

UNIDAD DIDÁCTICA 1

LOS PROCESOS SELECTIVOS

**MÓDULO PROFESIONAL:
ITINERARIO PERSONAL PARA LA
EMPLEABILIDAD II**



CESUR
Tu Centro Oficial de FP

Índice

RESUMEN INTRODUCTORIO	3
INTRODUCCIÓN	3
CASO INTRODUCTORIO	4
1. ESTRATEGIAS DE BÚSQUEDA DE EMPLEO.....	5
1.1 Técnicas utilizadas en la búsqueda de empleo.....	5
1.1.1 Networking.....	6
1.1.2 Autocandidatura o candidatura espontánea	6
1.1.3 Páginas web de empleo, portales de empleo	7
1.1.4 Redes sociales	8
1.1.5 Empresa de Trabajo Temporal (ETT).....	9
1.1.6 Otras técnicas para la búsqueda de empleo.....	10
1.2 Fuentes y recursos. Webs y portales de empleo. RRSS profesionales	11
1.2.1 Fuentes y recursos de empleo	11
1.2.2 Webs y portales de empleo	12
1.2.3 RRSS profesionales.....	15
1.3 Uso de herramientas de IA en la búsqueda de empleo	16
2. OFERTAS DE EMPLEO.....	18
2.1 Identificación y selección de ofertas. Perfil profesional, requisitos y tareas del puesto	18
2.1.1 Identificación y selección de ofertas.....	19
2.1.2 Perfil profesional, requisitos y tareas del puesto	20
2.2 Oportunidades de empleo en Europa. Pasaporte Europass.....	22
2.2.1 EURES	23
2.2.2 Europass	23
3. LOS PROCESOS DE SELECCIÓN.....	25
3.1 Técnicas de reclutamiento y selección de personal	25
3.2 Procedimientos selectivos en el sector público y privado.....	27
3.2.1 Sector público.....	27
3.2.2 Sector privado	29
3.3 Estrategias para la superación de un proceso selectivo.....	31

3.4 La entrevista de trabajo. Fases y preparación. Simuladores digitales de entrevistas.....	32
3.4.1 Las fases de la entrevista de trabajo	32
3.4.2 Simuladores digitales de entrevistas	34
3.5 Herramientas de IA en el proceso de selección.....	35
4. EL CURRÍCULUM Y LA CARTA DE MOTIVACIÓN.....	37
4.1 El currículum vitae. Actualización y adaptación a la oferta	37
4.1.1 El Curriculum Vitae (CV)	38
4.1.2 Actualización y adaptación a la oferta	40
4.2 La carta de motivación.....	42
5. LA MARCA PERSONAL.....	44
5.1 Construcción de la marca personal (autoanálisis, valor diferencial, objetivos y estrategias de difusión).....	44
5.2 La red de contactos profesionales	48
5.3 La protección de datos personales y garantías de los derechos digitales.....	51
RESUMEN FINAL	56

RESUMEN INTRODUCTORIO

En esta unidad se explorarán diversas estrategias de búsqueda de empleo, abarcando técnicas, fuentes y recursos, como webs, portales de empleo y redes sociales profesionales. También se analizará el uso de herramientas de inteligencia artificial aplicadas a la búsqueda de empleo.

Se abordarán aspectos clave relacionados con las ofertas de empleo, como la identificación y selección de las mismas, el perfil profesional, los requisitos y las tareas del puesto, así como las oportunidades de empleo en Europa y el Pasaporte Europass.

A continuación, se estudiarán los procesos de selección, revisando técnicas de reclutamiento y selección, tanto en el ámbito público como privado. También se explorarán estrategias para superar los procesos selectivos, las fases y la preparación de una entrevista de trabajo, junto con el uso de simuladores digitales y herramientas de inteligencia artificial en estos procesos.

Finalmente, se tratarán los elementos esenciales del currículum vitae y la carta de motivación, así como la construcción de la marca personal, la red de contactos profesionales y la protección de los datos personales y derechos digitales.

INTRODUCCIÓN

Conocer y dominar los distintos aspectos relacionados con los procesos selectivos es fundamental para cualquier persona que busque desarrollarse profesionalmente en el mercado laboral actual. Las estrategias de búsqueda de empleo, que abarcan desde el uso eficaz de recursos online hasta la inteligencia artificial, permiten a los profesionales optimizar su tiempo y aumentar sus posibilidades de encontrar oportunidades laborales adecuadas a su perfil.

Aprender a identificar ofertas de empleo correctas, junto con el análisis del perfil profesional, los requisitos y las tareas del puesto, es importante para garantizar que el candidato se postule a los puestos más adecuados. Además, en un entorno globalizado, contar con herramientas como el Pasaporte Europass abre nuevas puertas en el ámbito europeo, ofreciendo movilidad y mejores oportunidades.

Por otro lado, los procesos de selección, cada vez más sofisticados y diversos entre el sector público y privado, exigen un conocimiento profundo de las técnicas de reclutamiento. La capacidad de superar entrevistas de trabajo mediante una preparación adecuada y la utilización de simuladores digitales son habilidades

imprescindibles para destacar entre la competencia. La incorporación de la inteligencia artificial en estos procesos está marcando una innovación importante, y su dominio será clave en los próximos años.

Finalmente, el currículum vitae, la carta de motivación y la marca personal son elementos esenciales para proyectar una imagen profesional coherente y atractiva en el sector. La correcta gestión de la red de contactos y el respeto a los derechos digitales en la protección de datos son componentes que todo profesional debe conocer para avanzar de forma segura y eficaz en su carrera.

CASO INTRODUCTORIO

Acabas de terminar los estudios y estás buscando tu primer empleo. Aunque tienes claras tus competencias y habilidades, no estás seguro de por dónde empezar. Sabes que hay muchas opciones disponibles, pero te sientes algo abrumado ante la cantidad de portales de empleo, redes sociales profesionales y otros recursos. Además, no tienes claro cuáles son las técnicas más efectivas para buscar empleo o cómo optimizar tu búsqueda. Quieres aprovechar al máximo las oportunidades que te ofrece el mercado, pero no sabes cómo priorizar los pasos a seguir ni qué fuentes son las más fiables para encontrar una oferta que realmente se ajuste a tu perfil profesional.

Al finalizar esta unidad, serás capaz de identificar las estrategias y técnicas más efectivas para buscar empleo, conocerás todos los recursos y fuentes donde buscar empleo, serás capaz de identificar las ofertas que se ajustan a tu perfil y conocerás las oportunidades de empleo en Europa. Además, serás capaz de identificar todas las fases de un proceso de selección y sabrás cómo crear un currículum y una carta de motivación, cómo afrontar una entrevista de trabajo y cómo desarrollar una marca personal para tener éxito en la búsqueda de empleo.

1. ESTRATEGIAS DE BÚSQUEDA DE EMPLEO

Comienzas una búsqueda activa de empleo recurriendo a todos los recursos y fuentes a tu alcance. Compartes tu deseo de encontrar trabajo con tu red de contactos, visitas los portales de empleo más importantes, empiezas a interactuar en redes sociales profesionales, e incluso haces uso de la Inteligencia Artificial para conocer empresas interesantes en tu localidad y en tu sector.

La búsqueda de empleo es un proceso que requiere planificación, organización y el uso adecuado de recursos. No se trata solo de enviar currículums a distintas empresas, sino de aplicar una estrategia que permita optimizar el tiempo y los esfuerzos. Las técnicas de búsqueda de empleo han evolucionado con los avances tecnológicos, y hoy en día, los candidatos cuentan con una amplia variedad de herramientas, como portales especializados, redes sociales profesionales e incluso inteligencia artificial.

Con la creciente digitalización y globalización del mercado laboral, es esencial conocer las fuentes de información más relevantes y estar al día con las tendencias del mercado. Aprovechar los recursos disponibles de manera efectiva, desde las plataformas de búsqueda de empleo hasta la construcción de una red profesional sólida, puede marcar la diferencia entre una búsqueda prolongada y una búsqueda exitosa. Además, el uso de nuevas tecnologías permite una personalización mayor en la presentación del perfil profesional y en la identificación de oportunidades laborales.

1.1 Técnicas utilizadas en la búsqueda de empleo

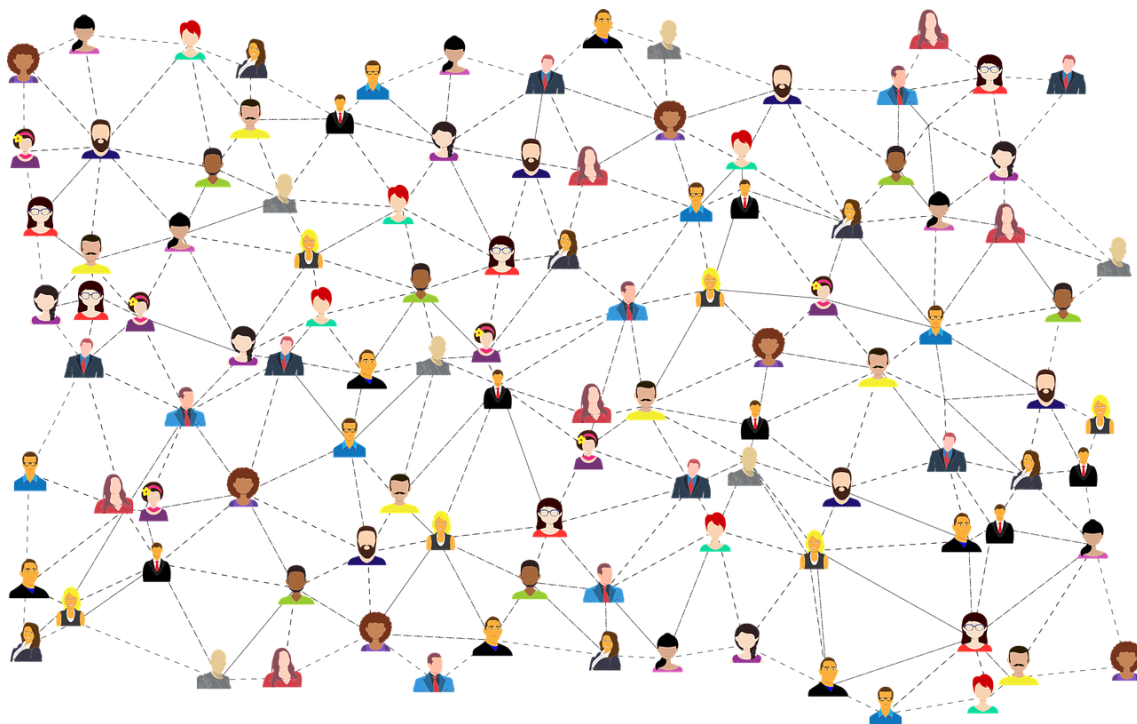
Es importante recordar que las técnicas de búsqueda de empleo no son buenas ni malas en sí mismas; son simplemente herramientas que utilizamos para alcanzar un objetivo. Sin embargo, para emplear cualquier herramienta, es esencial conocer su propósito. Por ejemplo, un destornillador no es ni bueno ni malo, solo es útil cuando se emplea adecuadamente para atornillar o desatornillar.

De manera similar, las técnicas de búsqueda de empleo son útiles para encontrar trabajo, pero antes de utilizarlas, es fundamental saber qué tipo de empleo se está buscando. La persona que busca trabajo debe tener claro su **objetivo profesional**. Una vez definido ese objetivo, se podrán seleccionar e implementar las técnicas que mejor se adapten a su situación.

La definición del objetivo profesional debe basarse tanto en las características personales del candidato como en los requisitos del puesto que desea. Dependiendo del empleo al que se aspire, algunas técnicas serán más eficaces que otras.

1.1.1 Networking

La Red de Contactos no se limita únicamente a un grupo de conocidos. Se refiere a aquellas personas de nuestro entorno que pueden proporcionar información sobre posibles vacantes o empresas que busquen perfiles similares al nuestro. La clave aquí es la información. Lo que se solicita a estas personas es que compartan datos relevantes de su entorno que puedan ser útiles, sin exigir que nos recomienden directamente, sino simplemente que nos mantengan informados.



Networking

Fuente: <https://pixabay.com/es/vectors/medios-de-comunicaci%C3%B3n-social-3846597/>

Esta red de contactos puede formarse de manera natural a través de vínculos familiares, sociales o laborales. Asimismo, puede expandirse mediante la participación en eventos como congresos, conferencias o charlas, donde se tiene la oportunidad de conocer a nuevas personas y ampliar la red de contactos.

1.1.2 Autocandidatura o candidatura espontánea

Otra técnica de empleo es enviar la candidatura a las empresas oportunas, a pesar de no saber si están buscando personal. En el ámbito de las pequeñas empresas, que son muy numerosas, es uno de los métodos más efectivos.

