



# Libro No envíe su currículum

## Y otras reglas a la contra para ayudarle a conseguir un gran empleo

Jeffrey J. Fox  
Hyperion, 2001  
También disponible en: Inglés

### Reseña

Para un libro titulado “No envíe su currículum” el autor pasa mucho tiempo explicando al lector cómo escribir un currículum (o una carta-currículum) y qué hacer después. No se deje engañar por lo astuto del título. Jeffrey J. Fox no propone prescindir del currículum, sino que simplemente le enseña a escribir versiones que funcionen para usted. El autor explica qué hacer – y qué no hacer – para conseguir un buen empleo. En capítulos cortos y directos al grano (el libro es tan pequeño que podría caber el maletín de uno de los siete enanitos), el autor le muestra desde el proceso de analizar el mercado para buscar un empleo, hasta la planificar y auto-comercializarse como producto. Algunos consejos son novedosos, otros no son más que sentido común empresarial. Aun cuando sólo sea posible encontrar unas pocas joyas, *BooksInShort* opina que éste es un buen lugar para empezar su búsqueda de empleo – y excelente si es usted un principiante en la búsqueda de empleo.

### Ideas fundamentales

- Enviar su currículum a muchas empresas no le conseguirá un empleo y ni siquiera una entrevista de trabajo.
- “Haga la tarea” y analice a cada una de las empresas donde quiera solicitar trabajo.
- Adapte su currículum a la medida de cada empresa.
- No envíe su currículum a menos que haya hablado con el gerente de personal o con la persona que lo haya recomendado.
- Una carta-currículum es una combinación de carta y currículum.
- No olvide que usted se está poniendo a la venta como si fuera un producto, así que auto-promocíonese ante la empresa.
- Una carta de impacto dirigida al gerente de personal o al CEO puede lograrle una entrevista.
- Considere su entrevista como una reunión de ventas.
- Planifique todos los aspectos de su entrevista.
- Declare su valor potencial para la organización en términos de dólares.

### Resumen

#### Ignore la sabiduría popular

Si usted desea encontrar un buen empleo, ignore la sabiduría popular y destáquese respecto a la mayoría de hombres o mujeres utilizando técnicas de búsqueda de empleo que le permitan atraer la atención.

Si usted solamente recurre a currículos y redes de influencias para lograr un empleo, estará limitando sus opciones. Después de todo, Microsoft no vende software enviando un folleto a diez millones de personas y haciendo que sus empleados llamen a antiguos contactos. Ese no es el modo en que vende cerveza Budweiser ni vende jabón Procter & Gamble. Usted tampoco debe venderse de esa manera. Buscar trabajo consiste en venderse a sí mismo. Usted no es más que un producto que quiere que una empresa compre. ¿Qué hacen las grandes empresas cuando quieren vender un producto? Invierten en innovación, crean productos diferenciados, diseñan los productos a la medida de necesidades concretas de los consumidores, y los empacan y promocionan con propósito. Eso es exactamente lo que tiene que hacer usted, aunque a una escala menor y menos costosa, por supuesto. Siguen siendo aplicables los mismos principios del marketing empresarial.

“Todos los currículos tradicionales enviados sin solicitud previa van directamente del buzón a la basura.”

Los responsables de contratar personal a diario – sus clientes potenciales – ven las mismas frases en cada currículum que leen. Leen cartas de presentación que suenan todas igual, y currículos y cartas que apenas son relevantes a sus necesidades. Todos los días, las personas que buscan empleo comienzan sus entrevistas de trabajo preguntando: “Entonces, ¿qué hace su empresa?” Esta claro que algunas personas no hacen la tarea.

## Modelo para conseguir empleo

Encontrar un empleo cuesta trabajo, pero su esfuerzo merecerá la pena. Deberá usted dar los pasos siguientes:

- Elija una organización concreta e investigue sobre ella.
- Escriba una carta de impacto para lograr una entrevista.
- Llame antes para preparar la entrevista y trate la llamada como una visita de ventas.
- Establezca la cantidad de dólares equivalente a su valor potencial para la organización.
- Lleve a la entrevista algo útil para la empresa.
- Realice un análisis de necesidades de la empresa durante la entrevista.
- Escriba un currículum individual para cada organización a la que se dirija.
- Utilice el currículum como literatura de ventas que refuerza la información presentada en la entrevista.
- Envíe una nota de agradecimiento a cada uno de los entrevistadores durante las 24 horas siguientes a la entrevista.
- Haga llamadas previas para planear todas y cada una de sus entrevistas.

## Su currículum

Los profesionales de ventas que visitan o llaman al cliente sin cita preestablecida practican lo que se conoce como ventas en frío. Y las ventas en frío tienen un porcentaje de éxito bajo. Cuando usted envía un currículum no solicitado a alguien con quien nunca ha hablado o a alguien que no sabe nada de usted, está, a todos los efectos, intentando hacer una venta en frío. ¿Qué les ocurre a los currículos de venta en frío cuando llegan? La mayoría termina en la basura. Algunos pueden generar una carta de rechazo. Casi todos son ignorados.

