Expansión

Publicación	Expansión General, 1	Fecha	20/07/2023
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	36 629	V. Comunicación	60 813 EUR (68,325 USD)
Difusión	23 452	Tamaño	6,43 cm² (1,0%)
Audiencia	117 000	V.Publicitario	2109 EUR (2370 USD)

Profesiones

Cinco errores que ralentizan su carrera por un buen trabajo P31

Expansión

Publicación	Expansión General, 31	Fecha	20/07/2023
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	36 629	V. Comunicación	60 813 EUR (68,325 USD)
Difusión	23 452	Tamaño	374,10 cm² (60,0%)
Audiencia	117 000	V.Publicitario	12 200 EUR (13 707 USD)

Cinco errores que ralentizan su carrera por un buen trabajo

VIDA LABORAL/ El paréntesis estival es buen momento para analizar el por qué del fracaso en la búsqueda de empleo y en la reinvención profesional, sobre todo con los cambios que ha traído la 'gran dimisión'.

Tino Fernández. Madrid

Esta época del año suele ser propicia para la reflexión, para sacar conclusiones y diseñar nuevas estrategias en el caso de aquellos que busquen un empleo o persigan un cambio profesional y no lo hayan conseguido. A todo esto hay que añadir las consecuencias de la *gran dimisión*, las incertidumbres de los nuevos modelos de actividad y las exigencias de millones de profesionales que demandan cambios en la forma de trabajar.

Como cada año, es posible analizar qué factores están retrasando ese cambio y nos impiden obtener resultados concretos.

Algunos son ya tradicionales, y están por encima de la *gran dimisión*, o de los nuevos modelos de trabajo... Uno de ellos es no haber hecho los deberes, esto es, el trabajo previo a la búsqueda, al envío del currículo, al contacto con el reclutador y al encuentro con el entrevistador, que resulta determinante para el éxito final.

Dreamstime

Los cambios que llegaron con la 'gran dimisión' y los nuevos modelos de trabajo obligan a repensar las estrategias de búsqueda.

Pronóstico necesario

Si no hace un pronóstico acerca de su empleo, de su profesión o del sector en el que ha estado trabajando hasta ahora, las posibilidades de éxito son mínimas, sobre todo en un mercado laboral que cambia a gran velocidad. Conocerse uno mismo es básico.

Si no ha investigado acerca de la empresa que hace la oferta también comete un error. Esto tiene que ver asimismo con la importancia de conocerse a usted mismo, saber lo que quiere y lo que necesita la organización a la que se dirige en busca de empleo.

Perder el foco

Aplicar para cualquier puesto sin ton ni son no tiene mucho sentido y da pésimos resultados. Debe centrar el foco en sus empleadores ideales: las empresas que realmente le interesan, que están alineadas con su pasión y, lo más importante, que necesitan sus habilidades profesionales. Una vez que determine todo esto debe adaptar su búsqueda a estas organizaciones.

Durante la *gran dimisión* se acuñó el término *aplicación rabiosa* –atribuido a *Redweez*, una *tiktoker* canadiense que aseguró en las redes que se había apuntado "con rabia" a 15 ofertas y que había conseguido un trabajo en el que ganaba 25.000 dólares más que en el anterior– para referirse a la estrategia del enfado que implica un envío masivo de currículos o aplicar irreflexivamente a todo tipo de ofertas sin un mínimo análisis y sin foco ni serenidad. Los expertos creen que esto lleva a la autodestrucción. La probabilidad de error en la elección es mayor, porque no se analiza el puesto que a uno le conviene.

Esta *aplicación rabiosa* es propia de empleados que no están satisfechos con su trabajo actual, postulándose para múltiples puestos. Se trata de una especie de acto de venganza para aquellos profesionales que se sienten menospreciados por sus jefes u organizaciones.

Errores con el currículo

Enviar el mismo currículo sin cambiar la forma en la que presenta su experiencia para que coincida o se adapte al trabajo o al puesto que solicita es otra causa de fracaso. Debe demostrar con resultados que es apto para ese puesto concreto adaptando su CV. Pero además debe averiguar qué habilidades y experiencia exigen los reclutadores. Un currículo genérico ralentiza su estrategia de búsqueda.

También debe tener en cuenta que los reclutadores apenas dedican seis segundos a la lectura de cada currículo, por lo que éste debe atraer de forma inmediata. Para hacerlo, su CV no puede ser demasiado extenso. Si es así, se trata de otra señal (negativa) de que no se está adaptando a una oferta específica.

Un currículo más largo no le permitirá contar más de usted de forma eficaz. Más bien hará que su lector se aburra. El CV no es toda la historia de su vida. Debe exponer los aspectos más relevantes de su experiencia y por qué está calificado para ese trabajo en particular.

Esta herramienta necesaria pero no suficiente podría ser eficaz en tiempos de cambio y de ansia por reinventarse profesionalmente. Los expertos recomiendan que los candidatos a un nuevo puesto sean capaces de explicar por qué están buscando un trabajo.

Debe saber explicar cómo se va a anticipar a las demandas del mercado y cómo conseguirá los recursos necesarios para lograr esa anticipación. Ha de conocer sus capacidades profesionales, y estar seguro de que éstas se adecuan al trabajo que solicita. Sólo así se diferenciará del resto de candidatos.

Demostrar resultados

Tenga en cuenta que la influencia real tiene que ver con demostrar resultados, no con la simple visibilidad.

Puesto que casi nadie puede asegurar que los éxitos laborales se repitan sistemáticamente en otra organización, su objetivo principal es proporcionar al empleador una imagen clara de sus habilidades, pero también de sus logros, y que éstos sean fáciles y rápidos de leer.

La fórmula más eficaz es la de los currículos basados en logros, que proporciona descripciones de los resultados que son claras y se pueden medir.

Lo ideal sería que ajustara la presentación de su experiencia profesional a cada entrevista que haga, en función del puesto que deba cubrir. No se trata tanto de inventar como de presentar lo que sabe y lo que ha hecho. Que se vea cómo puede responder a los requisitos del puesto.

Fallos de marca y redes

Para distinguirse del resto de competidores en la búsqueda de empleo o en la reinvención profesional que impulsa la *gran dimisión*, la marca personal es un arma decisiva. Así, lo primero que debe preguntarse es si está construyendo una marca personal para los nuevos tiempos y modelos de trabajo.

Tal vez sea que su presencia en las redes sociales asuste a los empleadores. El 93% de ellos se conecta para investigar a un candidato antes de ofrecerle un trabajo, y el 55% cambia de opinión sobre un aspirante tras recibir una impresión negativa de éste en las redes sociales.

La marca personal de los nuevos candidatos debería mostrar una propuesta de valor profesional, pero también las exigencias sobre salario físico y emocional, referidas a conciliación, trabajo remoto, salario equitativo, contrato fijo, formación o promoción.