Actualmente, muchas personas han adoptado una forma de búsqueda de empleo cómoda, que podría llamarse "desde casa". Esto implica revisar varias webs de empleo

cada día y, al no encontrar ofertas adecuadas, frustrarse y dar por concluida la búsqueda ese día.

La búsqueda activa de empleo, en cambio, implica identificar empresas que nos resulten atractivas y contactarlas de forma directa. Para ello, es importante contar con una **carta de presentación** y un **currículum vitae** bien elaborados, destacando nuestro interés en trabajar en esa empresa en particular.



EJEMPLO PRÁCTICO

Guillermo está buscando su primer empleo después de terminar sus estudios, pero no sabe cómo empezar. Aunque ha realizado algunas prácticas, se siente inseguro sobre cómo encontrar las mejores oportunidades. No tiene claro cómo utilizar recursos como el networking o los portales de empleo para mejorar sus probabilidades de éxito.

Lo primero que Guillermo debe hacer es definir claramente su objetivo profesional y las habilidades que quiere destacar. A partir de ahí, puede aprovechar sus contactos para obtener información sobre vacantes y ampliar su red asistiendo a eventos o interactuando en redes sociales profesionales. También puede enviar candidaturas espontáneas a empresas que le interesen, crear perfiles en portales de empleo y utilizar herramientas como la inteligencia artificial para identificar oportunidades. Con planificación y el uso adecuado de estas técnicas, su búsqueda de empleo será más eficaz.

Un posible inconveniente al intentar entregar la candidatura en persona puede ser que se rechace por motivos de protección de datos. En estos casos, es recomendable enviarla por correo electrónico, habiendo consultado previamente por teléfono el nombre del destinatario adecuado para incluirlo en el asunto del mensaje.

Según el tipo de empleo que se busque, especialmente en sectores como el comercio o la hostelería, es cada vez más habitual que las empresas indiquen mediante carteles su necesidad de personal. Ir buscando estos establecimientos puede ser un método efectivo para quienes se encuentran en situación de desempleo en estos sectores, ya que el número de personas que accede a este tipo de ofertas suele ser reducido, lo que disminuye la competencia.

1.1.3 Páginas web de empleo, portales de empleo

Actualmente, esta es probablemente la técnica más utilizada por personas en búsqueda de empleo, debido a la facilidad de registro y consulta. En estos portales, los demandantes de empleo crean su perfil y tienen acceso a las ofertas que se publican.

Aunque esta técnica es ampliamente utilizada, también implica una gran **competencia**, lo que provoca que muchas personas no lleguen a ser convocadas a entrevistas.

Para mejorar las posibilidades de éxito, es importante, por un lado, adecuar el perfil a las exigencias de cada oferta y, por otro, mantenerlo actualizado, incluyendo todas las cualificaciones y experiencias laborales. Además, es recomendable usar **palabras clave** (keywords) relacionadas con el puesto. Estas palabras aumentan las probabilidades de que la candidatura pase el primer filtro y sea considerada para un análisis más detallado. En empresas que utilizan software de selección de personal, el uso de estas palabras clave resulta especialmente beneficioso.

1.1.4 Redes sociales

Actualmente, las redes sociales orientadas al empleo se han convertido en una de las herramientas más relevantes, con LinkedIn liderando el sector, superando ampliamente a otras plataformas como Viadeo o Xing. Aunque cada vez más empresas y profesionales recurren a estas redes para encontrar candidatos adecuados, esta tendencia se observa principalmente en ciertos tipos de profesiones, sobre todo aquellas que requieren perfiles especializados.



Redes sociales

Fuente: <https://pixabay.com/es/illustrations/icono-laboral-red-de-medios-sociales-7100795/>

La clave para aprovechar estas plataformas radica en contar con un perfil completo, actualizado y que demuestre actividad. La inactividad en el perfil puede ser percibida negativamente por los empleadores interesados, lo que podría perjudicar una posible candidatura.



VÍDEO DE INTERÉS

Comprueba cómo puedes destacar tu perfil en la búsqueda de empleo sobre el resto de candidatos:



1.1.5 Empresa de Trabajo Temporal (ETT)

Una ETT (Empresa de Trabajo Temporal) actúa como **intermediaria** en el mercado laboral, conectando a personas en búsqueda de empleo con empresas que requieren ciertos perfiles. La característica principal de una ETT es que el contrato de trabajo se firma entre la persona empleada y la ETT, aunque el trabajo se realiza en una empresa diferente, conocida como empresa usuaria.

Estos contratos, por su naturaleza, siempre son temporales, lo que puede dificultar la estabilidad laboral. Esta opción es especialmente interesante para jóvenes o personas con poca experiencia en el mercado de trabajo, y su funcionamiento es bastante simple: registrarse, consultar las ofertas disponibles y postularse. Algunas ETT también ofrecen sistemas de alertas que notifican al candidato cuando surge una oferta adecuada a su perfil.



ENLACE DE INTERÉS

Conoce cuáles son las Empresas de Trabajo Temporal más importantes de España:



1.1.6 Otras técnicas para la búsqueda de empleo

Aparte de las técnicas que se han explicado, existen otras técnicas igualmente útiles para encontrar empleo:

- **Formación y mejora continua.** Mantenerse actualizado con las tendencias del sector y mejorar constantemente las competencias profesionales favorece la empleabilidad de manera indirecta. Completar cursos, asistir a talleres o participar en webinars relacionados con la industria no solo mejora las habilidades del candidato, sino que también le puede conectar con nuevas oportunidades laborales.
- **Inscripción en el Servicio de Empleo de la Comunidad Autónoma.** Es fundamental estar registrado y renovar periódicamente la demanda de empleo para mantenerse activo en el sistema.
- **Preparación para oposiciones.** Es un proceso de selección para ocupar un puesto en el ámbito público, que consta de una o varias pruebas en las que los candidatos demuestran su competencia ante un tribunal. Estos puestos se ofertan mediante convocatorias realizadas por las Administraciones Públicas.
- **Inscripción en bolsas de trabajo de instituciones públicas.** Muchos organismos públicos convocan bolsas de empleo para cubrir sus necesidades temporales. Haber trabajado previamente en el sector público puede ser una ventaja si se planea hacer oposiciones en el futuro.
- **Preparación de herramientas de búsqueda.** Mantener el currículum, la carta de motivación y los perfiles en línea actualizados y adaptados a cada oferta. Personalizar estos documentos para cada empresa aumenta las probabilidades de captar la atención de los reclutadores.
- **Oficinas de empleo.** Registrarse como demandante de empleo permite acceder a ofertas de trabajo, cursos, prestaciones, servicios de orientación laboral, entre otros. Algunas entidades también requieren este registro para ofrecer descuentos o participar en ciertas actividades.
- **Trabajo en el extranjero.** La Red Eures y el Europass facilitan la movilidad laboral dentro de la Unión Europea. A través de su portal, se pueden consultar ofertas de empleo en otros países miembros y publicar el currículum para aumentar la visibilidad.

- **Autoempleo o empleo por cuenta propia.** Esta opción implica que la persona cree su propia actividad laboral, gestionando su trabajo de forma independiente y generando sus propios ingresos. En algunos casos, puede incluso llegar a contratar a otras personas y convertirse en empresario.



¿SABÍAS QUE...?

Según un estudio de la división Lee Harrison de Adecco, aproximadamente el 75% de las ofertas de empleo no se publican. Esto implica que limitarse a buscar empleo únicamente desde casa y por medios convencionales supone dejar de acceder a una gran parte de las oportunidades laborales, las cuales, además, suelen tener menor competencia.

1.2 Fuentes y recursos. Webs y portales de empleo. RRSS profesionales

En la búsqueda de empleo actual, es fundamental conocer diversas fuentes y recursos que faciliten el acceso a oportunidades laborales. Este apartado abordará webs y portales de empleo, así como redes sociales profesionales, que son herramientas esenciales para conectarse con empleadores y maximizar las posibilidades de encontrar un puesto adecuado.

1.2.1 Fuentes y recursos de empleo

Las fuentes de contratación son las entidades de trabajo que las empresas utilizan para llevar a cabo sus procesos de selección de personal. Estas agencias son donde los responsables de Recursos Humanos buscan candidatos para entrevistar y, potencialmente, contratar. Se pueden clasificar en dos grupos principales: internas y externas.

Entre las **fuentes internas** que utilizan las empresas, se encuentran los siguientes recursos:

1. En primer lugar, las **bases de datos de empleados**. Es común en las grandes empresas, donde la transferencia de empleados entre departamentos es habitual. Una ventaja es que ya se conoce el rendimiento y comportamiento de los empleados. Sin embargo, es importante considerar que utilizar estos candidatos generará una nueva vacante en la empresa.

2. En segundo lugar, las **bases de datos de antiguos candidatos**. Aquí, el Departamento de Recursos Humanos tiene la ventaja de conocer previamente a los candidatos, lo que facilita la identificación del que mejor se ajuste a la vacante.
3. En tercer lugar, los **becarios**, que son un método frecuente para cubrir vacantes. Aunque pueden carecer de experiencia, han recibido formación durante su tiempo en la empresa, lo que les ayudará en sus funciones.
4. Por otra parte, los **programas de recomendación** son iniciativas que implican solicitar a los empleados actuales que recomienden candidatos para puestos vacantes. Esta fuente puede ser muy efectiva, ya que los empleados suelen conocer a profesionales de su red que podrían encajar en la empresa. Además, contar con personas del entorno laboral de la empresa facilita la integración de nuevos empleados, lo que reduce su periodo de adaptación y mejora los resultados.
5. Finalmente, la **recontratación**, que se da en ocasiones, cuando se finaliza la relación laboral de forma voluntaria o por otros motivos. Si surgen nuevas vacantes y la colaboración fue satisfactoria, se puede considerar la posibilidad de volver a contratar a esos trabajadores, ya sea en el mismo puesto o en otro adecuado.

Las **fuentes externas**, por otro lado, se refieren a aquellas que aportan candidatos a través de ofertas públicas de trabajo, ya sea mediante webs y portales de empleo o a través de redes sociales profesionales.

1.2.2 Webs y portales de empleo

Los **portales de empleo** son plataformas en línea que agrupan la oferta y demanda laboral disponible en el mercado. Estos sitios son esenciales para llevar a cabo una búsqueda efectiva de trabajo, ya que ofrecen una amplia gama de ofertas de distintas empresas.

Dentro de los portales de empleo, se pueden identificar varios tipos:

- **Metabuscadore**s: estos rastrean ofertas de otros portales de empleo. Aunque las empresas no publican sus ofertas directamente en estos sitios, su uso permite acceder a una gran cantidad de oportunidades. Al inscribirse, serás redirigido al portal original.

- **Portales de empleo generales:** son aquellos donde las empresas publican sus ofertas directamente, sin un enfoque específico en ningún sector o tipo de candidato.
- **Portales de empleo especializados:** estos se centran en ofertas de un sector o público específico, como plataformas dirigidas a jóvenes talentos o al sector tecnológico.

A continuación, se presentan algunos de los portales más destacados:

En primer lugar, **LinkedIn**, uno de las más importantes. No es un portal de empleo estrictamente, sino una red social, pero permite la búsqueda de empleo. Esta red social se creó para conectar a profesionales y cuenta con casi 800 millones de miembros en más de 200 países. Permite buscar empleo, localizar reclutadores y seguir empresas, además de facilitar la creación de nuevos contactos profesionales.



LinkedIn

Fuente: <https://pixabay.com/es/illustrations/linkedin-en-red-profesi%C3%B3n-911794/>

En segundo lugar, **InfoJobs**, que es el portal de empleo más reconocido en España, donde las empresas publican directamente sus ofertas. Ofrece la posibilidad de buscar empleo tanto a nivel nacional como en otros países, y cuenta con útiles filtros de búsqueda.

Le sigue en importancia **Monster** que, aunque no ha superado a InfoJobs, tiene una extensa base de datos y una amplia gama de productos para anunciantes, siendo uno de los portales de empleo más grandes a nivel internacional.

Otro portal destacado es **Domestika**, que combina la educación con la oferta de empleo, convirtiéndose en un recurso valioso para ambas áreas y se considera una de las pocas empresas “unicornio” españolas.

Otro que se ha consolidado como un portal de referencia en España es **Infoempleo**, que, con más de seis millones de usuarios, ha permitido a las empresas buscar talento y a los candidatos encontrar empleo, además de consultar el estado de sus candidaturas.



ENLACE DE INTERÉS

Aquí puedes acceder a una guía útil de cómo hacer uso de los portales de empleo y cómo hacer búsquedas avanzadas:



También es relevante **Indeed**, el portal de empleo más grande del mundo, ya que agrupa ofertas de otros sitios, asociaciones y periódicos, lo que le permite tener la mayor cantidad de ofertas disponibles.

Otro portal extendido es **Google Jobs**, que permite la publicación gratuita de ofertas de trabajo y ofrece herramientas avanzadas para encontrar talento. Es útil para quienes inician su búsqueda de empleo, destacando su función de búsqueda por geolocalización.

