



¿CÓMO CONSEGUIRLO?
Trabaja en lo que quieras.
Vende tu candidatura
como si de un proyecto se tratara.



ÍNDICE DE CONTENIDOS

VISIBILIDAD I

- 5.1 Objetivo: Visibilidad I
- 5.2 Cambios en el mercado
- 5.3 La importancia de la visibilidad
- 5.4 El CV tradicional
- 5.5 El caso de Carlos
- 5.6 La carta o carta-mail de presentación
- 5.7 Tu visibilidad off-line
- 5.8 Conclusiones: Visibilidad I
- 5.9 Webgrafía y enlaces de interés: visibilidad I

VISIBILIDAD II

- 5.10 Objetivo: Visibilidad II
- 5.11 CV's novedosos
- 5.12 Tu visibilidad en la red
- 5.13 Canales para la búsqueda de empleo
- 5.14 La imaginación al poder
- 5.15 Anexos: Visibilidad II
- 5.16 Webgrafía y enlaces de interés: Visibilidad II

MARKETING PERSONAL I: COMUNICACIÓN PARA EL EMPLEO

- 5.17 Objetivo: Marketing personal I
- 5.18 Situación de partida
- 5.19 Qué es la comunicación
- 5.20 La importancia de la comunicación no verbal
- 5.21 Claves de la comunicación eficaz
- 5.22 El proceso de selección estandarizado
- 5.23 Comunicación en los procesos de selección: entrevista personal y telefónica
- 5.24 Conclusiones: Marketing personal I





MARKETING PERSONAL II

- 5.25 Objetivo: Marketing personal II
- 5.26 Situación de partida: La estrategia
- 5.27 Definición de Marketing personal
- 5.28 ¿Cómo conseguirlo?: Procesos de selección
- 5.29 Técnicas de selección: Dinámica de grupo
- 5.30 Técnicas de selección: Test psicotécnicos
- 5.31 Técnicas de selección: La entrevista de selección
- 5.32 Técnicas de selección: La entrevista por competencias
- 5.33 La entrevista: Ejemplos
- 5.34 Técnicas de selección: Pruebas profesionales
- 5.35 Técnicas de selección: Pruebas novedosas
- 5.36 Conclusiones: Marketing personal II



MALETA 5: CÓMO CONSEGUIRLO

¿Sabes cómo presentar y vender tu candidatura en un proceso de selección?

Bienvenido/a al área 5 de cómo conseguirlo. En esta maleta aprenderás qué es esto de la visibilidad y conocer diferentes herramientas que proceden del marketing y del empoderamiento para hacer más visible y atractiva tu candidatura o proyecto profesional a lo largo de todo el proceso. Aprenderás a diseñar una estrategia para vender mejor tu candidatura en las entrevistas, dinámicas o procesos de selección.

Visibilidad I

5.1 OBJETIVO: VISIBILIDAD I

Estamos en el momento de **DIFUNDIR Y CONSEGUIR**, previo paso por el espacio de trabajo para generar el CV y la carta de presentación.

Lo ideal sería que llegases aquí con un plan de acción individual (PAI) detallado y organizado en acciones concretas, y conociendo tus fortalezas y posible propuesta de valor, así como al menos un objetivo profesional definido.



Los objetivos específicos de esta sección son:

Transmitir la importancia de la visibilidad en el desarrollo de una estrategia eficaz para encontrar trabajo.

Conocer diferentes herramientas para hacer más visible tu candidatura a lo largo de todo el proceso de búsqueda de empleo.

5.2 CAMBIOS EN EL MERCADO

El **mundo del siglo XXI** se caracteriza por ser un mundo VUCA (acrónimo de Volatility, Uncertainty, Complexity and Ambiguity) o lo que es lo mismo, **Volátil, Incierto, Complejo y Ambiguo**. Es un término acuñado en los 90's por el US Army War College y que cobró mayor importancia tras los atentados del 11-S, y que hace referencia a cambios a nivel mundial que exigen una adaptación de las personas a este nuevo entorno.



