todo o nada» donde, en la que si no se tiene una titulación específica, se está excluido de un proceso de selección, son sin embargo minoritarias. Si no hay un imperativo legal relativo a la posesión de un título específico, lo que se evalúa es la posesión de unos conocimientos básicos.

El concepto de conocimientos básicos no debe entenderse como sinónimo de bajo nivel sino como el tipo de conocimientos sobre el que se puede sustentar una experiencia posterior permitiendo adquirir rápidamente conocimientos especializados. Aclaremos este concepto mediante un ejemplo: algunos sistemas de análisis y valoración de puestos acuñaron el concepto de «o equivalente» señalando que el nivel de conocimientos para determinado puesto era de «Titulado superior o equivalente», dejando en el candidato al puesto la duda sobre qué se consideraba equivalente a un titulado superior.

La respuesta es sumamente sencilla: «equivalente» a un titulado superior es alguien que, sin tener tal titulación superior, a través del ejercicio profesional ha adquirido un nivel de conocimientos equiparable al de otra persona que sí tiene tal titulación. Sin embargo, la equivalencia puede ser real en términos de cualificación profesional pero el camino recorrido es muy distinto en uno y en otro caso. Al titulado superior, sus conocimientos básicos le permiten metabolizar su experiencia con bastante rapidez mientras que, al que no tiene esos conocimientos básicos iniciales, le puede costar mucho más tiempo y esfuerzo alcanzar ese nivel profesional considerado «o equivalente». Éste es, por tanto, uno de los elementos que se buscan en un titulado universitario: si no existe un imperativo legal que exija la posesión de un título académico específico, se busca la posibilidad de crecer rápidamente en el terreno profesional apoyándose en esos conocimientos básicos adquiridos durante el periodo de formación.



El otro elemento es el interés en determinada línea profesional del que, por supuesto, los estudios cursados pueden representar un indicio válido. Si alguien ha estudiado Administración de Empresas y, por vía especialización o mediante cursos añadidos ha ido aprendiendo más sobre finanzas, el seleccionador tendrá pocas dudas de que una posición de auditor junior puede caer de lleno dentro de los intereses del candidato.

Vemos, por tanto, que el tipo de estudios realizados tiene un doble valor desde nuestra óptica como candidatos: por una parte, los estudios realizados muestran la existencia de conocimientos básicos y, por otra parte, están informando sobre cuál es el ámbito en que se mueven nuestros intereses.

En algunas ocasiones, la realización de estudios de postgrado puede dar una buena indicación sobre la posible modificación de intereses, tomando como referencia el momento en que se empezó a realizar la carrera. Por ejemplo, un veterinario que decide estudiar un MBA está mostrando su interés por los puestos de gestión. Si, además, se trata de un Máster realizado en una escuela de prestigio, lo cual implica un sacrificio tanto económico como de tiempo y esfuerzo que ha supuesto su realización, avala esta apreciación inicial.

Hay muchos casos en que el seleccionador, más que conocimientos concretos que podrían ser de escasa utilidad para un puesto muy alejado de ellos, busca pruebas de interés y una estructura mental específica. Por ejemplo, es difícil encontrar algo más alejado de los estudios de informática que una licenciatura en filosofía, máxime si la especialización es en filosofía pura. Sin embargo, es relativamente frecuente encontrar a personas de tal procedencia en trabajos que requieran conocimientos muy avanzados de software. La explicación de este fenómeno es sencilla: una estructura mental adecuada para un tipo de trabajo ayuda a que los conocimientos necesarios se puedan adquirir a gran velocidad y este factor invita a los seleccionadores a elegir personas que, no teniendo los conocimientos necesarios, tienen un elevado potencial para su adquisición.

Otro aspecto hoy en día de gran importancia es el conocimiento de idiomas. Puede decirse que un conocimiento correcto del inglés es, hoy, insuficiente para abrir muchas puertas pero la carencia de tal conocimiento es también suficiente para cerrar otras muchas. El inglés es la lengua franca para cualquier tipo de comunicación o relación internacional y una carencia en este terreno puede salir muy cara profesionalmente. Son, por ello, otros idiomas los que tienen la posibilidad de abrir la puerta a un puesto de trabajo en tanto constituyan un elemento diferencial. Idiomas de gran importancia en el mundo de hoy como el chino, alemán, francés o japonés pueden representar la diferencia entre obtener o no obtener un trabajo. En otras palabras, el inglés representa una condición de acceso que, una vez cumplida, puede abrir posibilidades que el conocimiento de otros idiomas puede materializar.

Relacionado con el apartado de idiomas, las estancias en el extranjero pueden ser también muy valoradas por empresas internacionales o con vinculaciones con otros países. No obstante, no toda salida más allá de la frontera cualifica como estancia en el extranjero valorable sino que, para ello, deben cumplirse algunas condiciones.



Elementos valorables positivamente de estancias en el extranjero

- El tiempo de estancia no puede ser catalogado como visita turística y, a modo de referencia, estar por encima de los tres meses o bien repetirse a intervalos temporales fijos en relación con un objetivo específico.
- El candidato ha sido seleccionado entre otros aspirantes a una beca, puesto de trabajo o similar en el extranjero.
- La iniciativa fue tomada con un propósito claro, sea en el terreno del conocimiento de idiomas, de adquisición de experiencia profesional o de financiación de periodos de estudio.
- Existe un esfuerzo claro en el sentido de renunciar a periodos vacacionales a favor del aprendizaje o de la prestación de ayuda a terceros (caso de voluntariado).

Es este tipo de perfiles, los seleccionadores no buscan, por tanto, un profesional maduro del que se espera que, al día siguiente, sea capaz de funcionar con cierto grado de autonomía. Por el contrario, buscan a alguien que manifieste un interés y una capacidad de aprendizaje. Muchos recién titulados se preguntan cuál es el interés que puede tener su expediente académico en un proceso de selección. Al fin y al cabo, el valor que puede tener la calificación obtenida en una materia irrelevante para el tipo de trabajo no parece que deba pesar demasiado.

Por último, la capacidad de contacto tanto en su variante de comunicación como en su variante comercial es algo que se suele valorar en un recién titulado, salvo que su trayectoria profesional esté muy definida en un ámbito estrictamente técnico. Los factores implicados en la relación interpersonal son conocidos por los seleccionadores como «factores duros», es decir, factores que son difícilmente modificables. Sin embargo, cuando se trata de un candidato joven y con escasa experiencia profesional, no se buscan capacidades de contacto o comerciales maduras sino un trato que muestre la existencia de potencial en este terreno.

Volvamos al punto de partida: la selección de personas sin experiencia es una selección dirigida por indicios y un expediente académico brillante es un indicio de capacidad de esfuerzo y autodisciplina, capacidades ambas que van a ser evaluadas muy positivamente en un entorno donde el aprendizaje forma una parte importante de la tarea. Puesto que no se busca productividad inmediata, el seleccionador tratará de establecer cuál es el posible futuro del recién titulado y si ese futuro encaja con lo que la organización puede ofrecer y, con esto, regresamos de nuevo al concepto de anclas de carrera:

Con carácter general, no será deseo de independencia lo que se busque en un recién titulado sino que, por el contrario, se buscará un comportamiento disciplinado y una capacidad para integrarse en equipos de trabajo.



Perfil óptimo del licenciado en búsqueda de su primer empleo

- Titulación académica, preferiblemente con una formación complementaria especializada.
- Expediente brillante que denote capacidad de esfuerzo y aprendizaje.
- Conocimiento de idiomas (inglés) y alguna experiencia internacional (prácticas, becas, trabajos en periodos vacacionales) que favorezca la adaptación a entornos multiculturales.
- Comportamiento disciplinado y facilidad para trabajar en equipo.
- Facilidad de comunicación y de relación con personas (clientes).
- Motivación e interés por el puesto de trabajo que se ofrece.
- Ambición profesional y capacidad para asumir responsabilidades (para los trabajos con proyección de una carrera profesional).

Si se trata de una empresa donde la creación de productos nuevos tiene un peso determinante, la creatividad y la motivación por el contenido específico del puesto representarán unas buenas credenciales pero, si no es así, la empresa se inclinará por aquéllos que manifiesten interés por la carrera gerencial, es decir, aquéllos candidatos para los que la posibilidad de asumir responsabilidades superiores en el futuro no es un sacrificio sino una meta.

Existe una posibilidad más que da lugar a analizar la motivación de la que nos hemos olvidado, es decir, la seguridad: una gran empresa puede que no esté creciendo sino planificando necesidades futuras sabiendo que, salvo eventos extraordinarios, alguien podría desarrollar toda una trayectoria profesional lenta pero sin sobresaltos en tal empresa. En este caso, la empresa puede no estar interesada en personas con un grado de ambición que no va a poder satisfacer. Al contrario, alguien que pueda estar satisfecho con el contenido de su trabajo y que valore positivamente un plan de carrera lento y sin sorpresas sería un candidato idóneo.

En suma, nuestra posición como titulados universitarios sin experiencia puede no ser tan frágil como aparenta siempre que tengamos claro qué es lo que buscan las empresas, por qué buscan eso y en qué medida cumplimos con los requerimientos exigidos y podemos demostrarlo.

Si nuestra titulación es del tipo requerido para el ejercicio de una profesión específica – médico, abogado, ingeniero, arquitecto, etc.- sabemos que nadie que no esté en posesión de tal titulación va a poder competir con nosotros en ese terreno. Si, por el contrario, es algo más genérica, vamos a tener que mostrar un interés y un potencial elevado.

El interés puede mostrarse tanto por el tipo de estudios realizado como por la formación complementaria o por actividades que puedan demostrar la existencia de tal interés, mientras que el tipo de motivación va a ser evaluado en uno u otro sentido



en función del tipo de empresa. En cualquiera de los casos, un expediente académico brillante hablará de autodisciplina y capacidad de esfuerzo, rasgos que siempre y en cualquier contexto serán evaluados positivamente.

Técnicos y especialistas de grado medio

El mercado de trabajo para los técnicos y especialistas no universitarios se mueve por unos parámetros completamente distintos. En muchos casos, a diferencia de los universitarios, acaban sus estudios con una experiencia real como consecuencia de periodos de prácticas durante su aprendizaje.

Posiblemente, el técnico de grado medio sea aún la gran asignatura pendiente en España, tanto del sistema educativo como del sistema productivo. Es de público conocimiento que profesionales como fontaneros o electricistas no conocen el fenómeno del desempleo porque existe una carencia crónica de ellos.

Sin embargo, el sistema educativo continúa primando la universidad como salida preferente dejando la alternativa de técnicos-especialistas como una segunda clase que, además, es tratada como tal en cuanto a la preocupación por la calidad y por la facilidad de intercambio entre ramas formativas –universitaria y profesional– mediante un sistema de equiparaciones transparente y fácilmente utilizable.

Mientras en otros países –uno de los ejemplos más avanzados podría ser Alemania– se cuida la formación profesional gracias a modelos como la formación dual –en el que se compagina la formación con el trabajo en una empresa–, en España parece asumirse que el camino profesional natural pasa por la universidad y, si alguien no accede a ella, es por falta de nivel o de interés en su propio desarrollo profesional.

Al tratarse de un mundo muy diverso en cuanto a tipos de profesión y a demanda, es difícil establecer recomendaciones que puedan ser válidas para todos los técnicos de grado medio. Se pueden diferenciar tres grupos con características propias a fin de lograr una mayor especificidad en cuanto a las recomendaciones de actuación: profesionales del ámbito de los servicios generales; profesionales clave en actividades de valor añadido y profesionales en actividades de soporte.

Profesionales del ámbito de los servicios generales

Son aquéllos que prestan sus servicios, alternativamente, en el ámbito doméstico o en el profesional como es el caso de electricistas, fontaneros, carpinteros, cerrajeros y otros. Normalmente, buena parte de su volumen de actividad proviene de una red de contactos ajena a Internet. Sin embargo, se pueden presentar situaciones como inicio de actividad o traslado geográfico en las que tal red no existe y es necesario crearla.