Por último, está el incipiente portal **Job Today**, que facilita la conexión entre candidatos y oportunidades en sectores clave como la hostelería y el comercio minorista. Su enfoque móvil y la eliminación de currículums tradicionales hacen que sea accesible para jóvenes buscando empleo temporal o permanente. En sus primeros meses, logró captar a 20,000 empleadores y recibió dos millones de solicitudes, ayudando a 10,000 personas a encontrar trabajo.



EJEMPLO PRÁCTICO

Cristina ha estado buscando trabajo durante varias semanas y siente que no está encontrando suficientes oportunidades. Aunque ha enviado varios currículums, se da cuenta de que no está utilizando todas las herramientas disponibles y no sabe cómo sacar el máximo provecho de los portales de empleo o redes sociales profesionales.

Para optimizar su búsqueda, Cristina comienza a usar diversos portales de empleo especializados y generales, como LinkedIn e InfoJobs, donde puede encontrar ofertas adaptadas a su perfil. También empieza a interactuar más activamente en redes sociales profesionales, siguiendo empresas y conectando con reclutadores. De esta manera, su visibilidad aumenta y tiene acceso a una mayor cantidad de oportunidades.

1.2.3 RRSS profesionales

Las redes sociales profesionales son plataformas en línea donde los usuarios, a través de sus perfiles públicos, crean redes de contactos con otros individuos que comparten intereses profesionales, permitiendo la interacción en tiempo real. Además, ofrecen la oportunidad de generar contenido y compartir conocimientos, opiniones e información. Actualmente, la más importante, tanto por su número de usuarios como por su impacto, es LinkedIn.

Según el estudio de IAB 2022, en España, el 85% de los internautas de entre 12 y 70 años utiliza redes sociales, lo que equivale a cerca de 28 millones de personas. LinkedIn se destaca como la novena red social en este ranking, siendo la única que se centra exclusivamente en el ámbito profesional.

Al igual que las redes sociales orientadas al entretenimiento, las plataformas profesionales ofrecen varias ventajas a sus usuarios. Una de las más significativas es la visibilidad. Estas redes permiten que los profesionales se hagan visibles ante otros en su sector, contribuyendo a la construcción de su marca personal. La **visibilidad** implica que el público objetivo pueda encontrarte y conocerte, aunque esto no debe confundirse con la identidad digital. Estas plataformas facilitan la exposición de conocimientos y habilidades, no solo listando estudios y aptitudes en el perfil, sino también demostrando el nivel de conocimiento a través del contenido compartido y las contribuciones realizadas.

Otra ventaja es la **red de contactos profesionales**. Al igual que otras redes, las plataformas profesionales permiten crear conexiones basadas en intereses comunes. Es importante seleccionar cuidadosamente a los contactos, buscando profesionales que realmente aporten valor a la red.

Además, estas plataformas fomentan el **intercambio de conocimiento**. A menudo, se comete el error de utilizarlas solo para autopromoción, cuando lo más beneficioso es compartir experiencias, resolver dudas y ayudar a otros. Esta colaboración genera apoyo recíproco cuando sea necesario.

Las redes profesionales también ayudan a **conocer las novedades del sector**. Son una herramienta útil para mantenerse informado sobre tendencias, eventos, noticias y cambios relevantes en las empresas o entre los profesionales del mismo ámbito.

Por último, estas redes ofrecen **oportunidades profesionales**. Aunque no son estrictamente portales de empleo, permiten a las empresas publicar ofertas de trabajo y a los usuarios postularse. Además, suelen enviar notificaciones por correo electrónico

con ofertas que se ajustan a los perfiles de los usuarios, ampliando las posibilidades de encontrar empleo.



PARA SABER MÁS

Siempre se habla de LinkedIn como la red profesional más importante y, aunque sin duda es la más extensa y completa, existen más redes sociales profesionales no tan conocidas. Descúbrelas aquí:



1.3 Uso de herramientas de IA en la búsqueda de empleo

La Inteligencia Artificial está penetrando en todos los sectores, y el mercado laboral no es una excepción. A continuación, se presentan algunas aplicaciones de la IA en la búsqueda de empleo:

En primer lugar, la IA ayuda a **localizar, optimizar y gestionar oportunidades laborales**. Numerosas plataformas de búsqueda de empleo utilizan IA para simplificar la identificación de oportunidades y garantizar que se empleen las palabras y frases clave más efectivas.



La Inteligencia Artificial en la búsqueda de empleo

Fuente: <https://pixabay.com/es/illustrations/ai-generado-robot-androide-8015423/>

Existen herramientas como Talentpair, que analizan el currículum y proponen ofertas laborales pertinentes, mientras que otras, como Jobscan, ayudan a optimizar el currículum con el fin de evitar la exclusión por parte de los sistemas de seguimiento de solicitudes que utilizan muchas empresas para seleccionar a los candidatos que serán

convocados a entrevistas. Vmock es otra aplicación que emplea algoritmos para comparar el currículum con los más destacados, proporcionando retroalimentación para mejorar el contenido y el formato. Esta aplicación está disponible en dispositivos Apple y Android.



CITA

“La inteligencia artificial no es un reemplazo para los humanos; es un complemento. Debemos ver la IA como una herramienta que nos puede ayudar a realizar tareas mejor y más rápidamente”. Ginni Rometty.

Además, la IA puede asistir en la **elaboración de CV y cartas de presentación**. Existen herramientas que pueden realizar la tarea de redactar el currículum y la carta de presentación. Sin embargo, es importante no enviar directamente lo que se genere automáticamente; incluso las producciones de IA requieren una revisión cuidadosa para evitar errores. Kickresume se presenta como una de las herramientas más potentes para crear CV y cartas de presentación, ofreciendo diversas plantillas y sin requerir habilidades gráficas.

La IA también es una ayuda al **proporcionar información sobre empresas**. Herramientas como ChatGPT y otras plataformas de IA generativa han cambiado la forma de prepararse para una solicitud de empleo, siendo fundamental realizar una buena investigación sobre la empresa. Al ingresar preguntas sobre su historia, prioridades de marketing, cotización de acciones y noticias recientes, se puede obtener una variedad de información en cuestión de segundos.

Otra aplicación útil de la IA es que puede facilitar **la práctica de entrevistas y la negociación salarial**. El uso de herramientas como ChatGPT pueden ayudar a anticipar posibles preguntas que se presenten en una entrevista. Aunque las entrevistas son llevadas a cabo por personas y no es posible prever una correspondencia exacta, estas herramientas pueden ser útiles en la preparación. Además, al igual que pueden ayudar a redactar frases para currículos o cartas, también pueden ofrecer contenido relevante para responder preguntas durante la entrevista.



EJEMPLO PRÁCTICO

Sebastián está buscando empleo. Ha enviado varios currículums, pero no ha recibido respuesta. Se siente frustrado porque no sabe si está presentando correctamente su perfil y no está seguro de cómo prepararse para las entrevistas. Además, no sabe mucho sobre las empresas a las que aplica y teme que esto le afecte en las entrevistas.

Sebastián decide utilizar herramientas de IA para mejorar su proceso de búsqueda. Usando la IA, optimiza su currículum para pasar los filtros de las empresas. Además, emplea ChatGPT para practicar posibles preguntas de entrevistas y obtener información sobre las compañías. Con estos recursos, Sebastián aumenta sus probabilidades de ser llamado a entrevistas y estar mejor preparado para ellas.

2. OFERTAS DE EMPLEO

Tras realizar una búsqueda exhaustiva en diferentes portales de empleo, te encuentras con una oferta laboral que encaja con tu perfil profesional. La empresa es una multinacional con presencia en varios países europeos, y el puesto requiere una combinación de habilidades técnicas y sociales que has desarrollado durante tu formación, por lo que crees que puede ser una buena oportunidad.

Las ofertas de empleo son la puerta de entrada al mercado laboral, pero identificar y seleccionar las más adecuadas para nuestro perfil es clave para maximizar las oportunidades de éxito. Conocer las características del puesto, los requisitos y las tareas asociadas permite al candidato evaluar si encaja en la oferta y si puede cumplir con las expectativas del empleador. Además, en un mundo cada vez más globalizado, las oportunidades laborales en Europa ofrecen nuevas posibilidades, apoyadas por herramientas como el Pasaporte Europass, que facilitan la movilidad y la presentación del perfil profesional en distintos países.

2.1 Identificación y selección de ofertas. Perfil profesional, requisitos y tareas del puesto

A la hora de buscar empleo, es importante saber identificar las ofertas oportunas que se ajusten mejor al perfil del candidato o a sus objetivos profesionales. Las ofertas de empleo contienen siempre una serie de elementos que deben conocerse para saber cómo alcanzar el éxito en el proceso de selección.

2.1.1 Identificación y selección de ofertas

La identificación y selección de ofertas de empleo es un proceso clave para maximizar las oportunidades de éxito en la búsqueda laboral. Este proceso debe estar enfocado en encontrar las ofertas que mejor se ajusten a tus competencias, experiencia y metas profesionales. Para lograrlo, es necesario seguir una serie de pasos estructurados que faciliten la toma de decisiones:

- **Identificación de ofertas de empleo.** El primer paso consiste en realizar una autoevaluación del perfil profesional. Esto implica revisar la trayectoria laboral, analizar las habilidades adquiridas y definir los tipos de empleo que se adapten a la formación, experiencia y talento:
 - **Lista de experiencias laborales.** Se sugiere reflexionar sobre los trabajos anteriores y las habilidades desarrolladas en cada uno. Esta lista puede ayudar a identificar patrones y áreas de experiencia destacada.
 - **Identificación de profesiones compatibles.** Con base en la experiencia y habilidades, se debe determinar qué tipos de empleos se alinean mejor con el perfil. Esto permitirá definir con mayor precisión el objetivo laboral, ya sea en el mismo sector o en nuevas áreas de interés.
 - **Buscar empresas que ofrezcan oportunidades laborales afines.** Se recomienda informar a familiares, amigos y conocidos sobre la búsqueda de empleo, visitar Oficinas de Empleo, explorar portales de empleo en línea, páginas web de empresas y medios como redes sociales o plataformas especializadas.

Estos recursos permiten acceder a una amplia gama de oportunidades laborales y encontrar empresas que se ajusten al perfil profesional.

- **Selección de ofertas de empleo.** Una vez identificadas las ofertas de interés, es fundamental seleccionar aquellas que mejor se alineen con las competencias y expectativas. Para ello, se deben evaluar:
 - **Compatibilidad del perfil.** Es importante asegurarse de cumplir con los requisitos esenciales de la oferta, como formación, experiencia y habilidades técnicas o blandas. Si no se cumplen todos los requisitos, se puede considerar si es posible compensarlo con otras habilidades.

- **Condiciones laborales.** Se deben evaluar factores como el tipo de contrato, salario, beneficios y horario para asegurarse de que la oferta se ajuste a las necesidades y expectativas.
- **Descripción de tareas y responsabilidades.** Se recomienda leer atentamente las tareas del puesto y asegurarse de sentirse cómodo y capacitado para cumplir con las expectativas del empleador.

Este proceso estructurado permitirá identificar eficazmente las ofertas más adecuadas, optimizando las probabilidades de éxito en la búsqueda de empleo.



ENLACE DE INTERÉS

Descubre cuáles son las claves para detectar las ofertas de empleo falsas y evitar que seamos estafados:



2.1.2 Perfil profesional, requisitos y tareas del puesto

Los **perfiles profesionales** son descripciones detalladas de las características, tareas y responsabilidades asociadas a un puesto en una organización, así como las competencias y conocimientos requeridos para la persona que lo ocupe. El objetivo principal de un perfil profesional es ofrecer una visión general de la función del puesto dentro de la organización y las competencias necesarias para desempeñarlo.

Un perfil profesional cuenta con los siguientes elementos:

1. **Descripción general del puesto.** En esta sección se presenta un resumen breve y claro del puesto, así como su justificación dentro de la organización. Esta descripción debe permitir a los lectores, ya sean reclutadores, candidatos u otros colaboradores, obtener una idea rápida del rol del puesto. Algunos aspectos importantes que incluir son:

- Objetivo del puesto.
- Departamento al que pertenece.
- Puesto al que reporta y puestos que le reportan.
- Clientes internos.
- Clientes externos.
- Entidades externas con las que se relaciona (gobierno, proveedores, accionistas, entre otros).

2. Perfil del candidato. Después de definir el objetivo del puesto, es necesario identificar las características que debe tener la persona que lo ocupe. Para ello, se deben considerar:

- Estudios.
- Conocimientos técnicos.
- Experiencia laboral.
- Otros requerimientos (certificados, cursos, idiomas, entre otros).

Es importante evitar simplificaciones excesivas en estos requisitos, así como ser demasiado detallista, ya que muchas habilidades pueden adquirirse en el trabajo, y algunos requisitos pueden no ser críticos para el éxito en el puesto.