“Cada puesto de trabajo puede ser contabilizado en dólares. Cada puesto de trabajo tiene valor. Usted debe considerar de qué manera el trabajo que desea crea valor. En la entrevista, articule sus preguntas y respuestas de manera que su valor en dólares sea evidente.”

Es posible que la organización a la que envía su currículum no necesite contratar a nadie en ese momento. Dado que usted es el producto, y su currículum es la literatura de ventas, recuerde que los vendedores nunca envían literatura antes de reunirse con un cliente potencial, a menos que hayan tenido una conversación en la que el cliente les haya solicitado información antes de que se celebre la reunión.

“A nadie le importa cómo desea usted utilizar su experiencia. A nadie le importa que a usted le guste trabajar con los demás. A nadie le importa que en esta etapa de su carrera profesional usted quiera o no quiera hacer esto o lo otro. A las empresas que contratan lo único que les importa son sus propios problemas.”

Su currículum debe adaptarse a las características del empleo y de la organización. Dicho currículum a la medida deberá destacar cómo su experiencia se ajusta a las necesidades de la organización. La gente de ventas crea interés por su producto y utiliza luego la literatura para reforzar el impacto – haga usted lo mismo. Su currículum tendrá mayor impacto si el gerente de personal lo lee después de oír sobre usted, hablar con usted o reunirse con usted.

“A las empresas que contratan les gustan los candidatos que han ‘hecho la tarea’ y vienen preparados a las entrevistas. Deducen que si la persona ha hecho un buen trabajo para conseguir el empleo la persona hará un buen trabajo una vez que tenga el empleo.”

Demasiados currículos se parecen. Los gerentes de personal saben que el currículum típico exagera la experiencia real y el potencial del solicitante. Por tanto, inicialmente reciben la mayoría de currículos con escepticismo. Es necesario superar esa barrera. Dado que venderse a uno mismo implica captar la atención y ser diferente, si su presentación inicial depende exclusivamente de un currículum (todavía no han oído de usted ni han hablado con usted), y su currículum se parece a los demás, es muy difícil destacar entre la muchedumbre. Su currículum tiene dos objetivos:

1. Ser lo suficientemente interesante como para conseguirle una entrevista
2. Reiterar, después de la entrevista, cómo la empresa resolverá su problema al contratarlo.

## Cómo elegir empresas

Si sabe la empresa en la que le gustaría trabajar, diríjase primero a ella. Si no tiene ninguna empresa pensada, elija una, dos o tres ciudades donde le gustaría trabajar (incluida su ciudad actual de residencia, especialmente si no desea trasladarse). Entonces consiga un mapa. Con la ciudad objetivo en el centro trace una circunferencia con un radio de 40 o 50 millas. Ese círculo de 40 millas es el área donde empezará usted su búsqueda de empleo. Haga lo mismo para cada ciudad.

“¿Por qué tendría una empresa que contratarle sin tener prueba de su valía? Una demostración exitosa de sus cualidades vale mil currículos.”

Cuando le preguntaron al legendario asaltante de bancos Willie Sutton (1901-1980) por qué robaba bancos, su respuesta fue: “Ahí es donde está el dinero.” Cuando le pidieron al beisbolista y miembro del Salón de la Fama Wee Willie Keeler (1872-1923) que explicase su talento al batear, dijo: “Mantengo la vista clara y bateo hacia donde no haya jardineros.” Para resumir la sabiduría de los dos Willies: cuando busque trabajo, hágalo donde los demás no lo hagan, es decir, donde ningún otro demandante de empleo lo esté buscando. Ahí es donde está el dinero. Entre los sitios poco convencionales donde buscar empleo destacan:

- Los inversionistas en capital riesgo, las empresas de compras apalancadas y las empresas de inversión en renta variable siempre necesitan gerentes

- experimentados, especialmente si una de las empresas en su cartera está en dificultades.
- Las empresas pequeñas suelen ser un mejor lugar de trabajo que las grandes. Las empresas pequeñas (aquellas cuyos ingresos son inferiores a 25 millones de dólares) suelen ofrecer más seguridad en el empleo porque las contrataciones son menos frecuentes y se hacen con más cuidado y para satisfacer una necesidad importante.
- Como una superpotencia económica, China ofrece crecientes oportunidades para trabajadores y gerentes. Existen sólidas empresas estadounidenses, chinas y de otros países están buscando a gente interesada en realizar su carrera profesional en China y dispuesta a aprender mandarín.
- Aunque todavía no se puede ir a trabajar a Cuba, el país se abrirá a los negocios estadounidenses cuando caiga el gobierno comunista de Castro o cuando el Congreso levante las sanciones. La inversión extranjera ya está presente en el país. Las promotoras de resorts vacacionales, la banca internacional, incluso McDonald's: todos estarán presentes en Cuba.