En tal situación, este perfil de profesionales dispone de dos alternativas perfectamente válidas para ofrecer sus servicios:



- **Empresas de asistencia:** habitualmente están vinculadas a compañías de seguros (por ejemplo Mapfre) que cubren servicios de averías en el hogar. Los rendimientos conseguidos por esta vía son inferiores a los que se pueden conseguir mediante el trabajo por cuenta propia pero es una forma de iniciar tanto la actividad como la creación de la propia red. De hecho, es frecuente encontrar entre los profesionales de estas empresas a muchos inmigrantes que, por su condición de tales, pueden carecer inicialmente de la red de contactos que les permiten integrarse laboralmente.
- **Empresas de Trabajo Temporal (ETTs):** económicamente, representan una opción poco favorable pero permiten entrar en contacto con un tipo de cliente que puede ser de mayor interés, es decir, el cliente-empresa, que puede buscar la primera vez a un profesional a través de la ETT para pasar en sucesivas ocasiones al contacto directo (*ver capítulo de Consultoras de Recursos Humanos*).

Utilizando el modelo de «anclas de carrera» para definir las posibles motivaciones de este profesional, normalmente alguien a quien le guste el contenido de su tipo específico de trabajo y fuertemente motivado por mantener la independencia en el ámbito profesional puede ser un candidato idóneo. Normalmente, alguien que estuviera interesado en la línea de desarrollo gerencial, acabaría organizando su propia empresa y utilizando sus habilidades profesionales para rodearse de otros que las ejerciesen en lugar de hacerlo por cuenta propia; correspondería entonces más al perfil de emprendedor.

El cliente, sea particular o profesional, valorará especialmente la calidad del trabajo realizado, aspecto generalmente asociado a la motivación por el contenido del trabajo, y cuestiones accesorias pero muy valoradas como la puntualidad y la limpieza en la ejecución de los trabajos, es decir, una capacidad de auto-organización que implique reducir al máximo las molestias para el usuario del servicio.

La utilización de la web puede ser una alternativa interesante para alguien que decida pasar de ejercer como mano de obra directa a crear una empresa especializada y, en tal caso, puede tener mayor interés una utilización tradicional de internet –página web donde se expongan los servicios y, si es posible, muestras de trabajos realizados y anuncios en Internet o en medios gráficos– que una página web muy sofisticada.

Profesionales clave para el valor añadido de la empresa

Son aquéllos cuya especialidad coincide con la de la empresa a la que ofrecen sus servicios. Podríamos utilizar ejemplos como profesionales de las artes gráficas o de los medios audiovisuales en empresas que se dediquen a tal actividad, mecánicos de automoción que trabajen en talleres de su especialidad, etc.

Este tipo de profesionales están normalmente contratados en la plantilla de las empresas que los utilizan. Desde el punto de vista de motivación, suele buscarse a personas a quienes les atraiga tanto el contenido de su trabajo como la estabilidad, es decir la seguridad, de las razones laborales. Ocasionalmente, una persona con intereses en el área del desarrollo gerencial puede ser bienvenida, con vistas a ocupar un puesto ge-



rencial. No obstante, si no hay un crecimiento importante de la actividad, se preferirá optar por las dos razones indicadas: motivación y seguridad.

Perfil óptimo de técnicos y especialistas de grado medio

- Titulación acorde con su especialidad (FP grado superior, cursos de especialización, etc.).
- Experiencia real en su especialidad, bien sea por cuenta propia o integrado en una empresa.
- Persona atraída y motivada por su trabajo.
- Capacidad de auto-organización.
- Puntualidad, calidad y garantía en los trabajos que realiza.
- Preferiblemente una especialidad más bien abierta que permita trabajar en distintos sectores y actividades.
- Interés por el aprendizaje y mejora continua en su especialidad.

Profesionales en actividades de soporte

En buena parte, sus condiciones y perfil estarán equiparados con los del grupo anterior. Puede incluir a profesionales del ámbito informático –en empresas que no se dediquen a la informática– o del área de gestión administrativa y otras.

La diferencia fundamental y casi única de este grupo profesional con el anterior está en su ámbito de mercado. Por su propia naturaleza, un profesional muy especializado en un sector tiene escasa salida fuera de tal sector y su actividad de búsqueda de empleo tiene que centrarse ahí. Por el contrario, un profesional que esté centrado en actividades de soporte puede pasar fácilmente de unos a otros sectores y, en consecuencia, tiene accesible un mercado mucho más amplio.

En relación al perfil de este tipo de profesionales conviene introducir un concepto importante que es la «portabilidad». Un profesional cuya especialidad se identifique de modo inequívoco con un sector une su destino al de ese sector mientras que una especialización más abierta permite llevarse las habilidades propias a otros entornos más favorables.

Los profesionales con una especialización técnica y de grado medio encuentran un problema muy específico que, en ocasiones, ha conducido a que busquen soluciones propias alejándose de las más estandarizadas. En particular, las categorías utilizadas por los reclutadores Internet generalistas pueden carecer de la especificidad en el ámbito de conocimientos necesaria para reclutar al especialista adecuado. Por ello, surgen portales especializados por sectores o actividades como, por ejemplo, el portal Ediciona que es un lugar de encuentro entre ofertantes y demandantes de empleo del sector editorial.



Portal Ediciona especializado en ofertas de trabajo para el sector editorial



www.ediciona.com

Profesionales con experiencia (ejecutivos y directivos)

Los profesionales con experiencia tienen un problema añadido en lo que se refiere a la búsqueda de empleo por Internet y se trata de la necesidad, en prácticamente todos los casos, de un nivel de confidencialidad muy superior al de los casos anteriores.

Publicar abiertamente un perfil con nombre y apellidos señalando que están en un proceso de búsqueda de empleo puede ser contrario a sus intereses. Más aún, si se encuentran en una situación de sub-empleo, es decir, realizando de trabajos menores, y les interesa vender a sus actuales clientes una imagen de éxito que les pueda abrir puertas a alternativas profesionales de mayor interés.

Por estos motivos, la búsqueda de empleo por Internet tiene más condicionantes para este tipo de profesionales que para los anteriores. Sin embargo, antes de entrar a la estrategia de búsqueda y dónde conviene y no conviene estar, repetiremos el planteamiento realizado con los colectivos anteriores, es decir, cuáles son los elementos de perfil que los reclutadores buscan en profesionales con experiencia y en directivos.

En cuanto a características motivacionales, se busca a alguien con interés en la gestión, es decir, en el manejo de recursos, por encima del aspecto estrictamente técnico de la actividad. Dependiendo del tipo de mercado y de forma excepcional, se puede buscar a personas movidas por la creatividad y reconocidas por sus logros en el terreno técnico.



Por ejemplo, son numerosos los ámbitos de actividad donde un directivo, para ser aceptado, debe despuntar en el aspecto técnico. Por ello resulta tan difícil encontrar gerentes de servicios hospitalarios que no sean médicos, directivos de empresas de aviación que no sean ingenieros aeronáuticos o pilotos y así se podrían encontrar muchos más ejemplos donde la excelencia técnica representa un peaje de entrada para el acceso a puestos que lleven un claro contenido de dirección y gestión.

El aspecto de creatividad puede ser importante en sectores muy dinámicos donde la renovación constante de productos es una condición para existir en el mercado. En este caso, y casi con la misma connotación de peaje de entrada, el directivo ha de ser capaz de retar a las personas que dirige proponiéndoles objetivos que sean motivadores.

Dos muy conocidos ejemplos de este factor creativo son Bill Gates y Steve Jobs. En Microsoft todavía se habla de las «reuniones con Bill» donde alguien intenta ejercer de «Bill» como una forma de sacar puntos flacos a un proyecto o a un planteamiento que va a ser presentado. En Apple, las ideas y venidas de Steve Jobs han dejado clara su capacidad para convocar a los personajes más creativos que consideraban un gran honor ser tratados por Jobs como «uno de los nuestros».

No obstante, estos casos son excepcionales. Normalmente, el reclutador buscará que el pasado de un alto profesional o un directivo muestre una capacidad de manejo de recursos, incluyendo los aspectos interpersonales implicados por tal manejo, y un historial de éxitos relevantes para el contexto en que va a ser utilizada esa capacidad de manejo de recursos.

Si entramos en el terreno de la empleabilidad del directivo, hay dos aspectos de especial interés a tratar: antigüedad en su empresa y los estereotipos como la edad o el sexo.

Antigüedad en su empresa

En cuanto a la antigüedad, puede decirse que un cambio constante de empresa no es bien visto por los seleccionadores; hay dos buenos motivos para ello:

- Posibilidad de que el candidato se venda muy bien en el proceso de selección pero que su funcionamiento en el trabajo real tenga carencias graves, bien por el trabajo mismo, por aspectos interpersonales u otros.
- Si se trata de un puesto de cierta importancia, los proyectos empresariales son, por definición, de medio o largo plazo. Un cambio permanente de empresa significa la imposibilidad material de concluir alguno de ellos y deja, por tanto, la duda sobre si existe la capacidad de hacerlo.

El caso contrario, es decir, la persona cuya trayectoria profesional se ha producido por completo o en gran parte en una única empresa también puede levantar algunos recelos y, sobre todo, el candidato puede haber restringido su círculo profesional más de lo conveniente:



- La persona que ha estado muchos años en una misma empresa puede tener dificultades de adaptación a un entorno donde las cosas funcionen de modo distinto.
- El mismo fenómeno se produce, agravado, cuando se refiere al funcionamiento no formal de la organización: después de bastantes años en un mismo lugar, se tiene un conocimiento muy preciso de quién es quién y del conjunto de reglas de funcionamiento no escritas de la organización. El hábito de utilización de estas reglas no escritas como forma de agilizar el funcionamiento interno puede dificultar la adaptación a otro modelo diferente.
- Después de muchos años, es fácil caer en la trampa de hacer coincidir el círculo de contactos profesionales con el círculo de la propia empresa. La eventual salida es, en este caso, especialmente perjudicial si se carece de recursos y contactos fuera de la empresa dificultando el acceso al mercado de trabajo no inmediatamente visible.

Estereotipos: edad y sexo

Otro apartado de especial interés en cuanto a los directivos es el de los estereotipos. Aunque no afecte exclusivamente a este grupo de profesionales, el hecho de que buena parte de la tarea directiva implique relación personal conduce a que pueda ser un asunto especialmente crítico en este colectivo. Los estereotipos producen sus efectos negativos no sólo por lo que implica no ver la realidad sino por ser una caricatura prefabricada de ésta.

Como ejemplo, un director general puede tener recelos en la contratación de un subordinado bastante mayor que él mismo. Por otra parte, puede atribuir al candidato el recelo a trabajar con una persona bastante más joven y, de esta forma, no presentarse a sí mismo como afectado por el prejuicio sino al candidato.

Aunque cualquier elemento diferencial puede ser objeto de estereotipo, en el colectivo de directivos los dos más frecuentes son: edad y sexo; otros como raza o etnia, nacionalidad, etc. son, por el momento, menos frecuentes en este colectivo de profesionales aunque, sin duda, a medida que inmigrantes de distintos lugares del mundo vayan consolidando su posición profesional, comenzarán a adquirir más importancia cuantitativa.

Respecto de la edad, la barrera de los 45 años se hace muy presente en muchas posiciones directivas. Aunque las condiciones físicas e intelectuales sean buenas, puede fácilmente atribuirse al candidato haber entrado en una etapa de retirada donde se busca una vida más cómoda y, por añadidura, con un muy probable desfase respecto de tendencias o tecnologías actuales.

El candidato que ha superado la edad crítica y sabe de la existencia del estereotipo debe hacer todo lo que esté en su mano por romperlo. En primer lugar, tanto su presencia como su forma física han de hablar de alguien activo y que se manifiesta interesado por lo que le rodea. No es necesario verse aquejado por el conocido síndrome de Peter Pan por el que alguien se niega a crecer, pero una movilidad física en la que se aprecie



lentitud o rigidez y la elección de ropa y complementos adecuados para la reunión en el casino de una ciudad de provincias no son la mejor tarjeta de presentación.

Tan importante o más que el aspecto físico es la capacidad para mantenerse activo intelectualmente. El directivo que ha entrado en la etapa de madurez y busca trabajo puede encontrarse también en el momento de estudiar algo nuevo, incluso una carrera universitaria o un idioma o cientos de posibilidades más que mantienen el intelecto activo, algo que se transmite durante el proceso de selección.