3. Competencias personales y profesionales. Una vez determinados los conocimientos técnicos y la experiencia necesarios, se deben definir las competencias que permitirán al colaborador aplicar esos conocimientos en su puesto y trabajar con su equipo. Esto ayudará a seleccionar pruebas adecuadas para evaluar a los candidatos y a desarrollar mejores planes de formación para los seleccionados. Ejemplos de competencias incluyen:

- Comunicación.
- Habilidad de delegación.
- Enfoque en resultados.
- Empatía.
- Actitud de servicio.



Perfil profesional

Fuente: <https://pixabay.com/es/illustrations/personas-profesiones-iconos-trabajo-6990495/>

- 4. Indicadores de desempeño del puesto.** Conociendo el objetivo del puesto, quién debe ocuparlo y las cualidades necesarias, se procede a definir cómo se medirá si el colaborador está cumpliendo con las expectativas. Esto implica alinear los objetivos del puesto con los de la empresa y enumerar los resultados clave cuantificables que se utilizarán para evaluar el desempeño.

Por ejemplo, en un puesto de ventas, los indicadores podrían incluir la cantidad de citas, clientes cerrados, valor de ventas y retención de clientes. En un puesto de Recursos Humanos, se podría medir la rotación, la satisfacción laboral y los tiempos de contratación. El objetivo es tener claridad sobre cómo se evaluará el desempeño del colaborador en el puesto.

2.2 Oportunidades de empleo en Europa. Pasaporte Europass

Como ciudadano de un Estado miembro de la Unión Europea, se tiene derecho a trabajar en cualquiera de sus países, ya sea por cuenta ajena o propia, así como a buscar empleo o solicitar cualquier puesto anunciado en cualquier lugar de la UE, salvo en ciertos casos de la administración pública. Además, se puede residir en cualquier parte de la Unión Europea al llegar a la jubilación.



Europass

Fuente: <https://pixabay.com/es/vectors/europa-mapa-skandinavia-305055/>

Asimismo, se tiene derecho a recibir un trato igual al de cualquier ciudadano del país de residencia. Algunos de los derechos adquiridos como trabajador de la UE pueden extenderse al cónyuge y a los familiares.

2.2.1 EURES

EURES es una red de cooperación destinada al empleo y a la libre circulación de trabajadores, uno de los principios fundamentales de la Unión Europea, tal como se indica en los artículos del Tratado que establece la Comunidad Europea. Para facilitar este objetivo, la Unión Europea ha desarrollado el Europass, un conjunto de documentos que permite a los ciudadanos europeos presentar sus habilidades y cualificaciones en el mercado laboral de cualquier país de la UE.

La red está compuesta por miembros de EURES, que incluyen servicios públicos de empleo y la Comisión Europea, así como asociaciones transfronterizas y otros socios EURES, como sindicatos, organizaciones empresariales, universidades, agencias de colocación y otras instituciones locales y regionales, todos ellos comprometidos con temas relacionados con el empleo.

El objetivo de esta red es proporcionar servicios a los trabajadores, a las empresas y a cualquier persona que desee beneficiarse del principio de libre circulación, ofreciendo información y asesoramiento sobre ofertas y demandas de empleo, la situación y evolución del mercado laboral, y las condiciones de vida y trabajo en cada país.



VÍDEO DE INTERÉS

El Gobierno de España pone la Red EURES al servicio de los ciudadanos para ayudarles a buscar empleo o buscar candidatos en Europa. Atiende a esta explicación sobre qué es la Red EURES en España y cómo funciona:



2.2.2 Europass

Europass es un conjunto gratuito de herramientas online que permite gestionar las competencias y planificar el aprendizaje y la carrera profesional en Europa. Este sistema incluye cinco documentos, de los cuales dos son de acceso libre a través de la página web de Cedefop.

El primero es el **Curriculum Vitae Europeo**, un documento con un formato estandarizado que consta de siete secciones. Permite incluir información como el puesto solicitado, datos personales, experiencia profesional, educación y formación, habilidades personales y otros detalles adicionales, como publicaciones, proyectos, premios y referencias. También se pueden adjuntar anexos.

El segundo documento es el **Pasaporte de Lenguas**, una herramienta que facilita la autoevaluación de las habilidades y cualificaciones lingüísticas. Es útil para registrar el aprendizaje de idiomas, como cuando se aprende portugués durante un intercambio en Lisboa.



ENLACE DE INTERÉS

Obtén más información sobre Europass y todo lo que ofrece para buscar oportunidades de empleo en toda Europa:



Los tres documentos restantes deben ser solicitados a las autoridades competentes en educación y formación. El primero de estos es el **Movilidad Europass**, que está destinado a quienes han realizado prácticas, voluntariados o estudios en el extranjero y desean formalizar las habilidades adquiridas. Este documento puede ser solicitado a la organización que facilitó la movilidad.

El siguiente es el **Suplemento al Título/Certificado**, diseñado para aquellos que tienen un diploma de Formación Profesional (como el bachillerato o ciclos formativos). Este suplemento ayuda a las empresas extranjeras a entender las habilidades adquiridas, lo que puede ser un gran apoyo en la búsqueda de empleo fuera del país.

Por último, está el **Suplemento al Título Superior**, un documento que describe los conocimientos y habilidades de quienes han obtenido títulos de educación superior, como diplomaturas, grados o másteres. Para obtenerlo, es necesario contactar con la institución de educación superior que emitió el título original.



EJEMPLO PRÁCTICO

Lucía ha terminado sus estudios y desea trabajar en otro país de la Unión Europea, pero no sabe cómo presentar su experiencia y habilidades para que sean reconocidas internacionalmente. Además, no está segura de qué oportunidades de empleo hay disponibles para ella en Europa.

Lucía utiliza el portal EURES para buscar oportunidades de empleo en diferentes países de la UE, accediendo a información sobre las condiciones laborales y ofertas disponibles. Para presentar sus cualificaciones de manera clara y reconocida en cualquier país de la Unión, Lucía crea su Curriculum Vitae Europeo y un Pasaporte de Lenguas a través de Europass. Estos documentos estandarizados le permiten mostrar sus habilidades y experiencia de manera comprensible y valorada por empleadores europeos, facilitando su búsqueda de empleo en el extranjero.

3. LOS PROCESOS DE SELECCIÓN

Tras una exhaustiva preparación, llega el día de la entrevista con la multinacional, pero desde el principio las cosas no salen como esperabas. En las preguntas técnicas, aunque respondes, sientes que te falta confianza y titubeas en algunas explicaciones clave. Luego, las preguntas en inglés te resultan más complicadas de lo previsto y te cuesta encontrar las palabras adecuadas para expresarte con claridad. Días después, recibes un correo informándote que han elegido a otro candidato con más fluidez en inglés y mayor experiencia en herramientas específicas. Sintiendo frustración, te planteas opositar para una oferta de empleo público que has conocido por una red social.

Los procesos de selección permiten a las empresas evaluar las **habilidades, competencias y adecuación** de los candidatos a los puestos ofertados. Comprender las técnicas y procedimientos utilizados tanto en el sector público como privado es esencial para tener éxito en un proceso de selección. Además, conocer las estrategias adecuadas para superar estas fases, proporciona una ventaja competitiva. En la actualidad, el uso de simuladores digitales y herramientas de inteligencia artificial también está transformando la forma en que se realizan los procesos de selección, introduciendo innovaciones que permiten una evaluación más eficiente y precisa de los candidatos.

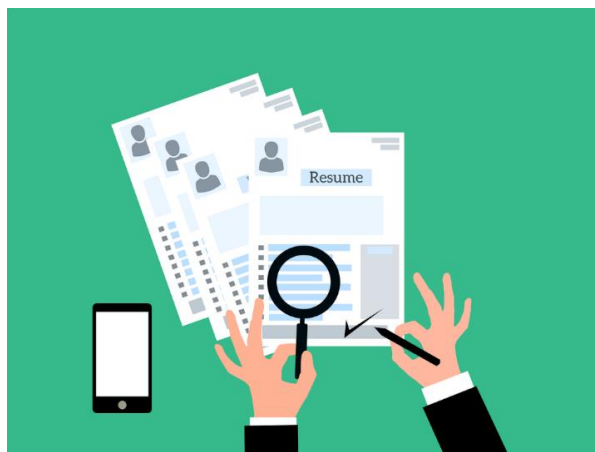
3.1 Técnicas de reclutamiento y selección de personal

Las técnicas de reclutamiento y selección de personal son esenciales para que las organizaciones encuentren a los candidatos más adecuados para ocupar sus vacantes.

Estas técnicas permiten atraer, identificar y evaluar el talento de manera eficiente. Se emplean diferentes enfoques y métodos según las necesidades de la empresa y el tipo de perfil buscado. Entre las principales técnicas se incluyen:

1. Análisis del Curriculum Vitae (CV).

Actualmente, las empresas reciben una cantidad ingente de CVs que, debido a la falta de tiempo, no siempre se revisan. Además, en los años recientes, el valor del CV ha disminuido debido a la alta cantidad de titulados y graduados en el mercado laboral. Sin embargo, el CV sigue siendo relevante y se sigue haciendo uso de él en todos los procesos, ya que proporciona información sobre el aspirante. Es fundamental saber cómo interpretar el formato, el tono y el lenguaje del CV, así como los elementos que el candidato ha considerado importantes incluir.



Análisis del Curriculum Vitae (CV)

Fuente: <https://pixabay.com/es/vectors/curriculum-vitae-entrevista-trabajo-7244898/>

2. Entrevista personal.

Esta es la técnica de reclutamiento más común, ya que permite obtener muchas conclusiones a partir de un primer encuentro. Aunque no se recomienda basarse únicamente en las primeras impresiones, en un proceso de selección el tiempo es limitado. Durante la entrevista, se pueden identificar diversos rasgos del candidato. La comunicación no verbal es especialmente significativa y debe ser observada con atención, ya que puede proporcionar información valiosa sobre el candidato.

3. Formularios predefinidos.

Esta técnica es útil para posiciones específicas que requieren conocimientos concretos. En estos casos, el enfoque no está en actitudes o carisma, sino en cumplir con requisitos específicos. Utilizar formularios predefinidos que planteen preguntas directas sobre habilidades y conocimientos puede optimizar el proceso. La videoentrevista puede

considerarse parte de esta técnica, ya que también busca agilizar el proceso de selección.

4. Dinámica de grupo.

Observar el comportamiento de las personas en un entorno grupal es muy revelador. En un equipo, cada individuo desempeña un papel que contribuye al logro de los objetivos comunes. Las dinámicas de grupo son utilizadas por muchas organizaciones para evaluar cómo los candidatos interactúan en equipo, determinando si actúan de manera individual o priorizan el bien del grupo.

5. Inteligencia artificial.

La inteligencia artificial se ha integrado en diversos aspectos de la vida cotidiana y en recursos humanos, facilitando la gestión de datos y la automatización de tareas. Un ejemplo de su aplicación en el reclutamiento es el uso de chatbots, que permiten realizar una primera entrevista a través de una conversación automatizada. Esta técnica ha sido adoptada por muchos reclutadores para agilizar el proceso de selección.

3.2 Procedimientos selectivos en el sector público y privado

Los procedimientos de selección en el sector público y privado presentan diferencias significativas en cuanto a la estructura, normativas y objetivos. Mientras que en el sector privado las empresas suelen tener mayor flexibilidad en sus métodos de contratación, en el sector público los procesos están regulados por leyes y normas estrictas que garantizan la igualdad de oportunidades, transparencia y mérito en el acceso a los puestos.

3.2.1 Sector público

En el sector público existen 3 tipos de acceso al empleo: oposición, concurso-oposición y concurso por méritos. El tipo de proceso selectivo para acceder a un puesto puede variar según si se trata de un funcionario de carrera o de personal laboral. Para los funcionarios de carrera, se utilizan únicamente los sistemas de oposición o concurso-oposición, mientras que para el personal laboral se puede optar por cualquiera de los tres sistemas disponibles.

1. Acceso por oposición.

La oposición implica la realización de diversas pruebas que evalúan los conocimientos y habilidades de los aspirantes, otorgando una puntuación que establece un orden para

el acceso a los puestos ofertados. Este proceso selectivo garantiza la igualdad de oportunidades en el empleo público, ya que todos los interesados tienen las mismas posibilidades de superar las pruebas y ocupar el puesto.

Los tipos de pruebas más comunes en las oposiciones son los exámenes tipo test, el desarrollo de temas, los casos prácticos, las pruebas de idiomas, la presentación de proyectos, las entrevistas personales, las pruebas físicas, la prueba de informática, los psicotécnicos y el reconocimiento médico.



