



Libro **Cómo conseguir el empleo de sus sueños**

¡Sin currículum! Y otros secretos para entrar

Jeffrey J. Fox
Hyperion, 2007
También disponible en: Inglés

Reseña

Por ser un libro que le dice que no envíe un currículum, el autor dedica una enorme cantidad de tiempo explicándole al lector cómo redactar uno (o una carta-currículum) y qué hacer luego con él. No se deje engañar por el gancho del título. Jeffrey J. Fox no prohíbe el currículum, simplemente quiere que usted aprenda a escribir versiones que sean eficaces. Le explica qué hacer – y qué no hacer – para obtener un gran empleo. A lo largo de capítulos que tienen el tamaño de un bocado y que van directamente al grano (es un libro tan pequeño que podría entrar en el portafolio de un gnomo), el autor lo guía a través del proceso de búsqueda de un puesto, planificación y comercialización del producto que es usted mismo. Algunas de sus propuestas son innovadoras; otras tradicionales, ni más ni menos que el sentido común de los negocios. Aun si tan sólo extrae unas pocas joyitas, *BooksInShort* considera que éste es un buen lugar para comenzar su búsqueda de trabajo – y un muy buen lugar para los que recién se inician en la búsqueda laboral.

Ideas fundamentales

- Enviar mensajes masivos con su currículum no le hará conseguir un trabajo, ni siquiera una entrevista.
- Usted debe investigar cada empresa en la cual tiene intenciones de pedir trabajo.
- Prepare un currículum hecho a la medida de cada empresa.
- No envíe el currículum hasta tanto no haya hablado o no conozca al responsable de contratación o a la persona que lo recomienda.
- Una carta-currículum es una combinación de ambos documentos.
- Recuerde que usted se presenta como un producto, de modo que véndase como tal a la empresa.
- Escribirle una carta de impacto al responsable de contratación de personal o al director ejecutivo puede ayudarlo a conseguir una entrevista.
- Piense en su entrevista como en una llamada de ventas.
- Planifique todos los aspectos de la entrevista.
- Determine su valor potencial en dólares para la organización.

Resumen

Introducción

Si usted quiere conseguir un gran trabajo, ignore la sabiduría común y disponga toda su energía para sobresalir del promedio utilizando técnicas de búsqueda laboral que lo destaquen del resto.

Si usted se apoya solamente en el currículum y en generar redes de contacto para conseguir un trabajo, se pone límites. Después de todo, para vender sus programas, Microsoft no envía un folleto a diez millones de personas y les pide a sus empleados que llamen a los viejos contactos. Tampoco usted debería venderse de esa forma. Y la búsqueda de empleo consiste sencillamente en venderse a uno mismo. Usted es nada más ni nada menos que un producto que desea que una empresa compre. ¿Qué hacen las grandes empresas cuando quieren vender un producto? Invierten en innovación, crean productos diferenciados, personalizan los productos para satisfacer necesidades específicas de los clientes y envasan y promocionan estos productos claramente. Esto es exactamente lo que usted tiene que hacer para venderse, a una escala más pequeña y menos costosa, desde luego.

“Todos los currículos no solicitados y estándar pasan de la bandeja de recepción al tacho de basura.”

Los responsables de contratación de personal – sus potenciales clientes – ven todos los días las mismas frases escritas en cada currículum. Reciben cartas de presentación que suenan iguales, y currículos y cartas de presentación que apenas apuntan a sus necesidades. Los reclutadores comienzan todos los días sus entrevistas de trabajo formulando la siguiente pregunta: “¿Y a qué se dedica su empresa?” Claramente, algunas personas no están haciendo la tarea.

El programa de acción para conseguir trabajo

Buscar trabajo es un trabajo, pero usted recogerá los frutos de sus esfuerzos. Lo que necesita es seguir estos pasos:

- Elija la organización en la que desee trabajar y haga averiguaciones sobre ella.
- Escriba una carta de impacto para conseguir una entrevista.
- Llame de antemano para planificar la entrevista y trátela como si fuera una llamada de ventas.
- Determine el monto en dólares de su valor potencial para la organización.
- Lleve a la entrevista información útil para la empresa.
- Realice un análisis de necesidades durante la entrevista – las necesidades de la empresa, no las suyas.
- Redacte un currículum particular para cada organización.
- Use el currículum a modo de material impreso de ventas para dar seguimiento a la entrevista.
- Envíe una nota de agradecimiento a cada entrevistador al día siguiente de la entrevista.
- Llame antes para planificar cada entrevista subsiguiente que tenga.

Su currículum

Los vendedores que visitan a los clientes sin concertar una cita previamente hacen lo que se llama una visita en frío. Y las visitas en frío tienen una tasa baja de éxito. Cuando usted envía sin que se le pidan un currículum a una persona con la que nunca habló, o a la que no le han hablado de usted, lo que usted está haciendo es, en efecto, una visita en frío. ¿Qué ocurre con un currículum ‘en frío’ una vez que llega? La mayoría va a parar al tacho de basura. Algunos pueden generar una carta de rechazo. Casi todos son ignorados.