Perfil óptimo de profesionales con experiencia (ejecutivos y directivos)

- Trayectoria profesional clara y de crecimiento profesional en términos de asunción de responsabilidades.
- Buena imagen profesional en una determinada industria o sector.
- Preferentemente, con conocimiento de distintos modelos de gestión.
- Motivación personal y profesional para asumir retos.
- Capacidad para conseguir cosas a través de otros.
- Habilidades de comunicación a distintos niveles y con distintos objetivos.
- Liderazgo en su acepción de capacidad para aglutinar voluntades.
- Capacidad de trabajar en entornos donde las reglas de funcionamiento, al menos parcialmente, hay que crearlas sobre la marcha.
- Conocimientos suficientemente sólidos para ganarse el respeto de subordinados y colaterales.

El sexo es otra fuente clara de estereotipos si bien, afortunadamente, está en clara recesión como tal estereotipo. El compromiso que se le exige a una persona de nivel directivo es superior al exigido a otra persona que se limita a cumplir su horario y a trabajar durante el mismo lo mejor que sepa y pueda y tal compromiso se le exige a cualquiera, sea cual sea su sexo y edad. Si en el caso del hombre la edad crítica se sitúa por encima de los 45 años, en el caso de la mujer hay una edad que puede ser aún más crítica y es la edad fértil. Es en esta edad donde la mujer puede tener más dificultades para el acceso a un puesto de responsabilidad en este momento.

Lamentablemente, es una situación injusta y cómo abordarla o entrar a valorar si las medidas que se están tomando para ello son acertadas o no es algo que se sale del ámbito de este libro que, por razón de su objetivo, sólo puede limitarse a describir una dificultad real y especialmente grave cuando se trata de puestos de elevada responsabilidad.

Un punto de especial importancia para candidatos que optan a una posición directiva es el relativo a la confidencialidad: la mayor parte de las páginas web relacionadas con el empleo que manejan perfiles directivos tienen la posibilidad de establecer niveles de confidenciali-



dad. Sin embargo, a menudo la confidencialidad se limita a no publicar los datos personales, publicando a cambio nombres de empresas así como puestos y periodos de estancia en ellas, lo que hace bastante fácil unir tal experiencia con un nombre y apellidos. Más aún, algunos portales, para facilitar el contacto entre empresa y candidato, hacen visible la dirección de correo electrónico que en muchos casos revela el nombre y apellido del candidato.

Podríamos concluir, por tanto, que la confidencialidad no puede quedar en manos de un programa de ordenador y de cómo funcione tal programa una vez que se haya señalado la casilla correspondiente. Precauciones elementales, como no incluir datos que puedan convertirnos en fácilmente identificables –por ejemplo una cuenta de correo electrónico reveladora–, o evitar el detalle de empresas y fechas en las que se ha trabajado son totalmente necesarias al utilizar portales de empleo cuando se está buscando un trabajo como ejecutivo o directivo.

Autoempleo (autónomos y emprendedores)

Al tratar de la figura del autónomo, se hace necesario comenzar con una puntualización: no se trata aquí del «falso autónomo», es decir, del trabajador por cuenta ajena contratado bajo la modalidad de autónomo que es un claro fraude de ley.

La normativa actual, sabiendo las dificultades que hay para controlar esta figura del «falso autónomo» ha optado por algo muy parecido a su legitimación mediante la creación del concepto de TAED (Trabajador Autónomo Económicamente Dependiente) que se supone no sujeto a la disciplina organizativa en cuestiones de regulación laboral tales como jornadas, vacaciones, etc., pero que reconoce una dependencia económica de un cliente que convierte a tal cliente, en la práctica, en su empleador.

No consideraremos tampoco en este apartado a los especialistas de grado medio, siendo conscientes de que el funcionamiento como autónomos es especialmente frecuente en ese colectivo que ya se ha tratado.

Hay tres tipos radicalmente distintos de autónomo y en cada uno de estos tipos el reclutador buscará unas características completamente distintas:

- **El meritorio:** normalmente, se trata de una persona joven que es contratada para colaborar en proyectos concretos y su mayor interés puede estar en la integración en la plantilla de la empresa que lo contrata.
- **El profesional:** con el transcurso del tiempo, puede haberse creado una clientela propia que le lleva a no considerar la integración en una organización como una meta deseable. Se trata de la figura conocida frecuentemente como «profesiones liberales» y que puede abarcar desde despachos unipersonales de abogados, consultas privadas de médicos, arquitectos que participan en proyectos por encargo, etc.
- **El senior:** normalmente, se trata de una persona en una etapa avanzada de su carrera profesional y que no está integrado ni aspira a hacerlo en las organizaciones de sus



clientes. La organización está dispuesta a pagar un precio elevado por sus servicios pero no necesita de éstos durante todo el tiempo. Un ejemplo lo pueden constituir los consultores independientes que, habiendo ejercido como directivos, se dedican a asesorar a otros en el ámbito de su competencia.

En el primer caso, se trata de una figura que se acerca al «falso autónomo» y, en este sentido, los reclutadores suelen buscar perfiles similares a los buscados en el caso de universitarios sin experiencia. No obstante, puesto que el grado de compromiso es menor, puede haber una mayor disponibilidad a realizar transacciones y disculpar más una menor adaptación a la organización si la calidad técnica lo justifica o, incluso, rebajar los niveles de exigencia.

Desde el punto de vista del candidato, esto significa que en algunos casos la etapa de autónomo puede ser una especie de peaje de entrada para posiciones de mayor interés. Por otro lado, hay situaciones de mercado difíciles, especialmente si se tiene reticencia a los traslados geográficos y, por ello, la creación de un trabajo como autónomo o la creación de la propia empresa acaban siendo las únicas salidas disponibles en ausencia de trabajo por cuenta ajena.

En el caso del autónomo que hemos denominado «profesional» es, a veces, una derivación del primero, es decir, del autónomo «meritorio»: durante las primeras etapas de carrera profesional no ha aparecido ninguna oportunidad profesional interesante de integrarse en una organización y se ha acabado teniendo una cartera de clientes propios que se extiende mediante referencias.

Durante su actividad profesional, el principal contacto de este tipo de autónomo se produce con el consumidor final de sus servicios lo que, a menudo, lleva a que se trate de personas prácticamente invisibles para los reclutadores salvo en una primera etapa o en un momento en que traten de ampliar mercado. A menudo, la captación de un cliente importante puede convertir a estos profesionales en empleados virtuales de la organización cliente a pesar de que mantengan su situación como autónomos.

Por definición, estos autónomos profesionales son contratados en razón de su competencia técnica específica sin que el usuario de sus servicios tenga mayor interés en otro tipo de motivaciones.

El caso de los autónomos senior puede ser distinto y no es simplemente una cuestión de edad. No parecería correcto incluir a un profesional liberal bajo la etiqueta de senior por el hecho de que hubiera cumplido una determinada edad.

Los senior son, en general, personas que han tenido posiciones destacadas en las organizaciones y que, sea o no por voluntad propia, han salido de éstas pero se han mantenido activos profesionalmente. Como en el caso anterior, no todo senior ejerce como autónomo por tener una vocación de independencia sino porque sus alternativas profesionales pueden consistir en tal ejercicio o en la creación de una empresa con lo cual se convierte en un emprendedor.



Para el senior que ha ocupado posiciones elevadas en una organización puede hacerse difícil evitar cierta displicencia en el trato con personas con menor experiencia que la suya. Incluso en los casos en que no sea así, la persona con menos experiencia se puede ver a sí misma con cierta inseguridad frente a alguien que la supera en este terreno. En cualquiera de los dos casos, el senior puede ser alguien de difícil integración en la estructura de una organización pero su experiencia es valiosa y puede haber disponibilidad a utilizarla puntualmente.

Si el senior se ha mantenido plenamente activo y actualizado en tendencias dentro de su ámbito de especialización, en utilización de tecnología y en otras variables claves en el entorno profesional de hoy, podría tener acceso a recuperar una posición relevante integrado en una organización. No obstante, ésta es una posibilidad difícil y cuya dificultad se acrecienta a medida que pasa el tiempo.

En cualquier caso para ejercer con éxito cómo autónomo o emprendedor es necesario cumplir con una requisitos entre los que se encuentran: vocación para llevar adelante una actividad o negocio propio, autodisciplina para el trabajo o perfil comercial para conseguir y mantener clientes.

Perfil óptimo para el autoempleo (autónomos y emprendedores)

- Vocación para emprender una actividad o negocio propio o, alternativamente, de independencia.
- Autodisciplina en el trabajo y capacidad para trabajar en solitario.
- Saber hacer frente a períodos de incertidumbre e ingresos irregulares.
- Persistencia para superar fracasos e intentar nuevos proyectos.
- Perfil comercial para conseguir y mantener clientes.
- Capacidad para afrontar cambios importantes tanto de ingresos como de volumen y tipo de actividad.
- Capacidad de conseguir resultados tanto por sí mismo como dirigiendo o integrado en equipos.

Autoevaluación de capacidades

Comenzaremos la idea de autoevaluación con una obviedad: somos los que tenemos una información más completa acerca de nosotros mismos y, en consecuencia, los que mejor podemos realizar tal evaluación. La realidad, sin embargo, nos muestra que las cosas no son así porque intervienen factores que nos llevan a percibir la situación de forma distinta a la que realmente es.

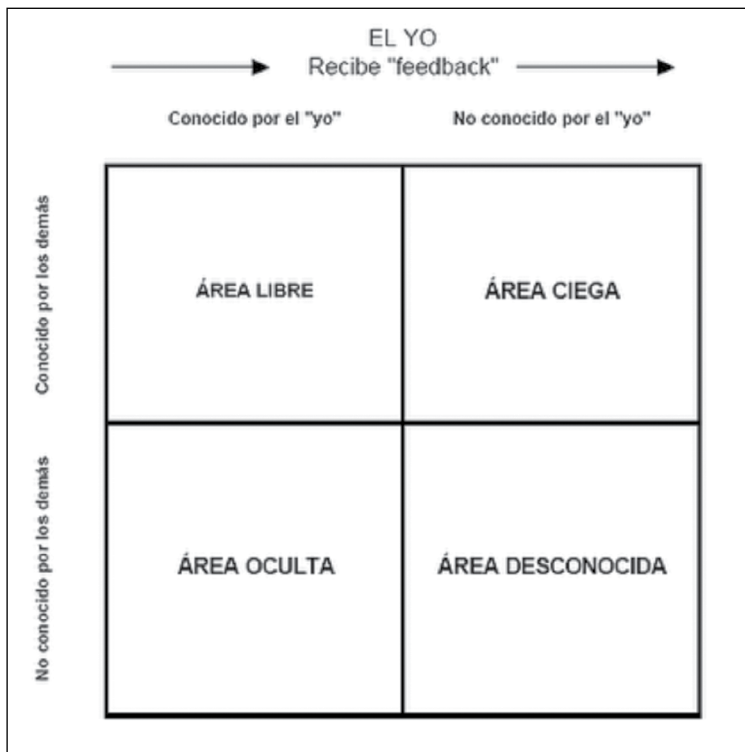


Un clásico sobre las dificultades para evaluarse uno mismo lo tenemos en la figura conocida como «Ventana de Johari». Como puede verse en el gráfico, la parte de la izquierda sería la que nosotros conocemos acerca de nosotros mismos y, de esa parte, hay una fracción que no es conocida por los demás.

La parte de la derecha es la que no conocemos acerca de nosotros mismos y, de nuevo, hay una subdivisión: hay una parte que los demás ven claramente pero que a nosotros se nos oculta, y hay otra parte que nadie conoce.

Naturalmente, el gráfico hace cuatro partes iguales para simplificar la idea y se podría hacer infinitamente más complejo sólo atendiendo al hecho de que distintas personas pueden tener cuadros de tamaños distintos y a que «los demás» no es un colectivo homogéneo sino que hay cosas de nosotros que saben unas personas pero no otras.