Prueba de examen escrito

Fuente: https://www.freepik.es/foto-gratis/tomando-examen-o-formulario-solicitud-empleo-rellenado-candidata_6143872.htm

2. Acceso por concurso de méritos.

En este sistema, los aspirantes acreditan sus méritos en relación con la experiencia profesional, la titulación, la formación y otros aspectos especificados en cada convocatoria. Un Tribunal se encarga de verificar y calificar los méritos presentados por cada candidato, ordenándolos según su puntuación para adjudicar los puestos en consecuencia. Este sistema puede generar desigualdad y limitar la participación a quienes poseen méritos valorables conforme a la convocatoria.

Los méritos habitualmente considerados en la fase de concurso son la formación académica, los cursos homologados y la experiencia laboral.

3. Acceso por concurso-oposición.

El concurso-oposición combina los sistemas de oposición y concurso. Primero, se llevan a cabo pruebas que puntúan a los participantes, como exámenes y pruebas relacionadas con el puesto. Luego, tras completar la fase de oposición, se evalúan los méritos formativos y de experiencia, siendo necesario haber superado las pruebas de oposición

para participar en esta fase. Cada convocatoria detalla los aspectos de cada fase, su orden y su relevancia en la puntuación final.

Este proceso selectivo busca asegurar un mínimo de conocimientos y habilidades, permitiendo a los aspirantes incrementar su puntuación en función de los méritos que posean. La puntuación total de ambas fases determina la calificación final de los candidatos, quienes serán considerados para ocupar los puestos en función de sus puntuaciones.



EJEMPLO PRÁCTICO

Adán ha decidido que quiere trabajar como funcionario en una administración pública, pero no está seguro de qué tipo de proceso selectivo es el más adecuado para él.

Adán descubre que el acceso a un puesto en el sector público depende del tipo de empleo al que aspire. Si quiere ser funcionario de carrera, deberá superar un proceso de oposición o concurso-oposición, que incluye pruebas escritas, casos prácticos y entrevistas. Si opta por un puesto de personal laboral, además de la oposición, también puede postularse a través de un concurso de méritos, donde se valorará su formación académica y experiencia profesional.

3.2.2 Sector privado

Cuando una empresa necesita cubrir un puesto de trabajo, inicia un proceso de selección para determinar quién es la persona más adecuada para el perfil solicitado. La duración de este proceso puede variar según el tamaño de la empresa, ya sea grande o una PYME, y generalmente incluye varias fases:

1. Definición del perfil.

La empresa, a través de su departamento de recursos humanos, del jefe directo (en el caso de empresas pequeñas) o de empresas externas especializadas en selección de personal, establece los puestos necesarios, las tareas asociadas a cada uno, las competencias requeridas y otras especificaciones pertinentes, como el trabajo en equipo, el manejo del estrés o la necesidad de certificaciones específicas.

2. Publicación de la oferta.

Existen diversos métodos para publicar una oferta de trabajo, como anuncios, recomendaciones, agencias de empleo, promoción interna o reclutamiento externo, así

como la revisión de CVs en bases de datos de candidatos. Esta fase se puede dividir en dos tipos: el **reclutamiento pasivo**, cuando la empresa espera recibir currículums en respuesta a su anuncio de empleo, y el **reclutamiento activo**, cuando la empresa o los reclutadores buscan activamente candidatos, a menudo a través de redes sociales.

3. Fase de reclutamiento o preselección.

Dada la posibilidad de que el número de aspirantes sea elevado, se lleva a cabo una preselección de currículums para reducir la cantidad de candidatos que participarán en las siguientes pruebas. En esta fase se descartan aquellos que no cumplen con los requisitos mínimos de formación o experiencia. También es posible que se revise la huella digital de los candidatos, prestando atención a su marca personal en línea, lo cual puede influir en su acceso al mercado laboral. Durante esta fase, es posible que se realicen entrevistas telefónicas.

4. Fase de selección.

En esta fase, se pueden presentar diferentes procesos de selección, tales como:

- Entrevistas online, por videollamada o presenciales. Los candidatos que superen esta etapa avanzan a las siguientes pruebas.
- Pruebas psicotécnicas y profesionales, que pueden incluir test de personalidad, habilidades, idiomas y cuestionarios de información general.
- Entrevistas en profundidad con los candidatos preseleccionados.
- Solicitud de referencias, si se considera pertinente.

Es común que las empresas busquen candidatos con iniciativa, habilidades para el trabajo en equipo y buenas relaciones interpersonales, mientras que pueden descartar a quienes presentan comportamientos individualistas o dificultades en la interacción social. Se valoran aspectos como la capacidad de adaptación, madurez, sentido práctico, resolución de problemas, responsabilidad, capacidad de decisión, iniciativa y disponibilidad.

5. Fase de decisión.

En esta etapa final, se elige al candidato o candidatos que se incorporarán a la empresa, considerando toda la información recopilada en las fases anteriores. Generalmente, se contacta telefónicamente al candidato seleccionado para felicitarlo e informarle sobre los siguientes pasos y el calendario de incorporación. En algunos casos, se requiere una revisión médica antes de la incorporación al puesto.



Fase de decisión en un proceso de selección

Fuente: <https://pixabay.com/es/illustrations/ai-generado-apret%C3%B3n-de-manos-hombres-8295617/>

3.3 Estrategias para la superación de un proceso selectivo

Para que la búsqueda de empleo concluya con una contratación laboral, se presentan a continuación una serie de estrategias útiles para superar el proceso de selección:

- **Participación en procesos adecuados.** Es recomendable postularse únicamente a aquellos procesos en los que se tengan posibilidades reales. Evitar malgastar tiempo en ofertas donde las probabilidades de selección son bajas es fundamental. Invertir el tiempo en oportunidades laborales concretas contribuye a mantener un enfoque profesional claro, lo que genera confianza en los empleadores.
- **Actualización del Currículum Vitae.** Mantener el CV siempre actualizado es clave, ya que la rapidez en la respuesta a una oferta de trabajo puede influir en las posibilidades de éxito. Además, es importante cuidar la marca personal.
- **Personalización del CV y carta de motivación.** Adaptar el CV y la carta de motivación a cada oferta es esencial para destacar las competencias que se consideran más adecuadas para el puesto específico.
- **Seguimiento e interés.** Después de enviar la candidatura, es recomendable hacer un seguimiento. Algunas plataformas de empleo permiten verificar el estado de la candidatura; en caso contrario, se puede contactar directamente a la empresa para informarse sobre el proceso. Durante el contacto para una entrevista o prueba, es importante mostrar interés por el trabajo y disponibilidad para asistir a las citas programadas. Al finalizar la entrevista, se sugiere preguntar sobre la próxima etapa del proceso de selección, incluyendo detalles como el lugar y la fecha.
- **Preparación para la entrevista y pruebas.** La preparación es esencial; no se debe dejar nada al azar. Es recomendable informarse sobre la empresa y el puesto,

preparar respuestas a posibles preguntas y practicar con tests psicotécnicos o de personalidad.

- **Mejora continua del perfil profesional.** Es aconsejable identificar áreas de mejora en la formación y buscar cursos que puedan ayudar a mejorar el perfil profesional para alcanzar los objetivos laborales deseados.

3.4 La entrevista de trabajo. Fases y preparación.

Simuladores digitales de entrevistas

La entrevista de trabajo es una de las etapas más decisivas en el proceso de selección, ya que permite al candidato demostrar no solo sus competencias y conocimientos, sino también su actitud, motivación y capacidad para adaptarse al entorno laboral. Para afrontar una entrevista con éxito, es esencial conocer las fases que la componen y prepararse adecuadamente para cada una de ellas. Hoy en día, la tecnología ofrece herramientas innovadoras, como los simuladores digitales de entrevistas, que permiten a los candidatos practicar y mejorar sus habilidades, aumentando sus posibilidades de éxito en una entrevista real.

3.4.1 Las fases de la entrevista de trabajo

Se pueden identificar, fundamentalmente, cinco fases o etapas en la entrevista de trabajo:

La primera etapa consiste en el intercambio de **presentaciones** entre el gerente de contratación y el candidato. Generalmente, esto incluye un saludo y una presentación formal. Es importante mantener contacto visual, adoptar una buena postura y mostrar una actitud positiva para transmitir confianza. Sonreír amablemente puede ayudar a proyectar profesionalismo e interés en la conversación. Se recomienda usar un saludo cordial. En el caso de una entrevista en grupo, es fundamental saludar a todos los presentes con la misma disposición.

Una vez realizadas las presentaciones, se pasa a la fase de **conversación**. En esta etapa, se interactúa cortésmente con el gerente de contratación o los miembros del panel. Es posible que se formulen preguntas personales para conocer mejor al candidato y evaluar cómo se alinea su personalidad con la cultura organizacional. Es recomendable que la interacción no sea unidireccional; es decir, no limitarse a responder preguntas, sino fomentar un diálogo amigable y natural. Esta fase representa el primer contacto oficial con los posibles empleadores, por lo que es crucial dejar una buena impresión desde el inicio.

A continuación, en la fase de **recopilación de información**, el entrevistador puede solicitar una breve descripción del perfil del candidato y sus intereses en formar parte del equipo. Es común que se pida hablar sobre la trayectoria profesional, motivaciones, aspiraciones y conocimientos generales sobre la empresa. Practicar esta presentación puede ser útil para organizar las ideas y responder de manera coherente, transmitiendo confianza.

Tras las fases de presentación e introducción personal, se avanza a la **ejecución de la entrevista**, que es la parte más estructurada y técnica. Las preguntas pueden variar en complejidad según el tipo de intervención, el puesto y la experiencia laboral del candidato. También es posible que se planteen escenarios hipotéticos para evaluar sus pensamientos y opiniones. Es importante centrarse en destacar las cualidades que diferencian al candidato de otros y que lo convierten en un activo valioso para la empresa. Al finalizar esta etapa, el entrevistador preguntará si existen dudas. Es recomendable acudir con varias preguntas preparadas sobre el puesto o aspectos relevantes, ya que esto refleja el interés y compromiso con la posición.



Entrevista de trabajo.

Fuente: <https://pixabay.com/es/illustrations/ai-generado-entrevista-conversacion-8701387/>

Después de responder las preguntas estructuradas durante la entrevista, se llega a la fase de **conclusión y despedida**. Este es un momento importante para expresar agradecimiento al entrevistador por su tiempo, estrechar nuevamente la mano, manifestar gratitud por la oportunidad y reiterar el interés en trabajar en la empresa.

Además, algunos candidatos deciden enviar una nota de agradecimiento al día siguiente de la entrevista.

Este agradecimiento puede ser realizado mediante una carta física o un correo electrónico. Para que el mensaje sea más atractivo, se sugiere mencionar algún tema que se haya discutido en la entrevista que resulte interesante. Esto evidencia al gerente de contratación que se prestó atención durante la conversación y que se valora la oportunidad de integrarse a la compañía.



VÍDEO DE INTERÉS

Atiende a esta breve explicación de las preguntas más importantes en una entrevista de trabajo que se repiten con frecuencia:



3.4.2 Simuladores digitales de entrevistas

Los **simuladores de entrevistas** son herramientas en línea o aplicaciones que permiten recrear una entrevista de trabajo en un entorno virtual. Estas plataformas presentan una serie de preguntas típicas que suelen hacer los reclutadores, a las cuales se responde como si se estuviera en una entrevista presencial. Algunos de estos simuladores incluso utilizan inteligencia artificial para adaptar las preguntas y respuestas según el perfil del usuario y el puesto al que se postula.

Una de las ventajas de los simuladores es que algunos de ellos no solo evalúan, sino que también proporcionan retroalimentación instantánea y recomendaciones para mejorar. Informan sobre la claridad de las respuestas, el nivel de nerviosismo y la proyección de confianza a través del lenguaje corporal, actuando así como un entrenador personalizado en cualquier momento, aunque con ciertas limitaciones.

Algunas plataformas ofrecen la opción de grabar las respuestas en video, permitiendo al usuario revisar su desempeño y detectar fortalezas y áreas de mejora, lo que facilita observar el progreso durante la práctica y perfeccionar las habilidades para las entrevistas. Estos simuladores no se limitan a las preguntas y respuestas, sino que

también proporcionan consejos sobre la vestimenta adecuada para una entrevista, cómo mantener el contacto visual y la postura correcta, así como formas de expresar el entusiasmo por el puesto de manera genuina.

A continuación, se presenta una lista de simuladores de entrevistas de trabajo que pueden ser utilizados para practicar y mejorar las habilidades en este ámbito:

- **InterviewBuddy:** ofrece simulaciones de entrevistas personalizadas y la posibilidad de grabar en video para revisar y mejorar el desempeño. Incluye una biblioteca de preguntas frecuentes para una adecuada preparación.
- **Big Interview:** proporciona una amplia variedad de preguntas y escenarios para simulaciones realistas, así como herramientas para evaluar el lenguaje corporal y el tono de voz.
- **Interviewing.io:** permite practicar entrevistas técnicas con ingenieros de empresas destacadas, siendo ideal para quienes buscan empleo en el sector tecnológico.