## Escriba una carta de presentación distinta

Usted puede escribir varios tipos de carta de presentación. Elija la que se adecue mejor a su empresa objetivo:

- Carta de impacto Actúe como un jugador de impacto y siempre encontrará trabajo en una buena organización. Un empleado con impacto es alguien capaz de mejorar la economía de la empresa de manera rápida y eficiente atrayendo clientes, dinamizando la fuerza de ventas, reestructurando un departamento de mediocre rendimiento, acelerando procesos de innovación, resolviendo problemas de envíos o incluso realizando tareas necesarias pero desagradables que nadie más quiere hacer. A fin de captar la atención del ejecutivo de personal en su empresa objetivo, escriba una carta que demuestre su capacidad para ejercer un impacto positivo sobre la empresa. Destaque cuatro o cinco maneras en las que su experiencia, conocimientos e ideas serán útiles. Si su carta está bien escrita y sus propuestas son factibles, generalmente obtendrá la entrevista. Si no lo contratan a tiempo completo, puede que le ofrezcan trabajo como consultor, que podría conducir a un puesto a tiempo completo.
- Carta boomerang Estas cartas actúan como un boomerang al emplear las mismas palabras utilizadas por la empresa en su anuncio de oferta de trabajo. Para captar la atención de los responsables de la contratación de personal, hágase eco de los términos utilizados en el anuncio y de sus intenciones. Su carta es, en esencia, un espejo del anuncio, que incorpora sus contenidos en la descripción de su experiencia, conocimientos, ideas e impacto potencial.
- Carta-curriculum – Este tipo de carta sustituye al tradicional curriculum. Escriba una narración bien construida, que destaque las cualidades que sean más importantes para el gerente de contrataciones. Este formato le permite mezclar información biográfica y cronológica. La carta-curriculum debería reflejar algunos de los elementos presentes en el anuncio de oferta de trabajo o en la descripción del puesto. Cuando menos, su carta-curriculum destacará del resto de currículos tradicionales.

## No juegue a la ruleta del curriculum

No juegue a la ruleta del curriculum, un juego de baja efectividad que consiste en inundar el mercado de trabajo arbitrariamente con currículos. Dado que no hay dos empresas iguales – cada una tiene una cultura, una estructura de dirección, unos productos, unos perfiles de contratación y unas necesidades que le son propios – es una tontería enviar a todas el mismo curriculum. Olvide de los envíos masivos. “Haga la tarea” e investigue sobre cada empresa y adapte su curriculum o su carta-curriculum a las necesidades concretas de cada una de ellas.

## Reglas para escribir un curriculum

Aplice estas ideas cuando quiera escribir un curriculum que destaque del montón:

- Escriba un curriculum a la medida de la empresa con una carta de presentación a la medida de la entrevista.
- En un curriculum hecho a la medida, coloque la sección personal en la primera parte, a fin de humanizarlo y permitirle destacar desde el comienzo.
- En el caso de un curriculum general, enfatizar la sección personal podría ser arriesgado ya que no es posible saber cómo percibirán las empresas este tipo de presentación. Su afición al piragüismo en aguas rápidas pudiera espantar a los responsables de personal ante la idea de emplear a alguien que se va a pasar más tiempo lesionado que trabajando.
- Usted puede exagerar su experiencia o su importancia, pero nunca mienta.
- Prescinda de las descripciones halagadoras de sí mismo. No utilice frases como “pasión por el servicio al cliente,” “pensador estratégico con visión a largo plazo,” “capacidad de liderazgo demostrada,” “orientado a lograr resultados” o “capacidad para afrontar nuevos retos.”
- En vez de describirse a sí mismo, cite hechos, incidentes y cifras que revelen sus buenas cualidades.
- Prescinda de términos técnicos o específicos a organizaciones o sectores determinados. Utilice un lenguaje sencillo.
- Concéntrese en sus últimos cinco a ocho años. Presente esa experiencia de manera que se corresponda con las necesidades de su empresa objetivo.
- Elimine la sección de pertenencia a asociaciones profesionales. La afiliación y pertenencia a cuerpos profesionales puede generar controversia, a menos que se trate de asociaciones importantes dentro de su campo.
- No incluya una sección de resumen. Suelen ser palabras vacías que, de todos modos, nadie se cree.
- Recuerde que el único objetivo profesional aceptable es ayudar a la empresa a conseguir y mantener clientes para lograr un beneficio. Ese es el único objetivo de cualquier trabajo.
- No emplee el “yo” en su curriculum. Escriba en tercera persona. Las cartas de presentación y las cartas-curriculum, aunque escritas en primera persona, deben minimizar el uso del “yo.”
- De manera clara y persuasiva, responda la pregunta: “¿Por qué debe contratarme la organización?”
- Nunca escriba un curriculum que supere las dos páginas. Los currículos largos le dicen a su potencial empleador que usted se jacta de sí mismo, no sabe priorizar y no va al grano.

## Sobre el autor

**Jeffrey J. Fox** es autor de los best-seller *How to Become a CEO* y *How to Become a Rainmaker*, así como fundador de Fox & Co., en Avon, Connecticut.