Evaluación de uno mismo: la «ventana de Johari»



Fuente: Luft & Ingham

Existen en Internet numerosas herramientas para la evaluación de capacidades de empleo y, además, algunas de ellas son de acceso gratuito. A continuación se hace referencia a algunas de ellas.



Test de aptitud para buscar empleo

En el portal Buscarempleo se facilita un test de 27 preguntas cuya finalidad es valorar las capacidades de los candidatos para conseguir un trabajo, así como aquellas que necesita desarrollar.

www.buscarempleo.es/ofertas-de-empleo/test-de-aptitud-para-conseguir-empleo.html

Pruebas de selección y test psicotécnicos

El portal Donempleo proporciona una amplia selección de pruebas para procesos de selección. Dichas pruebas se utilizan para ayudar a determinar la capacidad profesional de los candidatos, conocer su personalidad y evaluar sus aptitudes. Se incluyen pruebas de personalidad, test psicotécnicos, test de inteligencia.

www.donempleo.com/pruebas-selección-test-psicotecnicos.asp

Tests de inglés

Para evaluar el nivel de inglés que se tiene son útiles los tests que se facilitan en la web www.englishjet.com en siete niveles: Beginners, Elementary, Pre-intermediate, Intermediate, Upper-intermediate, Cambridge First Certificate y Advanced. Existe también un test de nivel general (Level Test) en base a 68 preguntas con cuatro respuestas alternativas.

Autodiagnóstico para emprendedores

La Dirección General de la Pyme, perteneciente al Ministerio de industria, Turismo y Comercio dispone de un autodiagnóstico consistente en un test de 25 preguntas cerradas distribuidas en siete características emprendedor (motivación, iniciativa, capacidad de relación, etc.) A través de la cumplimentación del cuestionario se va obteniendo una valoración y unas recomendaciones de actuación. Para acceder al autodiagnóstico es necesario registrarse (<http://servicios.ipyme.org/emprendedores/>).

Igualmente la revista Emprendedores a través de su portal facilita dos test para evaluar la capacidad emprendedora. Uno de ellos en base a un cuestionario de preguntas cerradas y el otro a través de doce situaciones de empresas reales que han tenido que tomar decisiones en situaciones complejas.

www.emprendedores.es/crear_una_empresa/test_para_emprendedores/test_emprendedor



Estrategia de búsqueda

La sabiduría popular dice que «el buen paño en el arca se vende» y es difícil encontrar una afirmación más falsa que ésta. Sin embargo, lo contrario, es decir airear a los cuatro vientos que se está buscando trabajo no es tampoco la forma más hábil de operar que se pueda imaginar.

Algunos candidatos, especialmente cuando tienen poca experiencia, creen que su disposición a hacer «lo que sea» les coloca en una posición de partida más favorable cuando, en realidad, lo que hace esa actitud es desorientar a un reclutador a quien le gustaría responder «ya sé que estás dispuesto a hacer lo que sea. Ahora, hablemos de lo que sabes hacer».

Hay varios aspectos a tener en cuenta antes de poner en marcha el proceso de búsqueda de empleo mediante un plan de acción. En este sentido, se trata de lograr el equilibrio entre el puesto de trabajo que queremos lograr y las competencias que tenemos para ello. Por tanto, tenemos que valorar, al menos, los siguientes aspectos: Capacidades profesionales; funciones y sectores; tipos de empresa u organización; disponibilidad geográfica; condiciones económicas y relación laboral. Claro está que todos estos aspectos vienen condicionados por la situación en la que se encuentra cada persona y la urgencia para encontrar trabajo.

Competencias de tipo técnico/profesional

Son los conocimientos o destrezas asociados a una determinada profesión. Es importante determinar dónde pueden ser útiles estos conocimientos o si necesitan ser complementados o transformados y el coste, en tiempo y dinero, de tal transformación.

Competencias de tipo personal

Se trata de capacidades relacionadas con la interacción humana como comunicación, negociación y otros tipo de destrezas en esta dirección. El coste de adquisición de nuevas competencias en este terreno es muy elevado, una vez que una determinada personalidad está consolidada. La reinvención en el terreno personal -y éstas son variables muy vinculadas con la personalidad- es compleja y lo es tanto cuanto mayor sea la consolidación de tal personalidad. Desde el punto de vista del candidato con experiencia, podría decirse que éstas son las cartas con las que tiene que jugar en el mercado del trabajo.

Capacidades directivas

Directamente vinculadas con las anteriores en el sentido de que la capacidad directiva presupone capacidades interpersonales pero lo contrario no es necesariamente cierto.



La capacidad directiva implica, además, la capacidad de conseguir objetivos a través de otros poniendo en juego no sólo capacidades interpersonales específicas como el liderazgo, sino capacidades individuales como la gestión de recursos y la capacidad de respuesta a contingencias.

Capacidades intelectuales

La historia profesional, e incluso las etapas de formación en el caso de candidatos sin experiencia, suele mostrar cuáles son las capacidades y las preferencias propias para moverse en terrenos más o menos estructurados y que, por tanto, requieran del individuo más o menos capacidad para atender a situaciones no previstas en el guión.

Lo que para una persona puede ser una constante fuente de angustia, para otra puede ser su principal motivador. Para utilizar una metáfora sencilla, no se precisa el mismo tipo de marino cuando tiene que construir una barca y, una vez construida, tiene que navegar con sus propios recursos que para capitanear un petrolero. El grado de estructuración de las situaciones es completamente distinto y las habilidades intelectuales puestas en juego son, igualmente distintas.

Grado de responsabilidad

De nuevo, la propia experiencia es el mejor indicador de cuál es el nivel de responsabilidad en que un candidato se siente más a gusto y, por tanto, de hacia dónde encaminar su búsqueda de trabajo.

La libertad de acción que el puesto va a tener puede oscilar desde el puro seguimiento de instrucciones hasta la responsabilidad personal por la consecución de objetivos.

Además, las capacidades y preferencias por organizaciones pequeñas u organizaciones de gran tamaño, y por el trabajo en unidades pequeñas y especializadas o en unidades diversas o, incluso, por asumir la responsabilidad global de la organización son factores claves a considerar.

Esta variable es suficientemente importante para estar detrás de sonados fracasos profesionales como, por ejemplo, cuando el primer directivo de la filial de una gran empresa internacional es llamado para ocupar la máxima posición directiva de una empresa grande pero de tipo familiar.

Condiciones generales

Los apartados anteriores se refieren a aspectos propios del contenido del puesto a buscar. Sin embargo, es necesario también plantearse cuáles son los elementos que pueden determinar una decisión de aceptación o rechazo y que no se refieren al propio contenido del puesto.



En primer lugar, es conveniente una nota de precaución en el sentido de que contenido y condiciones no son, en absoluto, compartimentos estancos. Así, un puesto de trabajo atractivo puede aceptarse en unas condiciones que impliquen sacrificios que no se harían por otro tipo de puesto y viceversa: unas buenas condiciones pueden representar un incentivo importante para la aceptación de un puesto de trabajo poco atractivo.

Hecha esta matización, no todo el mundo tiene la misma disponibilidad para viajar o cambiar de residencia, para asumir tipos de contrato que no se vean suficientemente estables, para trabajos con horario flexible (siempre al alza), para niveles o modalidades de compensación como cuantía, combinaciones de salario fijo y variable, existencia o no de elementos como seguros médicos, planes de pensiones, coche de empresa, etc.

Establecimiento de condiciones generales para buscar trabajo

Tipo de empresa u organización Multinacional, grande, mediana, pequeña, organismo público. ONGD, etc.
Área funcional y sector de actividad Producción, finanzas, marketing, recursos humanos; industria, construcción, servicios, etc.
Denominación de puestos y funciones Almacenista, abogado, auditor, comercial, controller, diseñador, etc.
Tipo de contrato En prácticas, temporal, por obra, indefinido, alta dirección. etc.
Remuneración económica Salario (fijo+variable), comisiones, beneficios sociales, extras, etc.
Disponibilidad geográfica Local, regional, nacional, internacional.
Flexibilidad horaria y conciliación vida familiar Máximo horas/semana, horarios, vacaciones.
Otros

Plan de acción en 30 días

La búsqueda de trabajo debe realizarse de una forma metódica y planificada dedicando un tiempo bien sea diario (para aquellas personas que estén en situación de desempleo o buscando su primer empleo) o semanal, para que los que desean cambiar o mejorar de trabajo. Por ello, antes de empezar a poner en práctica el Plan es aconsejable realizar una planificación de las acciones estableciendo unos tiempos para cada actividad.

Una herramienta muy útil es el cronograma que sirve para asignar tiempos a cada una de las actividades de tal forma que se tiene una referencia para ir cumpliendo las tareas



que exige la realización del Plan. El Plan que se propone a continuación se desarrolla en 30 días (seis semanas) con una dedicación aproximada de tres horas diarias –incluyendo la lectura del capítulo correspondiente del libro en el que se explica cómo realizar las actividades– y está orientado más bien a las personas desempleadas o a las que están buscando su primer empleo. No obstante, para las personas que están trabajando y, por tanto, disponen de menos tiempo para llevar a cabo el Plan, se puede establecer un período de entre 8 y 10 semanas. En ambos casos se aconseja realizar una programación por semanas, si bien hay actividades que pueden desarrollarse simultáneamente durante varias semanas.

Cronograma de actividades del Plan de acción para buscar trabajo

Actividades	Semanas					
	1	2	3	4	5	6
Autoevaluación de capacidades	■					
Elaboración currículum y carta de acompañamiento	■					
Contacto con portales y webs de empleo		■	■			
Contacto con consultoras de recursos humanos			■	■		
Perfil en redes sociales				■	■	■
Identificación de oportunidades de autoempleo						■
Valoración de resultados y planificación de nuevas acciones						■

La elaboración del Plan se basa –y en este sentido, exige– la atenta lectura de cada uno de los capítulos del libro a los que se hace referencia en la descripción diaria de cada una de las acciones que hay que realizar.

A continuación se desarrolla el Plan de Acción para buscar trabajo en 30 días. El Plan se estructura en 6 semanas y para cada semana se exponen las tareas que hay que realizar cada día.

Día 1: Identificar el perfil profesional para buscar trabajo

El Plan comienza con la identificación del perfil profesional del candidato a buscar o cambiar de trabajo entre los cuatro grupos propuestos: licenciados en búsqueda de su primer empleo; técnicos y especialistas de grado medio; profesionales con experiencia (ejecutivos y directivos); y autoempleo (autónomos y emprendedores). La identificación del perfil servirá para utilizar de forma más correcta y precisa todos los recursos que ofrece Internet para encontrar trabajo.

Una vez identificado el perfil deben compararse las características propias con el perfil óptimo que se facilita para cada uno de las cuatro categorías propuestas. Este análisis servirá para evaluar las capacidades de cara a buscar trabajo y tratar de mejorar en las carencias que se pongan de manifiesto.



Las personas que estén trabajando y que desean buscar otro trabajo mejor deberán completar también el cuadro de «Valoración de anclas de carrera en el ámbito profesional».

Ver Capítulo de Estrategia de Búsqueda

Día 2: Autoevaluación de las capacidades de empleo

Internet ofrece numerosas herramientas para evaluar las capacidades de empleo. El uso de esas herramientas –generalmente, en forma de tests– servirá para valorar la situación de partida del candidato. Se aconseja utilizar, al menos, las siguientes herramientas:

- Test de aptitud para buscar empleo (www.buscarempleo.es).
- Tests de personalidad (www.domempleo.com).
- Test de nivel de inglés (www.englishjet.com).
- Aautodiagnóstico de emprendedores (<http://servicios.ipyme.org/emprendedores>).

Ver Capítulo de Estrategia de Búsqueda

Día 3: Abrir una cuenta de correo electrónico y preparar las herramientas para realizar el Plan

Para todo el proceso de búsqueda de empleo no debe emplearse una cuenta de correo del trabajo (para aquellas personas que estén empleadas) ni tampoco una de uso común, sino una específica. Cualquiera de los proveedores de correo web (Hotmail o Gmail, por ejemplo) facilitan cuentas gratuitas.