ENLACE DE INTERÉS

Accede aquí para practicar distintos tipos de entrevistas de trabajo mediante un simulador de IA:



3.5 Herramientas de IA en el proceso de selección

A continuación, se presentan algunas herramientas clave que los reclutadores pueden utilizar para mejorar sus procesos mediante el uso de inteligencia artificial.

Los **chatbots de reclutamiento** no son simples contestadores de preguntas, sino asistentes virtuales que facilitan la interacción con los candidatos. Además de responder a dudas, pueden programar entrevistas, recopilar información inicial de los candidatos e incluso realizar entrevistas preliminares.

Las **plataformas de enlace correspondido (matching)** van más allá de comparar habilidades, analizando una gran cantidad de datos para garantizar una sinergia entre el candidato y la cultura de la empresa. Por ejemplo, Pymetrics utiliza juegos basados en neurociencia para medir habilidades y emociones, mientras que HireVue emplea entrevistas en video y análisis posterior para obtener información sobre las candidaturas.

La **analítica predictiva** permite anticipar el próximo movimiento de un candidato antes de que él mismo lo sepa. Herramientas como Entelo predicen cuándo un candidato estará abierto a nuevas oportunidades y proporcionan datos sobre su trayectoria y potencial de crecimiento. Otro ejemplo es Sapia.ai, que analiza las respuestas para prever el éxito en roles específicos.

Los **sistemas de análisis de video** son útiles porque las entrevistas en video no solo se utilizan cuando no se puede conocer al candidato en persona. Herramientas como VidCruiter utilizan inteligencia artificial para analizar las respuestas en video, evaluando aspectos como el lenguaje corporal, el tono de voz y la coherencia en las respuestas, proporcionando una visión más completa del entrevistado.

Las **herramientas de filtrado avanzado**, como Ideal, son valiosas para los reclutadores que deben manejar miles de currículums, ya que ofrecen soluciones de filtrado avanzado, identificando las mejores candidaturas para un puesto a partir de criterios establecidos, lo que ahorra tiempo y recursos en el proceso.

El uso de estas herramientas en el proceso de reclutamiento permite lograr una mayor precisión, eficiencia y alineación con las necesidades actuales del mercado laboral.



PARA SABER MÁS

Descubre más herramientas basadas en la Inteligencia Artificial que las empresas y responsables de RRHH ya están usando:



4. EL CURRÍCULUM Y LA CARTA DE MOTIVACIÓN

Antes de que hayas tenido tiempo de decidir opositar definitivamente, te hablan de una oferta de otra empresa muy famosa que está buscando alguien con tu perfil. Decides volver a intentarlo, pero antes te das cuenta de que hay varios pasos cruciales que debes llevar a cabo: necesitas actualizar tu currículum y adaptarlo a las competencias y requisitos específicos de la oferta; preparar una carta de motivación convincente y practicar distintas entrevistas de trabajo con un simulador de entrevistas.

A lo largo del tiempo, el CV ha evolucionado hasta convertirse en una herramienta fundamental en la búsqueda de empleo, pero nunca se ha considerado desfasado. Junto con la carta de motivación, que permite expresar de manera más personal las aspiraciones y el interés por una posición, estas herramientas son determinantes para presentar a los candidatos de manera efectiva y diferenciada en un mercado laboral cada vez más competitivo.

4.1 El currículum vitae. Actualización y adaptación a la oferta

Comúnmente sucede que los candidatos preparan un Curriculum Vitae para buscar un puesto de trabajo, manteniendo el mismo documento para todas las oportunidades. Esto es un error que debe evitarse, adaptando el formato, lenguaje y contenido a cada oferta laboral, buscando encajar en ella y aumentando así las probabilidades de ser el candidato elegido.



EJEMPLO PRÁCTICO

Ana está buscando trabajo y ha preparado su currículum vitae, pero ha estado enviando el mismo CV a todas las ofertas de empleo sin obtener resultados. Después de revisar varias recomendaciones, Ana se da cuenta de que necesita adaptar su currículum vitae para aumentar sus posibilidades de éxito en las entrevistas.

Decide cambiar el título del CV para que refleje su trayectoria profesional y objetivos. Actualiza la descripción de sus experiencias laborales para resaltar tareas y logros relevantes, incorporando habilidades clave mencionadas en la oferta de trabajo. Además, opta por un diseño atractivo y profesional que llame la atención del reclutador. Gracias a esta personalización, logra captar el interés del seleccionador y recibe una invitación para una entrevista.

4.1.1 El Curriculum Vitae (CV)

El currículum vitae (CV) representa un resumen conciso de la formación, experiencias laborales y habilidades profesionales de un individuo. Su finalidad es evidenciar la adecuación del candidato para un puesto específico y facilitar su acceso al proceso de selección.

El CV constituye una herramienta importante en el desarrollo profesional y debe mantenerse actualizado, ya que las oportunidades laborales pueden surgir en cualquier momento.

A continuación, se presentan los principales elementos recomendados para incluir en el CV:

- **Nombre, apellidos y profesión.** El nombre debe estar claramente visible en la parte superior del CV, acompañado de un formato atractivo. Se sugiere incluir la profesión o cargo deseado, que debe estar relacionado con la trayectoria y formación del candidato.
- **Fotografía.** Se aconseja incluir una fotografía al inicio del CV, cerca del nombre. Es importante que la imagen sea de buena calidad y reciente. En algunos sectores se prefiere un enfoque formal, pero en todos los casos se debe transmitir una imagen positiva.



Fotografía para CV

Fuente: https://www.freepik.es/foto-gratis/retrato-mujer-joven-profesional-segura-que-trabaja-comercio-minorista-industria-empresarial-promover-empresa-unirse-su-equipo-publicidad-sonriendo-segura-si-misma-complacida-soporte-camara-pasillo_13845061.htm

- **Datos personales.** Es fundamental proporcionar el número de teléfono y correo electrónico para facilitar el contacto por parte de la empresa. También se pueden incluir enlaces a redes sociales profesionales o una página web para ofrecer más información sobre la trayectoria y los intereses del candidato. Aunque no es

necesario proporcionar la dirección completa, se puede indicar la ciudad o provincia de residencia.

- **Perfil profesional.** Ofrece un resumen breve de las habilidades y logros que se desean resaltar, reflejando las expectativas laborales y el valor que se puede aportar a la empresa. El perfil puede incluir experiencias personales o valores que refuercen la marca personal y debe ubicarse al inicio del CV.
- **Experiencia laboral.** Se deben listar los trabajos anteriores. Para cada empleo, se deben incluir el nombre de la empresa, la ciudad, las fechas de inicio y finalización del contrato, el cargo ocupado y las funciones desempeñadas. También se pueden agregar experiencias sin contrato, prácticas o actividades de voluntariado. Se recomienda presentar esta sección en orden cronológico inverso, comenzando por el empleo más reciente.
- **Formación académica.** Debe incluir los estudios oficiales completados, señalando el año de obtención de cada titulación y el centro educativo. La formación se debe organizar de manera cronológica inversa, comenzando por la titulación más reciente.
- **Formación complementaria.** En esta sección opcional se pueden detallar cursos, jornadas, seminarios y otras formaciones no regladas relevantes. Es aconsejable evitar información irrelevante o que no esté relacionada con el puesto deseado.
- **Competencias/Habilidades.** Aquí se deben incluir las competencias adquiridas durante la trayectoria académica y laboral, diferenciando entre:
 - **Competencias técnicas:** conocimientos específicos y herramientas asociados a ocupaciones concretas. Se pueden mencionar habilidades en lenguajes y programas informáticos, especificando el nivel de dominio.
 - **Competencias transversales (soft skills):** capacidades transferibles a diferentes entornos laborales, como trabajo en equipo o liderazgo.
- **Idiomas.** Se deben listar los idiomas que se dominan, indicando el nivel de conocimiento y cualquier titulación que lo acredite (por ejemplo, First Certificate) junto con el año de obtención. Si no se posee un título, se debe especificar el nivel: básico, intermedio, avanzado o nativo.
- **Otros datos de interés.** Incluye información adicional que no se engloba en las secciones anteriores, pero que puede ser valiosa para los responsables de la

selección. Se puede mencionar si se dispone de permiso de conducir y vehículo propio, disponibilidad horaria, fecha de posible incorporación, cartas de recomendación, así como aficiones e intereses, especialmente si están relacionados con el puesto de trabajo.



El Curriculum Vitae (CV)

Fuente: <https://pixabay.com/es/vectors/cv-curriculum-vitae-trabajo-5973796/>

4.1.2 Actualización y adaptación a la oferta

Un CV actualizado refleja adaptabilidad y compromiso con el desarrollo profesional, evidenciando una continuidad en la carrera. Esto previene desajustes y errores, manteniendo la precisión y la confianza de los reclutadores. Un currículum bien estructurado y presentado, alineado con los objetivos profesionales, aumenta las oportunidades del candidato de ser convocado a entrevistas, ya que es un documento clave para captar la atención de los reclutadores y resaltar las habilidades y experiencias relevantes.

Además, la actualización permite ajustar el CV a nuevos objetivos profesionales y gestionar de manera eficiente la trayectoria laboral, pues no es raro que en una carrera profesional haya cambios importantes en el sector o en el puesto que ha ocupado un profesional a lo largo de su trayectoria.

Respecto a la adaptación del CV a cada oferta, el objetivo es resaltar aquellos aspectos que más interesan a la empresa. Una vez que el CV esté bien estructurado y estéticamente cuidado, será necesario adaptarlo para cada oferta y cada empresa. La adaptación del CV busca destacar la información más relevante y alineada con los requisitos de la oferta de trabajo, con el fin de demostrar que el perfil se ajusta a las necesidades de la empresa.

Aunque esto implique un esfuerzo adicional, no es complicado ni lleva demasiado tiempo; generalmente, se requieren solo algunos ajustes para obtener un CV adaptado con mayores posibilidades de selección.

Para adaptar el currículum vitae (CV) a cada oferta y empresa, es fundamental recabar información sobre la oferta de trabajo, ya que proporcionará datos útiles.

Es importante investigar a fondo el **nombre de la empresa** a través de su página web, revisando secciones como "quiénes somos", "servicios", "clientes" y "ofertas de empleo". Esto permite obtener información adicional sobre la empresa. El **título del puesto** debe figurar en el CV, integrándolo en el resumen profesional y, si es posible, en el último puesto desempeñado. También es necesario evaluar cómo se ajustan las **funciones** descritas en la oferta a la experiencia propia y adaptar la redacción de las funciones realizadas sin caer en el plagio. Además, se deben incorporar las **habilidades y competencias** más relevantes mencionadas en la oferta, asegurándose de que su inclusión no sea forzada. Por último, si la oferta solicita **disponibilidad** para turnos o una jornada específica, es importante indicarlo en la sección de otros datos de interés.

Por otra parte, la **estética del CV** es importante. Un diseño atractivo captará la atención del entrevistador y aumentará las posibilidades de avanzar en el proceso de selección. Sin embargo, el diseño debe ser adecuado al puesto: para roles creativos, se espera un diseño más innovador, mientras que, para puestos más tradicionales, un estilo clásico será más apropiado. La fotografía en el CV también debe considerarse cuidadosamente, seleccionando una imagen que refleje la vestimenta apropiada para el puesto y la cultura de la empresa.



Elaborando un CV

Fuente: https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-curriculum-vitae-linea_12704365.htm

Es fundamental mantener **coherencia** en el CV, evitando mencionar cursos o experiencias que puedan generar confusión sobre los objetivos profesionales. Si se decide no modificar una formación no relevante, es importante tener una explicación preparada para la entrevista.

Además, incluir **actividades o hobbies** relacionados con la oferta puede añadir valor a la candidatura. Por ejemplo, haber sido entrenador de un equipo infantil puede ser relevante para puestos en educación o gestión de equipos.

Por último, personalizar la sección de objetivos o perfil profesional aludiendo a la empresa o a las funciones de la oferta puede incrementar la relevancia del CV.

En conclusión, una vez que se tiene un CV estándar, personalizarlo requerirá poco esfuerzo y puede resultar en mejores resultados; es preferible enviar un número menor de CVs bien adaptados que realizar un envío masivo y genérico.

4.2 La carta de motivación

Una **carta de motivación** es un documento que presenta habilidades, experiencias y, principalmente, el interés y las razones para unirse a un programa, institución o empresa.

Como complemento a la candidatura, la carta de motivación ofrece una oportunidad para presentar al solicitante de manera personal y explicar por qué es el candidato adecuado para el puesto. Al expresar los motivos para unirse a la empresa, es esencial investigar a fondo sobre las actividades que realizan, especialmente en relación con el puesto al que se postula, lo cual refleja interés y seriedad en la postulación.

