

SEMINARIOS DE ORIENTACIÓN LABORAL

Cristóbal
López de Toro
@lopezdetoro

tajamar.

FP + Professional Education

MI PROPÓSITO



 **PROPÓSITO**

NUESTRAS TRES PALABRAS CLAVES

- **Diferenciación**



- **Networking**



- **Proactividad**



¿PORQUÉ ES NECESARIO TENER METAS?

- Clarifica lo que quieres
- Te motiva a la acción
- Te ayuda a filtrar oportunidades
- Superar la resistencia
- Celebrar el éxito



Si no sabes hacia
qué puerto quieres ir
ningún viento te
será favorable.

DESARROLLAR LOGROS CON SOAR

- Técnica SOAR es una guía para desarrollar historias de logros que muestren sus habilidades.

Situación —————→ Describa la situación.

Obstáculos —————→ Describa los obstáculos con los que se ha enfrentado.

Acciones —————→ Haga una lista de las acciones realizadas.

Resultados —————→ Describa los resultados que ayudó a obtener y los beneficios.

CURRICULUM (Y OTRAS COSAS*)

* Estrategia de comunicación

tajamar.

FP + Professional Education

¿QUÉ BUSCAN LAS EMPRESAS?

IDÍGORAS Y PACHI



¿QUÉ PRETENDEMOS?

- Una buena estrategia de comunicación asegura que los puntos fuertes que apoyan su objetivo profesional forman parte de todas sus comunicaciones escritas y orales y están dirigidas a su mercado diana.
- Una herramienta de comunicación clave es su CV. Es necesario que apoye su objetivo profesional, destaque sus experiencias, conocimientos y habilidades relevantes.
- Otras herramientas: lista de referencias, un informe de posicionamiento, síntesis de sus logros y una estrategia para la entrevista.

HA FINALIZADO ESTA ETAPA CUANDO...

- Tiene un cv (una estrategia de comunicación) adecuado para su objetivo profesional y atractivo para los responsables de contratación de su mercado diana.

CREE SU ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

- ¿Mi CV es una pieza eficaz de marketing? ¿Es adecuado para mí como individuo y habla de mi valor?
- ¿Mi informe de posicionamiento y mi CV apoyan mi objetivo profesional? ¿Son adecuados para las organizaciones y sectores a los que pienso dirigirme?
- ¿Qué necesita saber un responsable de contratación sobre mí para tomar una decisión sobre mi incorporación? ¿Mis herramientas de comunicación transmiten este mensaje claramente?
- ¿Qué me diferenciará de otros candidatos? ¿Lo refleja mi estrategia de comunicación?
- ¿Qué me pueden preguntar en la entrevista? ¿Qué historias de logros contaré para demostrar mis habilidades y competencias?

ELEMENTOS DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

- Informe de posicionamiento
- Curriculum vitae
- Perfil en LinkedIn y otras redes profesionales
- Lista de referencias
- Historias y síntesis de logros.
- (Mensaje de salida)

DISEÑAR INFORME POSICIONAMIENTO

- Herramienta de comunicación fundamental.
- Es la respuesta a: "*Cuénteme algo sobre usted*".
- Oportunidad para posicionarse de forma breve y positiva.
- Se utilizará en:
 - Reuniones de networking
 - En mails
 - En llamadas telefónicas
 - En cartas de presentación
 - En el resumen del CV
 - En entrevistas

ELEMENTOS BÁSICOS DEL INFORME DE POSICIONAMIENTO

1. **Profesión:** Exponga su identidad profesional utilizando un verbo en presente, por ejemplo *“Soy un profesional de sistemas de información”*. Imagen personal vivaz, asociada a la profesión más que al puesto de trabajo.
2. **Experiencia:** Describa las competencias y habilidades que le cualifican para ese tipo de trabajo. Resumir los aspectos más relevantes de la etapa 2.
3. **Tipo de organizaciones:** Resuma los entornos u organizaciones en los que ha trabajado, como por ejemplo: *“una compañía del Ibex 35, una pequeña empresa de consultoría o una entidad sin ánimo de lucro.”* También puede mencionar otros tipos de actividades, por ejemplo, si da clases, tiene un rol de liderazgo en una asociación profesional o participa en el consejo de una empresa.
4. **Puntos fuertes que le distinguen:** Explique las características que le permiten destacar por encima del resto de colegas dentro de su campo, por ejemplo, una habilidad excepcional para resolver problemas, conocimientos técnicos únicos o especialidades.