“Todo empleo puede ser valuado en dólares. Todos tienen un valor. Usted debe considerar detenidamente cómo el empleo al cual usted aspira crea valor. En sus entrevistas, formule y responda preguntas de forma tal de dejar en evidencia su valor en dólares.”

La organización a la que usted envió su currículum quizás ni siquiera esté necesitando contratar a nadie en ese momento (aunque usted no lo sabe si no lo investigó). Como usted es su producto, y su currículum es su folletería de ventas, recuerde que los vendedores nunca envían folletería antes de encontrarse con un potencial cliente sin antes haber tenido una conversación en la cual el cliente solicite información antes de concertar un encuentro.

“A nadie le importa cómo usted quiere usar su experiencia. A nadie le importa que a usted le guste trabajar con gente. A nadie le importa que en esta etapa de su carrera profesional usted quiere o no quiere hacer esto o aquello. Lo único que les importa a los reclutadores es el problema que ellos tienen.”

Su currículum debe estar adaptado al empleo y a la organización en cuestión. El currículum adaptado debe recalcar cómo su experiencia se ajusta a las necesidades de la organización. Los vendedores crean interés en su producto y luego se valen de folletos de venta para reforzar el impacto – que es lo mismo que usted tiene que hacer. Su currículum generará un impacto mayor si el responsable de contratación de personal lo lee después de haber escuchado hablar de usted o haber hablado o haberse encontrado con usted.

“Esté absolutamente seguro de saber cómo pronunciar los nombres de todos. Estados Unidos es un universo de nuevos y viejos etnicismos. Hay nombres muy difíciles, pero pronunciar correctamente el nombre de alguien es una señal de respeto.”

Hay demasiados currículos que se parecen entre sí. La mayoría de los contratantes saben que por lo general éstos exageran la verdadera experiencia, las habilidades y el potencial del candidato. Es por esta razón que, en principio, leen la mayoría de los currículos con escepticismo. Usted debe superar esta barrera. Ya que venderse a usted mismo depende de llamar la atención y ser diferente, si usted es representado inicialmente sólo por un currículum y su currículum se parece a todos los demás, difícilmente se destaque entre la multitud. Su currículum sirve dos propósitos:

1. Generar curiosidad suficiente como para conseguir una entrevista.
2. Con posterioridad a la entrevista, reafirmar cómo el problema del contratante se resuelve contratándolo a usted.

Elegir las empresas objetivo

Si usted conoce una empresa en la cual le gustaría trabajar, considérela como el primer objetivo. Si no tiene ninguna empresa objetivo, elija una, dos o tres ciudades o pueblos en donde le gustaría trabajar (incluyendo donde usted vive actualmente, especialmente si prefiere no trasladarse a otro lugar). Luego consiga un mapa. Usando la ciudad objetivo como centro, tome un compás y dibuje un círculo con un radio de entre 40 y 50 millas. Este círculo de 40 millas es el área en donde usted comenzará su búsqueda laboral. Haga lo mismo con cada ciudad o pueblo.

“A las empresas contratantes les gustan los candidatos que hicieron sus deberes y van preparados a las entrevistas. De ello infieren que hacer un buen trabajo para conseguir un empleo es señal de hacer un buen trabajo una vez contratado.”

Busque trabajo allí donde nadie más lo esté buscando. Ahí es donde está el dinero. Algunos de los lugares no convencionales donde buscar trabajo son:

- Los inversionistas de capital de riesgo, las empresas que realizan adquisiciones apalancadas y las empresas de inversión de *private equity* siempre necesitan

- gerentes experimentados, especialmente si alguna de las empresas de su cartera está en problemas. Algunas incluso ponen a un ejecutivo en la nómina hasta que puedan moverlo a un puesto operativo.
- Las empresas de baja capitalización suelen ser un mejor lugar para trabajar que las de gran capitalización bursátil. Las empresas de baja capitalización (aquellas con ingresos inferiores a los \$25 millones) por lo general ofrecen mayor seguridad laboral porque las contrataciones se realizan con menor frecuencia, se pone un mayor cuidado y se cubre una necesidad importante.
- Como superpoder económico, China ofrece cada vez más oportunidades a los trabajadores y directivos. Las empresas sólidas estadounidenses, chinas y extranjeras buscan a personas interesadas en emprender una carrera profesional en China y dispuestas a aprender mandarín.
- Si bien todavía no puede ir a trabajar a Cuba, este país abrirá las puertas a las empresas estadounidenses una vez que el gobierno comunista de Castro caiga o cuando el Congreso elimine las sanciones impuestas a EE.UU. Ya hay inversiones extranjeras movilizándose hacia ese país. Desarrolladores de complejos vacacionales, banqueros internacionales – hasta Mc. Donalds; todos estarán en Cuba.