El nombre de la cuenta (la parte a la izquierda de la @) no nos debe identificar, es decir, no debe contener nombre y apellidos, ni tampoco dar una impresión negativa o de poca seriedad. Por otra parte, no se deben aceptar las sugerencias del proveedor de correo electrónico si el nombre buscado se encuentra ya ocupado. Una buena alternativa puede ser utilizar el nombre del tipo de trabajo que se está buscando, acompañado de algún elemento como la fecha en que se inició la actividad como, por ejemplo, *teleco1988*, *auditor1994* o *electricista2007*.

Además de abrir una cuenta de correo, debe elegirse un sistema de almacenamiento de los documentos que genere el Plan y una base de datos (Access, Excel, gestor de correo electrónico, etc.) para hacer un seguimiento de las ofertas.

Ver Capítulo de Estrategia de Búsqueda

Día 4: Redactar el currículum máster

El currículum máster es aquel que recoge todo tipo de actividades personales y profesionales que se consideren dignas de mención para buscar trabajo con el mayor detalle posible y las fechas correspondientes. La función de este currículum es tener la plena seguridad de que



no se olvida ningún dato importante. Además, al incluir las fechas correspondientes, no es necesario rememorarlas en cada caso, con el riesgo de incurrir en contradicciones. El currículum máster es, por tanto, un documento de trabajo y por ello no se precisan requisitos especiales en cuanto a presencia ni extensión. No obstante, por facilitar su utilización, es aconsejable redactarlo en forma de epígrafes ya que, al hacerlo así, será más fácil construir los historiales específicos mediante el simple recurso de cortar y pegar texto.

Ver Capítulo de Currículum Online

Día 5: Traducir el currículum máster al inglés, si se opta a puestos que exigen inglés

Teniendo en cuenta que, hoy en día, una gran parte de los trabajos exigen el conocimiento del idioma inglés como requisito de empleo es aconsejable tener también el currículum máster en inglés ya que hay ofertas que se publican directamente en inglés, incluso para puestos de trabajo en España.

Para familiarizarse con la terminología inglesa que debe utilizarse en un currículum puede ser útil consultar el modelo de currículum europeo. Como traductor de textos se recomienda utilizar el de Google (Google Translate). Por otra parte, aquellos candidatos que conozcan otros idiomas además del inglés –por ejemplo, francés o alemán– deben también redactar su currículum en estos idiomas.

Ver Capítulo de Currículum Online

Día 6: Preparación de un currículum para envío a iniciativa propia

Éste es el tipo de currículum a colocar en los portales de empleo cuando, una vez relleno el perfil, se solicita que se incluya un documento de texto. En función del tipo de actividad profesional del candidato, es posible que haya que realizar varios historiales diferentes orientados a tipos de oferta específicos. Si la trayectoria profesional es muy rectilínea y se busca un único tipo de ofertas, bastará con un currículum. No obstante, incluso en una trayectoria rectilínea es posible plantearse opciones distintas y, en tal caso, cada opción requerirá destacar aquellos aspectos más relevantes para esa opción y redactar un currículum específico. Puesto que los portales de empleo realizan las búsquedas utilizando su base de datos y los formularios web, no es necesario cuidar especialmente la utilización de palabras-clave en Internet para el texto del currículum.

En cualquier caso, si se entiende que el nombre de una posición desempeñada no dice nada sobre su contenido real o, peor aún, induce a error, no hay obligación alguna de respetar la nomenclatura formal del puesto desempeñado sino que, en tales casos, se debe utilizar una denominación más clara y, si es posible, más atractiva.

Este modelo de currículum para envío a iniciativa propia también puede servir, con ciertas adaptaciones, para contestar a ofertas de empleo que se realicen en medios escritos, como son los tradicionales anuncios en prensa.

Ver Capítulo de Currículum Online



Día 7: Preparación de un currículum para cumplimentar los formularios de los portales de empleo

En una primera etapa del proceso de búsqueda de trabajo habrá que rellenar formularios de portales y webs de empleo. Estos formularios son bastante similares en cuanto a los campos de texto que hay que cumplimentar. Por tanto, se trata de refinar la redacción de estos campos de forma que se aumenten las posibilidades de aparecer en las búsquedas que realizan las empresas en estos portales.

El criterio de refinamiento consiste en utilizar los términos de búsqueda más comunes. En este sentido, la herramienta de búsqueda de palabras clave de Google (Google Insights) es una gran ayuda puesto que palabras que, en el uso común, son sinónimos pueden tener una frecuencia de utilización muy distinta cuando se está buscando trabajo por Internet. Esta herramienta permite comparar para palabras similares cuáles de ellas se utilizan más en Internet.

Puesto que la búsqueda de candidatos es realizada a través de los datos introducidos en el formulario web, este ajuste de la redacción a los términos más buscados es vital y puede extenderse, en los casos que el diseño del portal así lo permita, a los nombres de puestos desempeñados anteriormente. Cuando el nombre de un puesto en una oferta de trabajo sea poco representativo de sus funciones, es aconsejable modificar éste, de forma que se ajuste a las funciones efectivas y, además, se aumenten las posibilidades de ser seleccionados en una búsqueda inicial.

Ver Capítulo de Currículum Online

Día 8: Preparación de cartas de acompañamiento

Las cartas de acompañamiento son aquellas que se envían conjuntamente con el currículum haciendo referencia al puesto de trabajo al que se opta y resaltando las principales cualidades y experiencia profesional. Muchos reclutadores las utilizan para buscar elementos añadidos en lo relativo a la motivación por el puesto.

Deben redactarse varios modelos de cartas, distinguiendo si van dirigidas a personas con las que no se tiene relación (destinatarios de baja confianza) o a personas que ya se conocen (destinatarios de alta confianza). También debe prepararse un modelo de carta de agradecimiento para aquellos procesos de selección en los que se ha llegado hasta el final, pero no se ha obtenido el puesto. El objetivo de esta carta es dejar una buena impresión y recordar a la empresa la disponibilidad que se tiene para puestos que puedan surgir en el futuro.

Ver Capítulo de Currículum Online

Día 9: Preparación de un videocurrículum

El videocurrículum no es una herramienta muy extendida en España si bien su uso se ha hecho muy común en otros países como Estados Unidos. Aunque se trata de una



herramienta muy potente, si un videocurrículum no está bien hecho o su autor no transmite una imagen inadecuada puede ser contraproducente.

Un sitio web de excelente calidad, poco conocido en España y que permite tener el videocurrículum en red es www.visualev.com. Aunque tiene un perfil de portal de empleo, permite tener una página web propia de forma que el vínculo se pueda colocar en el perfil de LinkedIn. Otra opción más comprometedor para la confidencialidad es la utilización de Youtube para subir el videocurrículum. Si se utiliza esta opción, es aconsejable evitar en el nombre del video palabras como «videocurrículum» o el propio nombre y apellido. De esta forma, será poco probable que aparezca en los buscadores y, como en el caso anterior, el video se puede vincular con el perfil de LinkedIn.

En cualquier caso ésta es una actividad opcional a realizar si su autor se encuentra a gusto tanto con la tarea de realización del video como con su resultado final. De lo contrario, lo más prudente es abstenerse.

Ver Capítulo de Currículum Online

Día 10: Preparación de presentaciones, fotografías o material gráfico

En algunos casos, dependiendo del tipo de actividad profesional es recomendable preparar una o varias presentaciones en Powerpoint que pueden ser, desde un resumen del currículum hasta dar información específica sobre la participación en distintos proyectos. Una vez realizada la presentación, puede colocarse en Slideshare y vincularse al perfil de LinkedIn de modo que sea visible para todo el que visite el perfil.

En algunos tipos de trabajo, como los vinculados al diseño, la fotografía, etc., disponer de un lugar donde exponer en Internet las propias obras es imperativo y las posibilidades del correo electrónico son insuficientes. La opción más básica consiste en utilizar los espacios de almacenamiento vinculados a cuentas de Hotmail o Gmail aunque debe prestarse especial atención a las condiciones que estos lugares establecen para la propiedad intelectual de las obras allí almacenadas. Hay otras opciones gratuitas e igualmente válidas aunque condicionadas al tipo de material. Así, todo lo que pueda ponerse en formato de presentación puede utilizar Slideshare, si bien las fotografías disponen de lugares también específicos como Flickr o Webshots. Sin embargo, si el volumen de información a almacenar es muy elevado para las posibilidades de estos espacios, existen opciones como Rapidshare que permiten almacenar volúmenes mucho más elevados de información sin necesidad de intentar enviarlos por correo electrónico.

Ver Capítulo de Currículum Online

Día 11: Selección y evaluación de portales de empleo

Una vez que ya se dispone de un currículum en distintas versiones así como de otros materiales de presentación se está en disposición de empezar las gestiones para encontrar trabajo. El primer paso es la selección y evaluación de los distintos portales de empleo que existen en Internet, tanto generalistas como especializados. En el capítulo



«Portales y Webs de Empleo» se ofrece un listado de los más representativos. Se han de visitar los más importantes, familiarizarse con su contenido y herramientas y hacer una selección de, al menos, cinco de ellos.

Si el trabajo que se busca es muy específico para los portales generalistas, tendrá que realizarse una investigación para localizar portales especializados que se ajusten al perfil del candidato. Para iniciarla, bastará con poner en el cajetín de Google «buscar trabajo + oficio/profesión» para encontrar que, entre las respuestas, aparecen varios portales de empleo para cada especialidad. Conviene anotar los resultados de la búsqueda para no tener que realizar la búsqueda nuevamente en el futuro. El objetivo es identificar, al menos, uno o dos portales especializados.

Una vez seleccionados los portales, tanto generalistas como especializados, el siguiente paso es evaluar su importancia. Para ello se puede utilizar del medidor de tráfico Alexa que ofrece un ranking de páginas web por número de visitas así como su utilización por países y tipo de público objetivo.

Ver Capítulo de Portales y Webs de Empleo

Día 12: Darse de alta en los portales de empleo seleccionados

Todos los portales utilizan formularios web que permiten preparar un perfil del candidato, y gran parte de ellos utilizan sistemas de alertas configurables por el usuario para recibir en su correo electrónico ofertas de su interés. Una vez dado de alta en un portal de empleo, la relevancia de las ofertas recibidas y su ajuste a los requerimientos realizados al configurar la alerta será un buen indicador de la calidad del portal y su adecuación al perfil profesional del candidato. No obstante, si un portal es relevante en cuanto al volumen de centralización de oferta y demanda pero las alertas no funcionan adecuadamente, una parte de la búsqueda de trabajo consistirá en visitarlo periódicamente e interrogar a la base de datos.

En este momento de realización del Plan se puede plantear la opción de contratar los servicios premium que ofrecen algunos portales de empleo para ganar visibilidad.

Ver Capítulo de Portales y Webs de Empleo

Día 13: Seleccionar y darse de alta en el apartado de empleo de webs corporativas

Además de los portales de empleo hay muchas empresas que en sus páginas web tienen un área (recursos humanos, canal de empleo, etc.) para aquellas personas que están buscando trabajo y desean enviar su currículum a la empresa. En función de cuál sea la especialidad de cada uno y su disponibilidad geográfica, es aconsejable seleccionar un mínimo de 10 empresas y enviar el currículum a través de la web cada uno de ellas. Para la selección de empresas son muy útiles los directorios de empresas Kompass y Europages y también la publicación *Guía de empresas que ofrecen empleo*.