EJEMPLO INFORME POSICIONAMIENTO

Soy especialista en sistemas de información enfocados a la aplicación de tecnología para apoyar las áreas de marketing, ventas, finanzas y operaciones. Mi campo de experiencia es amplio, ya que he trabajado con la empresa Telefónica así como en un pequeño proyecto empresarial. Actualmente estoy implementando un sistema de apoyo en una ONG. Mis puntos fuertes incluyen la administración de sistemas y el diseño de bases de datos relacionales

SU INFORME DE POSICIONAMIENTO

Soy un profesional (profesión/nivel) -----

Con experiencia en (funciones clave y habilidades)-----

Mis puntos fuertes son (cualidades profesionales únicas)-----

He trabajado en/para (tipos de organizaciones y sectores)-----

ELABORAR SU CURRÍCULUM

- Primera impresión que un futuro empleador tiene de usted
- Perspectiva general de lo que ha hecho en el pasado y es un indicativo de lo que puede hacer para ese empleador en el futuro.
- Por lo tanto, el principal objetivo es posicionar sus habilidades y competencias.
- Debe ver su currículum como un catálogo o folleto cuyo objetivo es posicionar y “vender” un producto: usted mismo.

OBJETIVO DE UN CURRÍCULUM

■ Su documento principal de marketing

- Su CV es una de las piezas clave en su estrategia de comunicación.
- Resaltar los beneficios que ha aportado a otros que han utilizado sus servicios. Haga hincapié en los resultados que ha logrado.

■ Una tarjeta de presentación

- Debe ser corto (no más de dos páginas) y fácil de leer.
- Imagen real de usted: directo, eficaz y profesional.

■ Una nota recordatoria

- Después de la entrevista, su impresión permanece y su CV apoya esta impresión.
- Que sea ordenado, organizado y consistente, a la vez que destaca sus logros y valor añadido.

■ Una manera de dirigir la entrevista

- La forma y el contenido de su CV le permiten dirigir la atención del entrevistador justamente a las áreas que más le interesan: sus logros y resultados.

PARTES ESENCIALES DEL CV (1)

■ Encabezamiento:

- Nombre, dirección, número(s) de teléfono y dirección de correo electrónico.

■ Objetivo profesional o resumen:

- Una síntesis que resuma su experiencia, áreas de conocimiento, habilidades técnicas o profesionales, rasgos o cualquier otra distinción.

■ Formación:

- Resuma su formación académica. Nombre y ubicación de la institución donde estudió. Puntuación media. Áreas de estudio principales y secundarias.

PARTES ESENCIALES DEL CV (2)

■ Experiencia profesional:

- Se deberían incluir el nombre de la empresa, la duración del empleo y los cargos desempeñados. Esta sección podría incluir trabajos de voluntariado, cooperaciones/prácticas y becas.

■ Responsabilidades (alcance del puesto):

- Información seleccionada procedente de la descripción de su puesto que podría ser interesante para posibles empleadores.

■ Declaración de logros:

- Esta síntesis muestra sus logros y aportaciones a una organización. Tenga presente cómo se mide el rendimiento en su profesión.

PARTES ESENCIALES DEL CV (3)

■ Formación complementaria:

- Dentro de este apartado podemos distinguir 3 subapartados:
 - Cursos y seminarios (indique la formación y los cursos adicionales que apoyan y son relevantes para su objetivo profesional.
 - Ofimática
 - Idiomas

■ Afiliaciones y otras actividades:

- Incluya si forma parte de asociaciones profesionales, consejos y actividades comunitarias que apoyen su objetivo profesional.