Redacte una carta distinta

Usted puede escribir varios tipos de cartas. Elija uno que se ajuste a su empresa objetivo.

- Carta de impacto** – Sea un jugador con impacto y encontrará siempre un empleo en una buena organización. Un jugador con impacto es alguien capaz de mejorar rápida y eficientemente la economía de una empresa trayendo más clientes, inyectando energía a la fuerza de ventas, reestructurando un departamento con bajo rendimiento, acelerando los procesos de innovación, resolviendo problemas de envíos o incluso llevando a cabo tareas nocivas pero necesarias que nadie más quiere hacer. Para ganarse la atención del ejecutivo reclutador de su empresa objetivo, escriba una carta que deje ver su capacidad de ejercer un impacto positivo en la organización. Resalte cuatro o cinco formas en las cuales su experiencia, conocimientos e ideas pueden ser útiles. Si su carta está bien redactada y sus propuestas son factibles, por lo general conseguirá una entrevista.
- Carta bumerang** – Estas cartas le devuelven a la empresa las palabras que ésta utilizó en su aviso de empleo. Para captar la atención del reclutador, hable con las palabras y la intención del aviso de oferta de empleo. Básicamente, su carta es un espejo de ese aviso, que incorpora el contenido del aviso en la descripción de su experiencia, sus conocimientos, sus ideas y su potencial impacto.
- Carta-curriculum** – Ésta reemplaza al curriculum estándar. Esta redacción cuidadosamente elaborada resalta las características de su personalidad que son más relevantes para el contratante. El formato le permite mezclar información biográfica y cronológica. La carta-curriculum debe reflejar partes del aviso de oferta laboral o la descripción del puesto de la empresa contratante. Como mínimo, su carta-curriculum se destacará dentro de la pila de currículos habituales.

Ruleta de currículos

No juegue a la ruleta de currículos – que consiste sencillamente en inundar arbitrariamente el mercado con currículos – que siempre genera rendimientos bajos. Si no hay dos empresas iguales – cada una tiene su propia cultura, estructura de gestión, productos, perfiles de contratación y necesidades de empleo – entonces enviar el mismo curriculum a las dos es sencillamente una tontería. Olvídense de los correos masivos. Haga la tarea e investigue a cada empresa, y luego adapte su curriculum o carta-curriculum a las necesidades específicas de ésta.

Reglas de redacción del curriculum

Aplice las siguientes ideas para redactar el curriculum más original:

- Redacte un curriculum adaptado a la empresa con una carta de presentación adaptada a la entrevista.
- En el curriculum personalizado, ponga la sección de datos personales en el margen superior para humanizar el curriculum y destacarse desde el principio.
- En un curriculum general, poner el énfasis en la sección de datos personales puede ser riesgoso porque usted no sabe a ciencia cierta cómo irá esto con la idiosincrasia de cada empresa.
- Puede ensalzar un poco más su experiencia o su importancia, pero no mienta.
- Elimine todas las descripciones personales que sólo le interesen a usted. No use frases tales como “pasión por la atención al cliente,” “liderazgo comprobado,” “orientado a resultados” y “capacidad para asumir nuevos desafíos.”
- En lugar de describirse a usted mismo, incluya hechos, acontecimientos o cifras que revelen sus buenas cualidades.
- Elimine el lenguaje o la jerga organizacional o específica de la industria. Use un español sencillo.
- Concéntrese en los últimos cinco u ocho años de su vida. Posicione esa experiencia para que coincida con las necesidades laborales de su empresa objetivo.
- Elimine la sección de afiliaciones de su curriculum. Las afiliaciones y las membresías pueden ser controversiales, salvo que sean afiliaciones profesionales importantes para el campo laboral en cuestión.
- Saltee la sección del resumen. Por lo general es autopromoción que nadie compra.
- Recuerde que el único objetivo de empleo aceptable es ayudar a la empresa a conseguir y retener más clientes para generar ganancias.
- No utilice la primera persona del singular en el curriculum. Escriba en tercera persona. Las cartas de presentación y las cartas-curriculum, aunque se escriben en primera persona, deben tratar de minimizar el uso de esta voz.
- Contéstese clara y persuasivamente la siguiente pregunta: ¿Por qué esta organización debería contratarme?
- No escriba nunca un curriculum de más de dos páginas. Los currículos extensos le dan la sensación al contratante de que usted es demasiado autorreferencial, no sabe priorizar y no tiene poder de síntesis.

Sobre el autor

Jeffrey J. Fox es el autor de los éxitos de ventas *How to Become a CEO* y *How to Become a Rainmaker*, y es fundador de Fox & Co., en Avon, Connecticut. Obtuvo su Maestría en Negocios en la Facultad de Negocios de Harvard. Vive actualmente en Connecticut.