Ver Capítulo de Portales y Webs de Empleo



Plan de acción para buscar trabajo en 30 días

- Día 1: Identificar el perfil profesional para buscar trabajo.
- Día 2: Autoevaluación de las capacidades de empleo.
- Día 3: Abrir una cuenta de correo electrónico y preparar herramientas para realizar el Plan.
- Día 4: Redactar el currículum máster.
- Día 5: Traducir el currículum máster al inglés, si se opta a puestos que exigen inglés.
- Día 6: Preparación de un currículum para envío a iniciativa propia.
- Día 7: Preparación de un currículum para los portales de empleo.
- Día 8: Preparación de cartas de acompañamiento.
- Día 9: Preparación de un videocurrículum.
- Día 10: Preparación de presentaciones, fotografías o material gráfico.
- Día 11: Selección y evaluación de portales de empleo.
- Día 12: Darse de alta en los portales de empleo seleccionados.
- Día 13: Seleccionar y darse de alta en el apartado de empleo de webs corporativas.
- Día 14: Seleccionar y darse de alta en otras alternativas de búsqueda de trabajo.
- Día 15: Seleccionar consultoras de recursos humanos.
- Día 16: Enviar el currículum a las consultoras de recursos humanos.
- Día 17: Preparar las pruebas psicotécnicas que se utilizan en un proceso de selección.
- Día 18: Preparar la entrevista para un proceso de selección.
- Día 19: Preparar los elementos de seguridad para utilizar las redes sociales.
- Día 20: Crear un perfil en Facebook.
- Día 21: Crear un perfil en LinkedIn.
- Día 22: Crear un perfil en Xing.
- Día 23: Crear un perfil en Twitter.
- Día 24: Identificar y darse de alta en redes sociales especializadas.
- Día 25: Apuntarse a grupos de discusión existentes en redes sociales.
- Día 26: Ampliar la red de contactos en LinkedIn.
- Día 27: Buscar ideas para el autoempleo.
- Día 28: Analizar la viabilidad de la idea elegida para el autoempleo.
- Día 29: Valorar los resultados obtenidos con el Plan.
- Día 30: Planificar las acciones de seguimiento que se van a realizar.



Día 14: Seleccionar y darse de alta en otras alternativas de búsqueda de trabajo

Además de los portales de empleo y las webs corporativas, existen otras alternativas para buscar trabajo, en concreto cuatro: empleo público y oposiciones; trabajo en el extranjero; trabajo voluntario y cooperación; y becas y trabajos en prácticas. En función del perfil profesional y las expectativas de cada uno debe elegirse, al menos, una de estas alternativas. Para la alternativa elegida seleccionar un mínimo de tres webs de referencia y darse de alta en ellas.

Ver Capítulo de Portales y Webs de Empleo

Día 15: Seleccionar consultoras de recursos humanos

Un canal habitual de búsqueda de empleo son las consultoras de recursos humanos que seleccionan a los candidatos en base a los criterios que les marcan sus empresas clientes. Existen diferentes tipos de consultoras: ETTs (Empresas de Trabajo Personal), consultoras de selección de personal, *Headhunters* (cazatalentos), *outplacement*, *interim management* (gestores temporales), etc.

En función del perfil profesional de cada uno debe de seleccionarse, al menos, dos tipos de consultoras de recursos humanos. Para cada una de ellas, se trata de seleccionar, al menos cinco empresas. En el capítulo «Consultoras de recursos humanos» se ofrecen listados de las empresas más importantes que operan en España para cada uno de los tipos de consultoras.

Ver Capítulo de Consultoras de Recursos Humanos

Día 16: Enviar el currículum a las consultoras de recursos humanos

Casi todas las consultoras de recursos humanos tienen una área en sus páginas webs para darse de alta como candidato o enviar el currículum. Para puestos de cualificación baja o media (sería el caso de las ETTs) se trata de utilizar las palabras clave que se han utilizado en el registro de los portales de empleo, mientras que en los puestos de cualificación alta (*headhunters* o *interim management*) es aconsejable elaborar un currículum a la medida destacando los logros que se han obtenido en la carrera profesional.

En función de las dos categorías de consultoras que se han elegido, como mínimo, en el apartado anterior, enviar el currículum, al menos a cinco consultoras de cada categoría.

También puede considerarse la posibilidad de darse de alta en bases de datos de candidatos que utilizan las consultoras de recursos humanos como por ejemplo CV Explorer a nivel nacional o Experteer a nivel internacional.

Ver Capítulo de Consultoras de Recursos Humanos



Día 17: Preparar las pruebas psicotécnicas que se utilizan en un proceso de selección

En muchos procesos de selección, sobre todo si se convocan varias plazas y hay un gran número de candidatos se utiliza pruebas psicotécnicas como forma de eliminar y cribar a los candidatos antes de la entrevista personal. Por ello, es aconsejable estar familiarizado con este tipo de tests ya que su conocimiento ayuda a eliminar el nerviosismo de la situación de examen. Se deben hacer un mínimo de diez tests (personalidad, inteligencia, matemático, series, razonamiento verbal, etc.) de entre los que están disponibles en los portales www.psicotecnicostest.com y www.buscarempleo.es

Ver Capítulo de Consultoras de Recursos Humanos

Día 18: Preparar la entrevista para un proceso de selección de personal

La entrevista suele ser el último paso en un proceso de selección de personal. Por ello es muy importante preparar las preguntas tipo que se hacen habitualmente. Es aconsejable identificar diez preguntas clave y preparar las respuestas adaptadas al perfil profesional y personal de cada uno. Igualmente es aconsejable preparar, al menos, tres preguntas que deberán hacerse al entrevistador. Para ello se pueden utilizar los recursos del portal Universia (<http://empleo.universia.es-candidatos-selección-proceso-de-selección>) y del portal Laboris (www.laboris.net/static/ca.aspx).

Ver Capítulo de Consultoras de Recursos Humanos

Día 19: Preparar los elementos de seguridad para utilizar las redes sociales

Antes de empezar a crear perfiles en las diferentes redes sociales (Facebook, LinkedIn, Xing, etc.) es necesario tener en cuenta los elementos de seguridad, de tal forma que no se haga un mal uso de los datos y contenidos que se facilitan. En Estados Unidos, por ejemplo, uno de los delitos contra los que más se previene es el llamado «robo de identidad», por el cual alguien puede conseguir datos clave sobre otra persona y, acceder, incluso a sus cuentas bancarias. También existe la posibilidad de ser asaltados por *spam* o por llamadas telefónicas no deseadas si se hacen visibles los números de teléfono, los domicilios o las direcciones de correo electrónico. Nunca se deben dejar visibles estos datos ya que, de otro modo, alguien podría acceder a ellos a través de pertenencia a grupos o contactos compartidos. Por otra parte, los contactos más cercanos tienen ya el teléfono y el correo electrónico y aquéllos que no lo sean pueden contactar a través de la propia red social; es decir, no se pierde ninguna oportunidad por dejar estos datos ocultos.

En concreto las tareas a realizar para proteger los datos que van a suministrarse en redes sociales son las siguientes:

- Utilizar contraseñas difíciles de escribir pero fáciles de recordar, que sean largas no intuitivas, compuestas de mayúsculas y minúsculas, letras, números y caracteres especiales del tipo @rb1trO o p#e\$P&e); y, por supuesto, no utilizar la misma contraseña en todas partes.



- Instalar en el ordenador una suite de seguridad de buena calidad y comprobación periódica como Norton, McAfee, Panda, ZoneAlarm; Karpesky u otros. Se pueden adquirir en grandes almacenes e instalar como cualquier otro programa o bien descargarlos de Internet. Hay que tener la precaución de escoger un programa de buena calidad -cualquiera entre los ejemplos cumpliría esta condición- y, sobre todo, instalar sólo uno ya que tener más de una suite de seguridad en un mismo ordenador genera fallos de funcionamiento.
- No hacer visible a nadie ningún dato de contacto.
- No utilizar ordenadores no confiables para acceder a las redes sociales, ni al correo electrónico.
- No seguir vínculos en el cuerpo de mensajes enviados por personas desconocidas desde la red aunque parezcan dirigidos a la propia red social. En lugar de esto, acceder a la red social y ver los mensajes pendientes. Si se trata de *spam* (correo basura) o *phishing* (intento de conseguir que la víctima entregue datos como contraseñas bancarias o números de cuenta), el administrador de la red podría haberlos hecho desaparecer ya. Asimismo, se debe prestar atención a los mensajes del programa de seguridad.

Ver Capítulo de Networking y Redes Sociales

Día 20: Crear un perfil en Facebook

Facebook no es, hoy por hoy, una red profesional pero permite la localización de personas mucho más fácilmente que cualquier otra red. En este caso, hay que prestar especial atención a los nombres y fechas de empresas o instituciones porque Facebook buscará –y es fácil que encuentre– otros usuarios que coincidan en esos puntos y que pudieran resultar contactos interesantes en la búsqueda de trabajo o, en otro plano, facilitar la recuperación de un contacto personal.

En Facebook no sólo es admisible sino deseable la introducción de otro tipo de datos como pertenencia a clubes deportivos o de ocio que puedan servir para recuperar contactos. Por otro lado, puede haber personas presentes en otras redes sociales como LinkedIn a las que no se puede acceder porque la distancia con estas personas así lo establece como parte de las reglas de la red. Estas mismas personas podrían ser accesibles a través de Facebook.

Al crear un perfil en Facebook hay que prestar especial atención a lo siguiente:

- No colocar fotografías o comentarios, ni permitir que otros los coloquen en el tablón, que puedan dar una imagen inadecuada. Si alguien insiste en colocar fotografías inadecuadas, puede dársele de baja como contacto para evitar que otras personas puedan acceder a ellas mediante un cruce de datos.
- Aunque Facebook no es una red profesional, es frecuente que se busque en ella y, por esto, la información que se transmita ha de ser siempre positiva aunque no tenga la estricta limitación al ámbito profesional, propia de LinkedIn.



- Facebook ha tenido ya varios problemas en el pasado, en asuntos poco claros de venta de datos de sus miembros. Si, como consecuencia de esto, alguien puede llegar a pensar que la política relativa a la confidencialidad no es confiable, la mejor solución no es ya utilizar las directivas de confidencialidad de Facebook sino omitir todos los datos de contacto salvo los estrictamente imprescindibles para mantenerse como miembro en la red.

Ver Capítulo de Networking y Redes Sociales

Día 21: Crear un perfil en LinkedIn

LinkedIn es la red social profesional por excelencia. Por ello, la preparación de un perfil adecuado en LinkedIn es fundamental, máxime cuando el vínculo a tal perfil puede ser utilizado como tarjeta de visita tanto en la propia firma de correos electrónicos como en el de currículum de texto permanentemente actualizado. En suma, el perfil de LinkedIn debe ser el perfil profesional primario para la búsqueda de trabajo por Internet.

Puesto que LinkedIn es una red profesional, el perfil a introducir es profesional. Hay que tener en cuenta que los nombres de empresas, universidades y otros, así como las fechas, son utilizados por LinkedIn para facilitar el contacto entre personas que posiblemente se conozcan y, de esta forma, se comienza a ampliar la red de contactos con personas a las que se podría haber perdido la pista a lo largo del tiempo.

No hay que olvidar que en la configuración de la confidencialidad los datos de contacto no han de ser visibles y, en caso contrario, es necesario ser especialmente estrictos en la aceptación o rechazo de invitaciones de contacto.

Por otro lado, LinkedIn tiene asociado el metaportal de empleo Simplyhired que, aunque no esté aún entre los más conocidos en España, tiene una excelente calidad en sus criterios de clasificación de base de datos y en la posibilidad de selección múltiple en las alertas. Un perfil bien construido en LinkedIn puede ser también una buena tarjeta de presentación en Simplyhired.

Ver Capítulo de Networking y Redes Sociales

Día 22: Crear un perfil en Xing

Xing es el equivalente europeo de LinkedIn y es un sitio donde conviene estar presente, en especial si se trabaja o se quiere trabajar en la zona de Centroeuro-pa, en la cual Xing, por su origen alemán, mantiene un predominio indiscutible.

Los criterios para crear un perfil en Xing son idénticos a los utilizados para LinkedIn aunque manteniendo la recomendación de que se utilice LinkedIn como el sitio primario –salvo interés específico en la zona apuntada– incluso cruzando perfiles, es decir,



haciendo aparecer el vínculo al perfil de LinkedIn dentro del perfil de Xing y viceversa.

Ver Capítulo de Networking y Redes Sociales

Día 23: Crear un perfil en Twitter

Los perfiles de Twitter son perfiles de mínimos salvo que se incluyan vínculos a los perfiles de LinkedIn o Facebook. Hasta hace relativamente poco tiempo, Twitter era sencillamente despreciado entre las opciones de búsqueda de trabajo en favor de lugares más especializados como LinkedIn. Sin embargo, hoy en día hay dos detalles interesantes que invitan a estar en Twitter:

- La inmediatez propia del funcionamiento de Twitter se aplica también a las ofertas de empleo. Es frecuente en España que algunos sitios, conectados a portales de empleo o portales de empleo por sí mismos, utilicen el mensaje de 150 caracteres de Twitter para incluir un vínculo a una oferta en un portal de empleo. En la mayoría de los casos, son ofertas de baja cualificación profesional (perfil ETT) que buscan una cobertura inmediata.
- En otros países europeos ya se está utilizando Twitter para ofertas de empleo de mayor nivel profesional por lo cual es previsible que ésta tendencia llegue pronto a España.