Para redactar una carta de motivación efectiva, es importante captar la atención del lector y convencerlo. Esto implica justificar, tanto desde una perspectiva personal como profesional, las razones para presentarse a esa plaza, beca o puesto de trabajo. Su objetivo es demostrar un interés genuino y que el perfil se alinea con lo que se busca. Antes de comenzar a escribir la carta de motivación, se deben tener claros los motivos. Es recomendable anotar todos los elementos que se consideran relevantes para la carta, incluyendo logros académicos, aspiraciones y las razones para optar por ese programa o trabajo.



Candidato ideal

Fuente: <https://pixabay.com/es/illustrations/contrataci%C3%B3n-reclutamiento-trabajo-1977803/>

Al redactar la **carta de motivación**, se sugiere seguir ciertas pautas para garantizar su efectividad. Es fundamental **cuidar tanto la forma como el contenido**, manteniendo un orden claro en las ideas y una estructura coherente. Debe incluirse solo la información necesaria, evitando desviaciones que puedan restar atención al lector. La **redacción** ha de ser **sencilla y accesible**, evitando tecnicismos que distraigan de lo esencial, aunque se pueden incorporar recursos atractivos, como el storytelling. El **tono** debe alinearse con la institución o el programa al que se postula, por lo que se recomienda investigar previamente la organización a la que se dirige la carta para asegurar que los objetivos y valores estén en sintonía.

El **formato** también es importante. Se debe utilizar una fuente clara con un tamaño entre 10 y 12, además de mantener un interlineado y márgenes de 2.5 centímetros. La **extensión** de la carta debe ser adecuada, sin exceder una página, idealmente entre 400 y 600 palabras, adaptándose al tipo de oportunidad a la que se aspire.

La **originalidad** es clave en la carta de motivación. Es útil formular preguntas como: ¿qué se haría si se consigue la oportunidad?, ¿por qué se desea estar en esa institución?, y ¿qué se podría aportar? Terminar con una frase que llame la atención del lector, utilizando la empatía o compartiendo una experiencia personal relevante, puede ser un buen cierre.

Antes de enviar la carta, es esencial **revisar el texto**. Leerla varias veces y dejarla reposar un día permite revisarla con una nueva perspectiva. Leer en voz alta también ayuda a identificar problemas de redacción o errores.

Adicionalmente, se deben evitar ciertos **errores comunes** en la redacción. Es recomendable no exceder las seis líneas por párrafo para facilitar la lectura, minimizar el uso del pronombre personal “yo” y evitar adjetivos grandilocuentes al describir habilidades. También se debe evitar seguir un modelo rígido, ya que la carta debe ser natural y original.



EJEMPLO PRÁCTICO

Laura se enfrenta al desafío de escribir una carta de motivación para una oportunidad que la entusiasma. Para lograrlo, investiga a fondo la empresa, sus actividades y valores, lo que le permite personalizar el contenido de su carta. En su redacción, se asegura de seguir una estructura clara y lógica, expresando sus motivaciones de manera concisa y directa. Laura destaca sus habilidades y experiencias relevantes, utilizando un tono que refleja el espíritu de la organización. También utiliza un formato atractivo y legible, limitando su carta a una página y evitando párrafos demasiado largos para facilitar la lectura.

Antes de enviar su carta, Laura dedica tiempo a revisarla y ajustar el contenido. Lee el texto en voz alta para identificar posibles errores y mejorar la redacción, evitando caer en el uso excesivo del pronombre “yo” y evitando plantillas rígidas que limiten su originalidad. Al finalizar, concluye su carta con una frase impactante que resuena con su experiencia personal y su deseo de contribuir a la empresa, lo que le ayuda a destacarse entre otros candidatos y aumentar sus posibilidades de ser seleccionada.

5. LA MARCA PERSONAL

Por otro lado, dado que no quieres volver a fracasar en tu búsqueda de empleo, decides crear y mejorar tu marca personal a través de las redes sociales profesionales y de tu propio sitio web para aumentar tu visibilidad y destacar ante los reclutadores. Esto incluye reflexionar sobre tus fortalezas, tu valor diferencial y cómo quieres posicionarte en el mercado laboral.

En el competitivo mundo laboral actual, la marca personal se ha convertido en un elemento muy útil para destacar y diferenciarse del resto. No se trata solo de mostrar tus habilidades y experiencia, sino de cómo te perciben los demás en tu entorno profesional. La construcción de una marca personal sólida requiere un autoanálisis profundo, la identificación de tu valor diferencial y la definición de objetivos claros que te ayuden a proyectar una imagen coherente y atractiva.

5.1 Construcción de la marca personal (autoanálisis, valor diferencial, objetivos y estrategias de difusión)

La marca personal se refiere a la percepción que otras personas tienen de un individuo, basada en las acciones que realiza y comunica diariamente, tanto en el entorno digital como en el presencial.

El concepto de marca personal, o personal branding, consiste en verse a uno mismo como una marca comercial, con el objetivo de diferenciarse y lograr un mayor éxito en el ámbito profesional. La marca se construye de forma continua, reflejando las características y preferencias del individuo. El desarrollo de una marca personal bien definida permite fortalecer los atributos que hacen a una persona única, facilitando el posicionamiento como experto en un área específica o nicho dentro del sector profesional.



ENLACE DE INTERÉS

Accede para conocer cuáles son las estrategias para crear y desarrollar una marca personal más sólida:



Antes de crear una marca personal, es necesario analizar qué se desea transmitir y cómo hacerlo, con el objetivo de aumentar el reconocimiento. El proceso de construcción de una marca personal debe estar respaldado por una estrategia detallada, que guíe el desarrollo de acuerdo con las necesidades, experiencias y objetivos definidos.



Marca personal

Fuente: https://www.freepik.es/vector-gratis/mujer-marca-personal-gestionando-presencia-o-identidad-online-conciencia-marca-marca-digital-o-ilustracion-vectorial-plana-marketing-internet-concepto-gestion-banner-o-pagina-web-destino_23548255.htm

A continuación, se presentan una serie de pasos básicos para iniciar la creación de una marca personal profesional y efectiva:

1. **Definición de objetivos.** Un error común al desarrollar una marca personal es no establecer los objetivos o dejarlos para el final de la estrategia. El proceso debe comenzar con una clara definición de los objetivos. Se puede hacer una analogía sencilla: conducir sin un destino claro lleva a perder tiempo, gastar más recursos y no llegar a donde se desea.

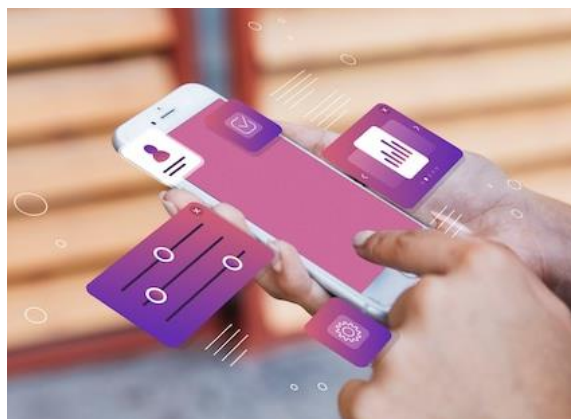
Es fundamental preguntarse qué se quiere lograr en términos profesionales, como obtener un nuevo empleo, atraer clientes, generar oportunidades o contactos, o incrementar las ventas. También es útil plantearse dónde se desea estar en tres años.

Se recomienda priorizar los objetivos más importantes y asegurarse de que estos sean SMART: específicos, medibles, alcanzables, realistas y cuantificables en el tiempo.

2. **Determinación del público objetivo.** Aunque un buen contenido puede atraer a una gran audiencia, esto no garantiza que el público sea el adecuado. Definir con precisión a quién se dirige, como colegas, clientes o proveedores, facilitará la creación de contenido alineado con los objetivos.
3. **Definición del mensaje y tono de comunicación.** Es esencial ser claro y fiel a la propia identidad. El tono y la forma de comunicación dependerán del público objetivo, pudiendo ser informativo, cercano o emocional, según lo que se quiera transmitir. El uso de palabras simples y mensajes positivos puede generar confianza y fidelidad.
4. **Diseño de la imagen corporativa.** Debe reflejar las características y valores de la persona. Para lograr una imagen coherente, se deben tener en cuenta aspectos como los conceptos que se quiere que los usuarios asocien con la marca, los colores, la tipografía, y otros elementos visuales que refuercen la identidad.
5. **Planificación de acciones de crecimiento.** Se recomienda crear un calendario de actividades que incluya publicaciones en redes sociales, blogs personales, colaboraciones en otros sitios web, creación de videos o ebooks, entre otras. La planificación debe estar acompañada de constancia y de un enfoque orientado a alcanzar los objetivos trazados.
6. **Medición de resultados.** Las plataformas digitales y redes sociales son los principales entornos donde se desarrolla la marca personal, debido a la gran cantidad de información que circula en ellas. Para evaluar el impacto de la estrategia de marca personal, es necesario medir y cuantificar los resultados.

Existen diversas métricas que permiten obtener una visión clara sobre el desempeño de la estrategia, entre las cuales se destacan:

- **Alcance o seguimiento.** Es útil realizar un balance del número de seguidores. Contar con un buen seguimiento otorga solidez a la marca personal y demuestra que los mensajes están llegando a la audiencia correcta. Es importante monitorear el número de seguidores en cada plataforma.
- **Compromiso (engagement).** Este término describe la capacidad de establecer relaciones sólidas y duraderas con el público. Un usuario que interactúa mediante comentarios, "me gusta" o "compartir" aporta más valor que uno que no ofrece retroalimentación.
- **Número de visitas.** El tráfico web es otra métrica clave, ya que proporciona información sobre el impacto de la marca personal, como el número de visitantes, las páginas que visitan y el tiempo que pasan en cada una.
- **Otras métricas** incluyen el número de suscriptores, comentarios o menciones en blogs o redes sociales. Estas métricas permiten ajustar la estrategia de marketing personal para mantenerla en la dirección correcta.



Seguimiento

Fuente: https://www.freepik.es/foto-gratis/representacion-experiencia-usuario-diseno-interfaz-telefono-inteligente_38047595.htm

Al igual que una empresa debe mejorar continuamente para destacar sobre su competencia, una marca personal que no evoluciona se vuelve irrelevante. Potenciar la marca personal es esencial por diversas razones. En primer lugar, permite la **diferenciación de la competencia**; en la mayoría de los sectores profesionales existe una gran cantidad de rivales, y contar con una marca personal diferenciada que ofrezca un

valor único e innovador puede ayudar a destacar. Además, una marca personal bien trabajada proporciona **mayor visibilidad** y abre más oportunidades.

El proceso de creación de la marca personal también contribuye al desarrollo de la imagen profesional y personal, permitiendo **conocer mejor el propio perfil** y clarificar las metas profesionales y personales. Asimismo, una marca personal bien construida facilita el **posicionamiento profesional** y refuerza el mensaje que se quiere transmitir.

Sin embargo, tener una marca personal no es suficiente para obtener el máximo beneficio de ella. Para desarrollarla y mejorarla, se requiere esfuerzo y una estrategia eficaz. En este sentido, es esencial dedicar tiempo y trabajo constante, planificando las acciones necesarias según la estrategia establecida. Fomentar relaciones y conexiones, o networking, es igualmente fundamental, ya que construir una red de contactos ofrece oportunidades y promueve el conocimiento.

La **constancia en las redes sociales** es clave para el éxito de la marca personal. Publicar de manera regular, crear contenido y responder a los seguidores ayuda a generar valor. También es importante **participar activamente** tanto en los propios espacios como en los de terceros, ya que esto genera diálogo y muestra que la marca está atenta a su público. Por último, el **contenido de calidad** tiene un impacto mayor que las publicaciones más cortas y menos elaboradas; lo crucial es destacar y ser diferente.



EJEMPLO PRÁCTICO

Javier enfrenta el desafío de construir una marca personal efectiva que lo diferencie en un mercado laboral competitivo, al mismo tiempo que debe definir claramente sus objetivos y el mensaje que desea transmitir.

Para ello, desarrolla un plan de acción que incluye publicaciones en redes sociales y colaboraciones, evaluando su progreso a través de métricas como el número de seguidores y el compromiso del público. Javier entiende que este proceso requiere dedicación y la producción de contenido de calidad para diferenciarse de la competencia y aprovechar las oportunidades profesionales.

5.2 La red de contactos profesionales

El **networking** consiste en participar en reuniones o eventos relacionados con la carrera o experiencia profesional, con el propósito de conocer a otras personas y entender lo que hacen, cómo lo hacen y dónde lo hacen. El objetivo es establecer conexiones con

personas que puedan contribuir al crecimiento profesional, a quienes se pueda aportar algo o con quienes se pueda colaborar para fusionar habilidades y experiencias.

Si bien el networking suele realizarse en eventos o reuniones presenciales, existen diversas alternativas:

El **networking offline**, también conocido como networking tradicional, implica asistir a eventos profesionales, talleres, conferencias o charlas, donde se puede interactuar con personas que podrían convertirse en contactos valiosos para la carrera profesional.