■ Otras categorías:

- Aquí podría incluir distinciones y actividades relevantes para su objetivo, proyectos y publicaciones en los que haya trabajado.

PAUTAS. GENERALES

- Su objetivo profesional indica el área funcional en el que quiere trabajar.
- Tenga en mente su mercado diana. Pregúntese: *¿Si yo fuera un empleador, entrevistaría a esta persona?*
- Incluir sitio web profesional o perfil en LinkedIn.
- Describa responsabilidades específicas y destaque los logros.
- Sustente todos los logros con resultados concretos. Intente cuantificar y cualificar sus logros siempre que sea posible.
- Utilice palabras activas.
- Revise la ortografía del producto final, la puntuación, la gramática y que no haya erratas.
- Comience con un primer esbozo.

PAUTAS. QUE NO HACER

- No incluya su historia salarial ni requisitos salariales.
- No incluya nada que plantee dudas acerca de sus habilidades y/o le descarte.
- No enumere referencias. Resérveselas para la entrevista.
- No deje espacios en blanco entre las fechas de empleo.
- No incluya información personal como el estado civil o el número de hijos.
- No exagere ni falsee sobre sí mismo.
- No incluya una fotografía suya.

PAUTAS. ESTILO

- Evite utilizar frases con "yo".
- Para trabajos actuales o más recientes utilice el presente. Todos los trabajos anteriores y todas las síntesis de logros deberían redactarse en pasado.
- Escriba en letras los números del uno al nueve. Y utilice numerales entre 10 y 999.999.
- Utilice un estilo directo y activo. Utilice frases cortas y párrafos de menos de seis líneas.
- Utilice palabras clave, que se ajusten al trabajo que está buscando.
- No utilice abreviaturas.
- Utilice mayúsculas, guiones, subrayado o puntos para destacar algunos elementos.

PAUTAS. FORMATO Y DISEÑO

- Su currículum debería tener una o dos páginas como máximo.
- Incluya su nombre, número de teléfono y el número de página en la segunda página.
- Si su currículum tiene dos páginas, asegúrese de que todos los puntos clave aparezcan en la primera.
- Compruebe que el currículum sea fácil de leer pero también de echar un vistazo. Debe resultar visualmente atractivo.
- No utilice papel de un tamaño infrecuente ni colores, estilos o fuentes demasiado extravagantes.
- No utilice calcomanías ni ilustraciones llamativas.
- Escoja un formato y sígalo.
- Incluya encabezamientos y frases iniciales que sustenten su mensaje principal.
- Dedique más espacio a trabajos y experiencias laborales recientes.
- Evite que la descripción de un trabajo o una frase quede dividida en dos páginas distintas.

PAUTAS. SITUACIONES ESPECIALES

Empleador único

- Destaque los años en cada puesto y elimine el número total de años en la empresa.

Muchos puestos de corta duración

- Enfatique sólo las fechas con cada empleador (no el puesto). Dará la impresión de tener un historial más estable.

Auto-empleo

- Si ha trabajado por cuenta propia, asignarse el cargo adecuado, por ejemplo, consultor o director de ventas y marketing.

Puestos no remunerados

- No es necesario incluir una aclaración sobre que fue un trabajo sin remunerar. Destaque las competencias, habilidades y destrezas.

EJEMPLOS DE CV

- ¿Porqué no son de informática?
 - Para ver la estructura/apartados que tienen y sobre todo para ver como están redactados (lo que contiene y como lo contiene cada apartado).
 - Los CV son de niveles muy técnicos (más bajos que los vuestros).
 - Para evitar que copiéis la información que viene en ellos.
 - Por vuestra experiencia previa.

COSAS QUE PONES EN TU CV Y QUE SOBRAN TOTALMENTE



<http://www.ticbeat.com/empresa-b2b/cosas-que-pones-en-tu-cv-y-que-sobran-totalmente/>

NUESTRAS PALABRAS CLAVE

- Diferenciación
- Aportar valor
- Personalización
Adaptación