Ver Capítulo de Networking y Redes Sociales

Día 24: Identificar y darse de alta en redes sociales especializadas

Además de las redes sociales generalistas (Facebook, LinkedIn, Twitter) existen determinadas profesiones (abogados, arquitectos, diseñadores, etc.) para las que si existen redes sociales consolidadas que puede ser una buena oportunidad para compartir conocimientos y trabajos. Se trata de identificarlas –para ello se aconseja poner en el cajetín de Google «buscar trabajo + oficio/profesión»– y darse de alta en aquellas que tengan mayor número de usuarios. Cada una de ellas funcionará de diferente forma y ofrecerá también distintas alternativas de uso para las personas que quieren utilizarlas como herramienta para buscar empleo.

Ver Capítulo de Networking y Redes Sociales

Día 25: Apuntarse a grupos de discusión existentes en redes sociales o crear un grupo nuevo

Una vez que ya se han creado perfiles en las principales redes sociales es el momento de utilizarlas como instrumento de búsqueda de empleo. Una posibilidad son los grupos de discusión existentes en LinkedIn.

Los grupos de discusión representan una herramienta de gran éxito dentro de LinkedIn aunque en algunos de ellos sus promotores parecen buscar la pregunta más impactante posible sin intención de que las respuestas lleven a ninguna parte. Es conveniente por ello elegir cuidadosamente grupos dentro de los propios intereses y que tengan



una actividad notable. Antes de inscribirse o solicitar la inscripción, siempre es posible ver si la actividad llevada a cabo es realmente interesante o se trata simplemente de relleno. Debe recordarse que las intervenciones en los grupos de discusión van actualizando el perfil propio en LinkedIn y, por ello, tales intervenciones han de ser medidas tanto en el contenido como en el lenguaje utilizado.

Otra forma de ganar visibilidad en LinkedIn es crear un grupo de discusión, pero conviene utilizarla sólo si se está dispuesto a trabajar en un tema específico y evitar la tentación de utilizar el grupo para preguntas fáciles destinadas a conseguir eco pero no a compartir una información valiosa. La conveniencia o el momento de crear un grupo de discusión es algo abierto pero, en caso de hacerlo, conviene esperar a tener una imagen ya en funcionamiento en Internet, cosa que puede determinarse por el número de visitas que recibe periódicamente el perfil de Facebook o el de LinkedIn.

Ver Capítulo de Networking y Redes Sociales

Día 26: Ampliar la red de contactos en LinkedIn

Una vez que ya se ha creado un perfil en LinkedIn se trata de ampliar la red de contactos en esta red social que es la más importante para buscar trabajo.

LinkedIn muestra en cada acceso una relación de personas a las que posiblemente se conozca. Además de comprobar si es así y si se desea establecer un contacto con las personas sugeridas, LinkedIn permite realizar búsquedas para ampliar la red de contactos. Estas búsquedas pueden realizarse de distintas formas.

- Buscando entre la propia libreta de direcciones, quiénes pueden estar presentes en LinkedIn y solicitando el contacto con aquéllos que proceda.
- Buscando nombres de personas con los que se desea contactar utilizando el cajetín de búsqueda. Si se encuentra a la persona buscada, en caso de estar fuera de alcance, LinkedIn señalará cuál es la distancia y a quién se le puede solicitar que actúe como presentador. Si el perfil de la persona buscada es público e indica a qué grupos pertenece, existe también la opción de apuntarse a un grupo de interés mutuo y, en calidad de miembro del grupo, ya se tiene el acceso necesario para solicitar el contacto.
- Buscando entre los miembros de los grupos a que se pertenece a aquéllas personas con las que podría haber más intereses compartidos y solicitar el contacto.
- Utilizar a los LION (LION es un acrónimo en LinkedIn que representa a las personas que nunca rechazan un contacto y pueden, con bastante facilidad, estar por encima de los 500 contactos e incluso superar varios millares). La gran cantidad de contactos de los LION hace que puedan ser utilizados como atajo para acortar distancias con cualquier otro miembro de LinkedIn, si éste se encuentra fuera del alcance propio.



Ver Capítulo de Networking y Redes Sociales

Día 27: Buscar ideas para el autoempleo

Si bien este Plan está diseñado mayoritariamente para personas que están buscando trabajo por cuenta ajena, debido a las tendencias actuales del mercado laboral, es aconsejable también contar con una idea o proyecto para trabajar por cuenta propia, en lo que se denomina autoempleo.

En primer lugar debe elegirse una de las tres alternativas básicas para trabajar por cuenta propia: ser autónomo, crear una empresa o buscar una franquicia; a partir de ahí se trata de identificar y definir con la mayor precisión posible la idea sobre la que se va a desarrollar el negocio propio. Para la identificación de la idea de negocio, además de los propios conocimientos, iniciativas y experiencia personal, Internet es una herramienta de gran utilidad.

Ver Capítulo de Alternativas de Autoempleo

Día 28: Analizar la viabilidad de la idea elegida para el autoempleo

Una vez que se ha identificado la idea, hay que analizar su viabilidad para llevarla a la práctica. Por ello, ante cualquier proyecto o idea de negocio es necesario plantearse, al menos, cinco preguntas:

- ¿Se tiene los conocimientos técnicos suficientes sobre el producto/servicio que se va a ofrecer?
- ¿Se conoce el mercado en el que se va a operar?
- ¿Existe una oportunidad de negocio?
- ¿Se puede hacer frente a la competencia?
- ¿Es viable económicamente?

Para esta última pregunta que es la más difícil de contestar, pero también la más importante, es aconsejable hacer un presupuesto con una previsión de ingresos y gastos para el primer año del negocio, así como las necesidades de inversión para poner en marcha el proyecto.

Ver Capítulo de Alternativas de Autoempleo

Día 29: Valorar los resultados obtenidos con el Plan

Una vez que ya se lleva un mes trabajando de forma sistemática en la búsqueda de empleo a través de Internet es el momento de hacer un balance de los resultados obtenidos. Si bien es todavía algo pronto para haber obtenido muchas respuestas, sean estas positivas o negativas, el análisis de los resultados permitirá completar el



Plan con actividades que no se han realizado todavía y plantear una reorientación de la búsqueda de trabajo en el caso de que los resultados no haya sido satisfactorios.

Algunas de las preguntas a las que hay que dar respuesta para valorar los resultados del Plan son las siguientes:

- ¿El tiempo diario dedicado a la realización de las acciones del Plan se considera adecuado, suficiente o insuficiente?
- ¿Se han realizado la mayor parte de las actividades propuestas en el Plan? En caso contrario identificar cuáles no se han hecho, por qué, y si conviene hacerlas.
- ¿Se han detectado otras actividades no planteadas en el Plan que debieran hacerse en razón de características especiales propias? En caso afirmativo, llevarlas a la práctica.
- ¿Se está haciendo búsqueda activa de ofertas?
- ¿Se mantiene un nivel de actividad razonable en las redes sociales?
- ¿Cuáles de entre las actividades realizadas han sido más eficaces en términos de ofertas válidas recibidas?
- ¿El número de ofertas recibidas, tanto través de alertas como ofertas directas, se corresponde con lo esperado?
- ¿La calidad de las ofertas recibidas en relación al perfil profesional y a las expectativas de empleo que se tienen es el adecuado?
- ¿Están adecuadamente definidas las alertas para que las ofertas que lleguen sean relevantes?
- ¿Se está haciendo seguimiento de cuántas visitas reciben los perfiles propios en los portales de empleo y en las redes sociales?
- ¿Se han empleado palabras-clave adecuadas para redactar los perfiles en portales de empleo y en las redes sociales?

Si la cantidad y calidad de ofertas que se están recibiendo por distintos conductos encajan con las pretensiones iniciales se trata de insistir y de cuidar el propio perfil en Internet. Si no es así, y esta primera impresión se confirma con el hecho de que las candidaturas presentadas son rechazadas, será necesario replantear el proceso de búsqueda.

Día 30: Planificar de las acciones de seguimiento que se van a realizar

Una vez que se han valorado las acciones y los resultados obtenidos, el paso final del Plan es hacer una planificación de las actividades a realizar hasta que se encuentre un trabajo que se ajuste a las expectativas que se tienen. Esta planificación consiste en fijar las acciones que deben de hacerse para cada una de las herramientas disponibles en Internet y establecer una periodicidad para llevarlas a cabo, bien sea diaria



o semanal. En el siguiente cuadro se ofrece una orientación al respecto, si bien cada persona debe realizar su propia planificación en base a las herramientas que considere más útiles, el tiempo de que dispone y a la necesidad que tiene para buscar trabajo.

Planificación de acciones de seguimiento del Plan para buscar trabajo

Herramienta	Acción	Periodicidad
Portales de empleo generalistas	Respuesta a las alertas y seguimiento de las nuevas ofertas que aparecen en los principales portales.	Diaria
Portales de empleo especializados	Identificación de portales especializados y seguimiento de las ofertas.	Semanal
Webs corporativas	Darse de alta en webs de empresas (apartado de recursos humanos, canal de empleo) que demandan empleo. Se recomienda darse de alta en, al menos, 10 webs de empresa por semana.	Semanal
Webs de empleo público	Revisión de oposiciones convocadas, trabajos en la Administración Pública, etc.	Semanal
Webs de trabajo en el extranjero	Darse de alta en portales de empleo, webs corporativas y consultoras de recursos humanos en los países en los que se desea trabajar. Se recomienda, al menos, darse de alta en 3 webs por semana y país.	Semanal
Webs de trabajo voluntario	Contacto con ONGDs a través de sus webs. Un mínimo de 3 ONGDs por semana.	Semanal
Webs de consultoras de recursos humanos	Darse de alta en webs de ETTs, empresas de selección de personal, <i>headhunters</i> , etc. Se recomienda darse de alta en un mínimo de 5 webs por semana.	Semanal
Facebook	Aumentar en un mínimo de 5 contactos relevantes.	Semanal
LinkedIn	Revisar cambios, participar en foros, aumentar en 1 contacto la red propia.	Diaria
Xing	Revisar cambios, entrar al apartado de empleo, experimentar con alertas y aumentar en 1 contacto la red propia.	Diaria
Twitter	Mantenerlo abierto permanentemente. Seguir las ofertas de empleo.	Constante
Redes especializadas	Revisar los cambios que se van produciendo.	Semanal
Blog profesional	Incluir dos artículos nuevos.	Semanal



Organización, control y seguimiento

La puesta en práctica de un Plan de búsqueda de trabajo genera una gran cantidad de datos que conviene tener ordenados desde el primer momento. De no hacerlo así, debido a la previsible acumulación que se produce, no será posible mantener la información ordenada.

Básicamente es necesario disponer de tres herramientas para llevar a cabo el Plan y controlar toda la información que se va recibiendo: una cuenta de correo electrónico específica, un sistema de almacenamiento de documentos y una base de datos para seguimiento de ofertas.

Cuenta de correo electrónico

Para todo el proceso de búsqueda de empleo no debe utilizarse una cuenta de correo del trabajo (para aquellas personas que estén empleadas), ni tampoco una de uso común, sino una específica para esta actividad. Cualquiera de los proveedores de correo web (Hotmail o Gmail, por ejemplo) pueden facilitar cuentas gratuitas.

El nombre de la cuenta (la parte a la izquierda de la @) no nos debe identificar, es decir no tiene que contener el nombre y apellidos porque, en caso de querer mantener la confidencialidad para todas o algunas ofertas concretas, no será posible hacerlo. Tampoco se debe dar una impresión negativa o de poca seriedad, ni aceptar las sugerencias del proveedor de correo electrónico si el nombre buscado para la cuenta se encuentra ya ocupado.