¿SABÍAS QUE...?

Las presentaciones pueden tener un impacto significativo en el éxito profesional. Una encuesta de LinkedIn realizada en 2024 reveló que el 73 % de los encuestados consiguió empleo gracias a una recomendación o conexión facilitada por alguien que conocían, y un 70 % tenía una relación personal con alguien dentro de la empresa.

El **networking digital** es similar al tradicional, pero se realiza a través de redes sociales o en eventos en línea que ofrecen la posibilidad de interactuar con otros participantes. También incluye webinars, conferencias y revistas digitales. Esta forma de networking es una de las maneras más accesibles para empezar a construir una red de contactos.

El **networking informal** puede surgir en cualquier contexto social, como en una fiesta, una reunión en un restaurante, o incluso en un ascensor o en la fila de un cine. Aunque estas interacciones no se producen en un entorno laboral, permiten intercambiar experiencias profesionales sin que exista necesariamente la intención de ofrecer servicios o concretar acuerdos.

Es fundamental aclarar que no existe un tipo de networking superior a otro. Aunque las conversaciones cara a cara pueden resultar más cómodas y efectivas para algunas personas, las herramientas digitales han facilitado la posibilidad de mantener conversaciones fluidas desde cualquier lugar. Lo esencial es establecer un diálogo continuo con las personas conocidas, ya sea mediante redes sociales o encuentros presenciales, para mantener una **red de contactos activa**.



Networking

Fuente: https://www.freepik.es/foto-gratis/personas-que-participan-eventos-negocios_23987499.htm

Aunque algunas personas pueden tener facilidad natural para establecer relaciones profesionales, el **networking** es una habilidad que puede desarrollarse y mejorar con el tiempo. Si no se poseen las mejores habilidades sociales o se tiene dificultad para hablar en público, existen estrategias y consejos que pueden ayudar a mejorar, construir y mantener una red de contactos.

El networking no solo favorece el crecimiento profesional, sino que también tiene otras funciones importantes, como:

- **Mejorar las habilidades de comunicación.** La interacción con diferentes personas a través de diversos canales puede perfeccionar la forma en que se comunican las ideas. Con el tiempo y la práctica, se logra ser más claro y directo, identificando las pautas que pueden captar el interés de los demás sobre lo que se hace.
- **Enriquecer el bagaje profesional y cultural.** Conocer a personas de distintos lugares, tanto del propio país como de otros, no solo amplía el conocimiento cultural, sino que también proporciona una comprensión más profunda sobre cómo se llevan a cabo los procesos y operaciones en otros contextos laborales.
- **Ampliar intereses.** El networking permite entrar en contacto con profesionales a quienes les puede interesar la experiencia propia, pero también expande la perspectiva personal, abriendo nuevas posibilidades. Incluso, se pueden descubrir habilidades y áreas de interés que no se habían considerado previamente.
- **Relación entre el networking y el marketing personal.** El desarrollo de una marca personal implica establecer un tono, una imagen y una experiencia laboral con la cual se pueda ser identificado. Aunque podría parecer que solo los

emprendedores necesitan una marca personal, los empleados también pueden beneficiarse de esta práctica. Por ejemplo, cada vez más reclutadores revisan los perfiles de LinkedIn y la presencia en la web para conocer mejor a los candidatos y evaluar si encajan en la empresa.

Por lo tanto, desarrollar una marca personal puede fortalecer el networking al crear una identidad clara y coherente, respaldada por una presencia en la web que genere contenido y opiniones valiosas, posicionando al individuo en el mercado laboral.



VÍDEO DE INTERÉS

En este vídeo se pone de manifiesto la importancia del networking en el mundo laboral, identificando las relaciones beneficiosas para la marca personal y diferenciando entre networking offline y networking online:



5.3 La protección de datos personales y garantías de los derechos digitales

En un entorno digital cada vez más interconectado, la protección de los datos personales y el respeto a los derechos digitales son aspectos fundamentales, especialmente en el ámbito profesional. Al desarrollar y gestionar una marca personal, es esencial prestar atención a cómo se manejan los datos en plataformas en línea, redes sociales profesionales y otros medios digitales.

La protección de la privacidad es tanto un derecho como una responsabilidad, lo que requiere conocer y aplicar las normativas de protección de datos, como el **Reglamento General de Protección de Datos (RGPD)** en Europa. Asegurar la seguridad de la información personal y gestionar adecuadamente la huella digital contribuye a mantener una reputación confiable y protege la identidad en el ámbito profesional.



NORMATIVA DE INTERÉS

Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos):



Cuando se navega por internet, ya sea de forma voluntaria o involuntaria, se deja un rastro de datos personales que pueden ser utilizados por terceros para diversos fines. Por esta razón, se debe cuidar y ser conscientes de la información personal que se comparte al navegar por la red o al utilizar aplicaciones y servicios en línea.

La **privacidad digital** se define como el derecho de los usuarios a proteger sus datos cuando navegan por internet, es decir, el derecho a decidir qué información personal se comparte o comunica a terceros y qué datos se mantienen privados.

Este derecho es una extensión, en el ámbito digital, del derecho al honor, la intimidad personal y familiar, y la propia imagen, reconocidos y protegidos por la legislación, y responde a la función de la privacidad digital, que es proteger la intimidad de las personas al utilizar servicios de la sociedad de la información, como internet, aplicaciones móviles o juegos en línea. Este derecho limita la captura y el uso de datos personales sin conocimiento ni consentimiento de los usuarios.

Sin embargo, uno de los principales problemas de la privacidad digital radica en garantizar el respeto a este derecho por parte de terceros, lo que ha llevado a la creación de leyes destinadas a proteger precisamente el derecho a la privacidad digital de las personas, como el Reglamento General de Protección de Datos (**RGPD**) y la Ley Orgánica de Protección de Datos y Garantía de Derechos Digitales (**LOPDGDD**). Esto también lleva a la necesidad de abordar la seguridad y privacidad en internet, ya que la primera es fundamental para salvaguardar la segunda.

Mientras navegamos por Internet, dejamos un rastro en cada una de las acciones que llevamos a cabo online. Es lo que se conoce como **huella digital**. Se refiere a toda la

información personal que los usuarios generan y comparten al navegar por internet o utilizar aplicaciones, plataformas u otros tipos de software conectados a la red, tanto de manera voluntaria como involuntaria. Esta información incluye diversos datos personales, como nombre, nombre de usuario, dirección IP, correo electrónico, número de tarjeta bancaria, geolocalización, patrones de comportamiento, historial de navegación, entre otros.

La huella digital comprende también el contenido creado por el usuario, como publicaciones en redes sociales, comentarios, mensajes, fotos y vídeos, independientemente de si han sido compartidos por el propio usuario o por terceros a través de canales públicos o privados. Además, abarca todos los tipos de servicios, plataformas y redes sociales digitales en los que se transmiten datos personales durante operaciones, acciones o transacciones. Para proteger la privacidad digital, los usuarios de Internet deben ser prudentes en sus acciones, sin comprometer sus datos personales en sitios sospechosos, y siendo consciente de dónde y para qué se comparten los datos.



Privacidad digital

Fuente: https://www.freepik.es/foto-gratis/mano-que-sostiene-sistema-nube-proteccion-datos_17121563.htm

La **privacidad digital** es esencial para garantizar la seguridad en internet, dado que el acceso de terceros a la información personal puede ser necesario para realizar ciertos trámites o acceder a determinados servicios. Sin embargo, si esta información no se gestiona adecuadamente o no se protege conforme a la legislación, pueden surgir usos ilícitos y abusos que afectan los derechos y libertades de los usuarios.

Aunque puede parecer que compartir algunos datos personales con empresas no tiene consecuencias significativas, a menudo se proporciona más información de la que se cree y sin ser plenamente conscientes de su uso o a quién se entrega. Muchas veces, las personas no leen las políticas de privacidad o no configuran adecuadamente los ajustes de privacidad en sus cuentas.

Proteger la privacidad digital es esencial, ya que los datos personales pueden ser utilizados para fines que no siempre son éticos, incluyendo publicidad personalizada,

recomendaciones de contenido o incluso actividades delictivas, como la suplantación de identidad. Los datos personales son valiosos para empresas, entidades públicas y otros actores, incluyendo creadores de desinformación y ciberdelincuentes.

Más allá de la privacidad individual, la protección de la privacidad digital es relevante para la integridad de los sistemas democráticos, la justicia, el cumplimiento de la ley y la libertad individual y colectiva.

Se pueden identificar tres tipos de privacidad digital:

- **Privacidad de la información:** derecho de las personas a decidir cómo se recoge y utiliza su información personal, especialmente los datos que permiten la identificación de una persona.
- **Privacidad de la comunicación:** derecho a que las comunicaciones digitales sean seguras y que solo los destinatarios originales tengan acceso a sus mensajes.
- **Privacidad individual:** derecho de las personas a decidir qué información y contenidos reciben y cuáles no desean recibir.

Para las organizaciones, tanto empresas privadas como organismos públicos, es esencial cumplir con la normativa de protección de datos. Esto incluye adoptar principios de transparencia y responsabilidad proactiva, lo que implica informar a los usuarios sobre el uso y tratamiento de sus datos (qué datos se recogen, con qué finalidad, durante cuánto tiempo, quién los recoge, etc.).

Además, se deben implementar medidas de seguridad técnicas y organizativas para garantizar la confidencialidad, integridad y disponibilidad de los datos, así como atender las reclamaciones de derechos de los usuarios y obtener su consentimiento explícito para el tratamiento de sus datos cuando no se cumplan las condiciones del RGPD.



Ciberataques

Fuente: https://www.freepik.es/foto-gratis/vista-lateral-pirata-informatico-masculino-guantes-portatil_8725466.htm

En este contexto, los profesionales y empresas que manejan datos personales en el ejercicio de su actividad, incluida la gestión de páginas web, pueden facilitar el cumplimiento de la normativa al contratar servicios externos especializados en protección de datos y privacidad web. De esta manera, se puede asegurar el respeto y la protección de la privacidad digital de los clientes, cumpliendo así con las obligaciones establecidas por la ley.

En cuanto a los usuarios, gestionar la privacidad digital implica tomar conciencia sobre los datos e información personal que se comparten y reducir esta cantidad en la medida de lo posible, además de implementar medidas de protección básicas.



ENLACE DE INTERÉS

El Instituto Nacional de Ciberseguridad ofrece consejos muy prácticos para proteger tu privacidad, los cuales puedes encontrar en su página web:



EJEMPLO PRÁCTICO

Sara se enfrenta al reto de proteger su privacidad digital al desarrollar su marca personal en redes sociales y plataformas de trabajo. Se siente insegura sobre cómo se manejan sus datos personales, especialmente después de recibir correos sospechosos y notar que su contenido ha sido compartido sin su consentimiento. Esto la lleva a cuestionar cómo puede asegurar la seguridad de su información y la de sus clientes, cumpliendo al mismo tiempo con las normativas de protección de datos.

Para resolver este problema, Sara se informa sobre el RGPD y la LOPDGDD, ajustando la configuración de privacidad en sus redes sociales y siendo más selectiva con la información que comparte. Implementa medidas de seguridad, como contraseñas fuertes y autenticación en dos pasos. También crea una sección en su sitio web para educar a sus clientes sobre el manejo de su información, reforzando así su reputación como un profesional confiable y protegiendo la privacidad digital.

RESUMEN FINAL

Esta unidad ha abordado los aspectos fundamentales en la búsqueda y selección de empleo, proporcionando una guía clara para afrontar cada etapa con éxito. Las estrategias de búsqueda de empleo nos muestran la importancia de utilizar diversas técnicas y fuentes, desde portales de empleo hasta redes sociales profesionales, y cómo las herramientas de inteligencia artificial pueden facilitar este proceso.

La identificación y selección de ofertas laborales nos enseña a reconocer aquellas oportunidades que mejor se alinean con nuestro perfil profesional, considerando los requisitos y las tareas de los puestos. Además, se han presentado oportunidades de empleo a nivel europeo y el uso del Pasaporte Europass como herramienta para mejorar la movilidad laboral.

En los procesos de selección, se han revisado técnicas de reclutamiento y procedimientos tanto en el sector público como en el privado. También se han proporcionado estrategias clave para superar con éxito cada fase del proceso, destacando la importancia de la preparación para las entrevistas y el papel que los simuladores digitales y la inteligencia artificial pueden jugar en esta preparación.

Por último, se ha profundizado en la importancia de un currículum vitae actualizado y adaptado a cada oferta, acompañado de una carta de motivación bien redactada. Se concluye con el concepto de marca personal, donde el autoanálisis, la creación de una red de contactos y la protección de los datos personales juegan un papel crucial para posicionarse favorablemente en el mercado laboral actual.