Una buena alternativa puede ser utilizar el nombre del tipo de trabajo que se está buscando, acompañado de algún elemento como la fecha de inicio de la actividad, por ejemplo auditor1986@hotmail.com, comercial1999@gmail.com o electricista2007@hotmail.com

Sistema de almacenamiento de documentos

El almacenamiento de documentos es un apartado que se debe cuidar especialmente por su trascendencia. Si se almacenan los documentos en el propio ordenador, es aconsejable tener siempre una copia de seguridad en un disco externo o en un pendrive y ser especialmente ordenado en su manejo.

Cuando se actualice un currículum conviene poner como parte del nombre del fichero la fecha de actualización, sin destruir las anteriores copias. De esta forma, en caso de ser llamados por alguien que tenga un currículum atrasado, puede saberse cuál es el que se envió en su momento.

Las ofertas respondidas por vía correo electrónico no generan problemas de almacenamiento, siempre que se almacenen los mensajes enviados porque, a través del programa de correo, es posible comprobar en cualquier momento cuál fue la versión de currículum que se envió sin requerir otro almacenamiento añadido.



Sin embargo, las ofertas respondidas desde portales Internet sí plantean problemas de almacenamiento tanto si se responden con el currículum estándar almacenado en el portal como por uno específico. Si el currículum utilizado es específico, debe guardarse una copia con un nombre de fichero del tipo *currículum-enviado-a-XXXX* mientras que, si es el genérico, deberá utilizarse la nomenclatura tipo *currículum-actualizado-09-2010*. Si se utilizan cartas de presentación, puesto que son específicas para cada caso, deberán siempre archivarse con nombres del tipo *carta-presentación-empresa-XXX*. Con estas sencillas prácticas, siempre se sabrá qué currículum y carta de acompañamiento se ha enviado a una oferta específica y se evitarán errores que pueden suponer un considerable coste en términos de imagen del candidato.

Todo el material que se vaya a almacenar en el propio ordenador implica tener cuidado con las copias de seguridad y no dejar que transcurra más de una semana sin hacer una nueva. Sin embargo, en algunas ocasiones, interesa además utilizar servicios de almacenamiento web. Hay dos motivos principales que pueden aconsejar este tipo de almacenamiento en la red:

- **Elevada movilidad geográfica:** para aquellas personas que viajan mucho y necesitan disponer del material en cualquier lugar, tanto si se tiene acceso al ordenador propio como si no. Este motivo va perdiendo importancia progresivamente, a medida que aumenta la capacidad de los pendrives y disminuye el tamaño de los discos duros externos.
- **El tipo de material utilizado es muy pesado para su envío por correo electrónico:** por ello es más útil tenerlo en la red y hacerlo disponible a terceros mediante el uso de vínculos provistos por el propio sistema de almacenamiento para compartir material con terceros.

Los servicios más sencillos de utilizar pueden ser los ofrecidos por Google o por Microsoft mediante sus respectivos *Google Apps* y *Skydrive*. Existen algunos proveedores más pequeños que ofrecen el mismo servicio y, en todo caso, conviene revisar las cláusulas sobre la utilización del material almacenado y si se conceden derechos inusuales sobre nuestro propio material al proveedor del servicio.

Hay otro tipo de servicios cuya utilización es interesante cuando se van a utilizar ficheros muy pesados o cuando se trata de material específico al que se destina el servicio de que se trate. Por ejemplo, para almacenamiento de videos cortos (videocurrículum) y con una calidad suficiente para ser vistos en ordenador, *Youtube* puede ser la opción por excelencia y para el almacenamiento de fotografías lo pueden ser *Flickr* o *Webshots* mientras que para presentaciones es aconsejable utilizar *Slideshare*. En todos los casos, se dispone de la posibilidad de almacenamiento público o privado y siempre es posible enviarle a alguien un vínculo directo al video, fotografía o presentación de que se trate.

Podría, en algunos casos, interesar mantener un almacenamiento específico para ficheros de gran volumen, bien porque se requieran calidades por encima de los estándares de los proveedores señalados en el párrafo anterior o bien porque se trate de otro tipo



de material que no dispone de proveedores específicos como, por ejemplo, trabajos realizados con un programa de CAD. En tal caso, opciones como *Rapidshare* pueden ser interesantes ya que permiten almacenar ficheros de un volumen no accesible para las otras alternativas y que, como en los casos anteriores, pueden ser compartidos mediante el envío de vínculos al fichero correspondiente.

Como conclusión, hay un conjunto de documentos que deben conservarse cuando se está llevando a cabo el Plan de búsqueda de trabajo. Además de los criterios de ordenación señalados, el almacenamiento puede ser realizado con recursos propios o ajenos. Si se opta por mantener el almacenamiento en el disco del propio ordenador o en un *pendrive* queda bajo la propia responsabilidad la realización de copias y se asume que puede ser difícil compartir material que sea muy pesado (en términos genéricos, ficheros por encima de los 10 Mbs.). Si se opta por mantener el almacenamiento en Internet, deben revisarse cuidadosamente las condiciones y los derechos que se otorgan al proveedor del servicio respecto del material propio, y si se facilita no sólo el acceso desde cualquier lugar sino la posibilidad de compartir ficheros que sean pesados para su envío por correo electrónico.

Base de datos para seguimiento de ofertas

Para el nivel de habilidad de un usuario avanzado la solución óptima puede consistir en crear una base de datos de Access donde, para cada candidatura, se indique los siguientes puntos: nombre de la oferta, datos de requerimiento del perfil, medio en el que apareció la oferta, etc.

Para los usuarios menos familiarizados con la ofimática una opción es utilizar la hoja de cálculo Excel que puede usarse como base de datos o bien directamente.

- **Utilizar Excel como base de datos:** Excel tiene una función que permite utilizar un conjunto de filas y columnas para definir una base de datos en lugar de diseñarla directamente. Si se está familiarizado con esta función, es una opción bastante adecuada ya que presentará cada candidatura como una ficha con los datos.
- **Utiliza Excel directamente:** en este caso, no se utilizaría como base de datos sino que en la primera fila se colocarían los encabezados y cada una de las filas posteriores representaría una candidatura. La ventaja de esta modalidad de control de «baja tecnología» es que permite una visión sintética sobre el estado de todas las candidaturas presentadas en cualquier momento.

Otra posibilidad es utilizar el propio gestor de correo de la cuenta que se ha creado. Se trata de crear un perfil de usuario específico relacionado con esa cuenta de correo en el programa que se utilice normalmente (Outlook, Thunderbird o equivalentes). En este caso, se contará con la nada despreciable ventaja de que los correos enviados y recibidos en relación con la búsqueda de trabajo quedarán almacenados en un lugar común y se facilitarán las búsquedas correspondientes. El formato de ficha de contacto –cada oferta a la que se ha respondido se tratará como un contacto nuevo– que utilizan estos programas permite la realización del seguimiento y el almacenamiento



de datos con muy poco esfuerzo. Sin embargo, hay que seguir un criterio uniforme al completar la información; si por ejemplo el nombre de la oferta se puede transcribir en el apartado de «Apellidos»; el nombre de la empresa en «Nombre» o si no se conoce poner «Desconocido»; el medio por el que se conoció el anuncio en «Dirección»; el día en el contestó la oferta en «Cumpleaños» o «Fecha de nacimiento»; etc. En los campos de texto libre se podría incluir otra información como modelo de currículum enviado, si se ha enviado o no carta de acompañamiento, características del anuncio, etc.

En cualquier caso, sea cual sea el sistema de base de datos que se utilice es bueno crear un modelo de ficha de datos para cada oferta de trabajo a la que se concurra. El objetivo es, además de facilitar el seguimiento de la oferta, permitir una preparación de la entrevista más fácil, no sólo sabiendo sin lugar a dudas cuál es la información que se ha enviado y qué decía exactamente el anuncio al que se respondió, sino buscar algunos datos sobre la empresa que permitan orientar las preguntas a realizar o tener alguna idea de cuáles son los puntos que más le van a interesar al entrevistador.

Datos para ficha de seguimiento de ofertas de empleo

- Nombre de la oferta, es decir, el título o epígrafe principal.
- Empresa, institución o consultora de recursos humanos que realiza la oferta.
- Datos tanto de requerimientos de perfil como del puesto ofertado, es decir, el contenido del anuncio.
- Medio en que apareció la oferta. Es posible que aparezca en varios; si es así, se refleja el medio a cuyo anuncio se está contestando.
- Fecha de aparición. Puede ser irrelevante en los casos de portales de Internet.
- Fecha de presentación de la candidatura: es un dato a reflejar en todos los casos.
- Medio utilizado para el envío del currículum; correo electrónico u ordinario, portal de empleo indicando en su caso cuál se utilizó, web de empresa, etc.
- Estado actual de la candidatura: si se ha utilizado un portal de Internet, el seguimiento puede consistir en la visita al portal de empleo donde se encontrará información sobre el estado de la candidatura.
- Fecha de próximo seguimiento: no dejar transcurrir más de dos semanas sin comprobar cuál es la situación. Algunas empresas, tras recibir la candidatura, envían un acuse de recibo donde señalan que, en caso de no recibirse respuesta en un periodo determinado, esto deberá interpretarse como que la candidatura ha sido desestimada. Cuando así sea, la fecha de seguimiento óptima debería ser precisamente aquella señalada por la empresa para la finalización del proceso y, si no se han tenido noticias antes, señalar el estado de la candidatura como rechazada.
- Currículum utilizado: si se ha utilizado un modelo estándar entre los varios almacenados, referencia al modelo. En caso contrario, reproducir el que se ha utilizado.
- Carta de presentación utilizada: idéntica operativa a la referida para el modelo de currículum.

Videotutorial 1: Herramientas para buscar trabajo en internet

Acceso a través de: www.webempresa20.com





Actividades 1: Estrategias de búsqueda de empleo

1. De acuerdo a sus características personales y profesionales elija una de las cuatro categorías que abarcan la mayoría de las oportunidades que existen en el mercado de trabajo: licenciados en búsqueda de su primer empleo; técnicos y especialistas de grado medio; profesionales con experiencia (ejecutivos y directivos); o autoempleo (emprendedores y autónomos).
2. Compare su perfil profesional con el perfil óptimo de la categoría elegida en el apartado anterior. Identifique aquellas área o aspectos en los que debe mejorar.
3. Realice el test de capacidades para buscar empleo que se facilita en el portal www.buscarempleo.es. Valore los resultados e identifique los aspectos en los que debe mejorar.
4. Realice el test de nivel general (*test level*) para determinar su nivel de inglés que se facilita en el portal www.englishjet.com. En base a los resultados que obtenga y del tipo de trabajo que esté buscando, plantéese algunas de las alternativas que hay en el mercado (gratuitas o de pago) para mejorar su nivel de inglés.
5. Si considera la posibilidad de trabajar por cuenta propia, realice el auto-diagnóstico del emprendedor que está disponible en la web de la Dirección General de la Pyme (<http://servicios.ipyme.org/emprendedores/>). Evalúe sus capacidades para crear una empresa o trabajar como autónomo con un negocio propio.
6. Valore su situación profesional en base al diagnóstico de "anclas de carrera" (competencia técnico-funcional, competencia gerencial, estabilidad/seguridad, autonomía/independencia, creatividad empresarial, etc.), otorgando una puntuación de 0 a 5 puntos a cada ancla y haciendo una comparación con su puesto de trabajo actual.
7. Establezca las condiciones del puesto de trabajo que está buscando: tipo de empresa u organismo, área funcional/sector de actividad, tipo de contrato, remuneración, disponibilidad geográfica, etc. Procure ser realista y flexible al establecer las condiciones.
8. Elabore su Plan de acción para buscar trabajo mediante un cronograma de acciones para 30 días (6 semanas), 40 días (8 semanas), o 50 días (10 semanas) en función de su disponibilidad de tiempo y necesidad de encontrar trabajo. Asigne tareas específicas para cada día/semana del Plan.



9. Cree una cuenta de correo electrónico específica para utilizar durante la realización del Plan de búsqueda de trabajo.
10. Elija un sistema de almacenamiento de documentos y base de datos para gestionar todas las ofertas y demandas de empleo que se produzcan durante la realización del Plan.