Pero además, se caracteriza por ser un mundo visual, rápido, competitivo y globalizado.

Estamos inmersos en una **revolución tecnológica** que se ha producido en el siglo XXI, de una magnitud e importancia tan grande o mayor aún que la de la Revolución Industrial, y que supone un cambio de paradigma en lo que tiene que ver con las relaciones no sólo del mundo del trabajo, sino en todos los ámbitos. De hecho, hemos pasado ya de la era de las nuevas tecnologías a la **era del conocimiento**.



Importante

Es importante que todas las personas, tengan el nivel de cualificación que tengan, sean conscientes de que deberán desarrollar al menos un nivel mínimo de competencias digitales para poder tanto encontrar trabajo, como mantenerlo. Además deberán también, ser capaces de mantener una disposición hacia el aprendizaje permanente.

- **Contexto de crisis:** En un contexto de crisis, además, se descompensa mucho el equilibrio entre oferta y demanda, los procesos de selección se tornan más complejos y cobra mayor importancia el uso de herramientas que hagan más visibles nuestras candidaturas.
- **Sociedad de la imagen:** Vivimos en una sociedad de la imagen, eso quiere decir que lo visual es muy importante y debemos tenerlo en cuenta también en la búsqueda de empleo, entendiendo este concepto en sentido amplio, como veremos más adelante.
- **Cambio en las reglas:** Todo esto supone un cambio absoluto en las reglas del mercado de trabajo, y por ello es importante conocerlas para adaptar nuestras estrategias de búsqueda de empleo, y aumentar nuestras posibilidades de éxito.



5.3 LA IMPORTANCIA DE LA VISIBILIDAD

La RAE

La RAE define la visibilidad como “Cualidad de visible. Dicho de una persona: Notable y que llama la atención por alguna singularidad”.

Nosotros/as entendemos la visibilidad como la tercera y última fase en el proceso de creación y gestión de la marca personal. Tiene en cuenta tanto las herramientas (cv, carta de presentación,..) como los canales (tanto en la red como fuera de ella) para difundir nuestra imagen de marca.

Los cambios en el mercado laboral actual han hecho más necesario si cabe que seamos capaces de desarrollar una estrategia para aumentar nuestra visibilidad.

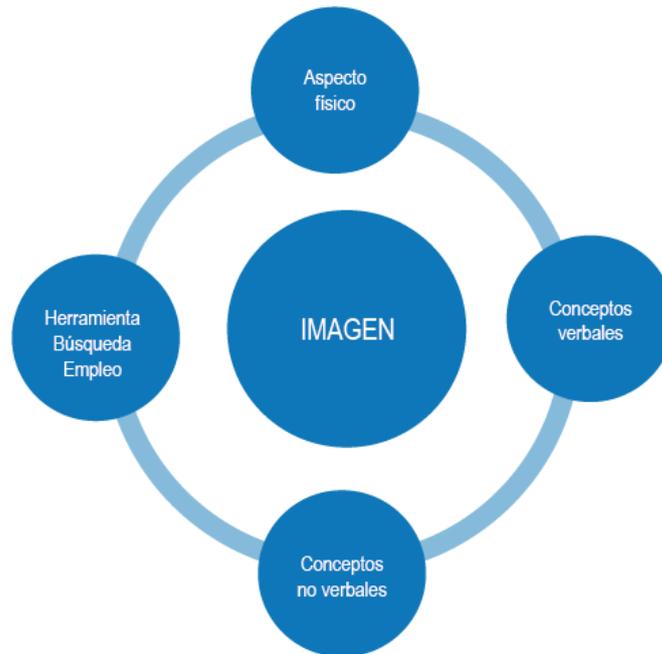


La capacidad que tengamos de mostrar nuestra ventaja competitiva frente al resto puede marcar la diferencia en la consecución de nuestro objetivo de encontrar un empleo. Todo esto va a exigirte:

- **Aprendizaje continuo:** Como se ha señalado anteriormente, la competencia clave de aprender a aprender (CCL5) será una exigencia en el mercado laboral actual.
- **Nuevas actitudes:** Desarrollar una actitud positiva, y a la vez comprender que el trabajo para toda la vida ya no existe, y que nuestro compromiso con la empresa, aunque se exige alto, probablemente será temporal. Asimismo, muchas veces, buscar factores motivacionales más internos que externos.
- **Nuevas competencias:** Nuevas competencias, o al menos, puestas en valor, además de la experiencia y formación: autonomía e iniciativa, resistencia a la adversidad, trabajo en equipo, flexibilidad,..
- **Aportar valor:** Como hemos señalado, ser capaces de diferenciarnos del resto y conocer nuestras fortalezas para destacarlas a lo largo de todo el proceso de selección; conocer cuál es nuestra ventaja competitiva frente al resto.
- **Gestión de la marca personal:** Ser capaces de definirla y desarrollar una estrategia de posicionamiento y mantenimiento de nuestra marca personal.
- **Creatividad e innovación:** Aderezar todo lo anterior con grandes dosis de creatividad e innovación, pensar diferente, buscar nuevas estrategias, cambiar en definitiva. En palabras de Albert Einstein "Si buscas resultados distintos, no hagas siempre lo mismo".



El concepto de imagen que vamos a tratar en esta área engloba los siguientes conceptos:



Todos estos factores van a influir en la imagen que transmitimos, y debemos cuidar todos ellos a la hora de difundir y visualizar nuestras candidaturas, en función del momento del proceso de selección en el que estemos y de los canales que elijamos para ello. Por el momento prestaremos especial atención a las herramientas que utilicemos en la búsqueda de empleo (cv, carta presentación,..) y a lo que transmitamos a través de las redes.

5.4 EL CV TRADICIONAL

Te recomendamos ver el siguiente vídeo: "El club del chiste - El Curriculum (Leo Harlem)"
<https://www.youtube.com/watch?v=ekOoyqbFdiE>

Según Guillem Recolons, socio fundador y personal brander de Soymimarca, el tiempo medio de lectura que un empresario y/o especialista en RRHH invertirá en una **primera lectura de nuestro cv es de 20 segundos**. Teniendo esto en cuenta, es necesario invertir tiempo en redactar uno o varios cv, y que nos sirvan como base para posteriormente, ir adaptándolos a cada empresa, puesto u oferta.

Para apoyar esta necesidad de elaborar un buen cv, que sea capaz de diferenciarnos del resto, nos podemos basar en el concepto tradicional del marketing, **AIDA** (**A**tención, **I**nterés, **D**eseo y **A**cción), concepto acuñado por Elias St. Elmo Lewis en 1898, para referirse a los efectos que debería producir un buen mensaje publicitario, y que a su vez suponen los escalones que el cliente debe "subir", para "comprar" un determinado producto o servicio.



Podemos entender la búsqueda de empleo como una tarea de marketing en la que el “producto o servicio” somos nosotros/as mismos/as y el cliente sería la empresa o reclutador, que debe “comprar” nuestra candidatura entre muchas posibles.

En lo que se refiere al CV, nuestro objetivo no va a ser conseguir el trabajo, sino **no ser descartado/a**, es decir, pasar la criba curricular que suele ser un paso importante en la mayor parte de los procesos de selección.

Para ello será **importante**:

- despertar la atención de la persona seleccionadora,
- que además encuentre interés en el contenido del CV,
- que ello despierte el interés de conocerlos,
- y que por último, genere la acción de citarnos o llamarnos para el siguiente paso en el proceso de selección, ya sea entrevista individual o grupal, dinámica de grupo, pruebas profesionales, etc.



El CV es la herramienta básica que abre puertas o las cierra para acceder a un proceso de selección. Al ser un instrumento imprescindible, vamos a intentar plasmar todas las recomendaciones imprescindibles para que su elaboración o modificación acerque a las personas desempleadas al mayor número de procesos de selección posibles.

Antes de preparar el CV creemos conveniente una fase de Documentación, recopilación de títulos, certificado de vida laboral, programaciones de cursos que hemos realizado, incluso certificados de competencias o acreditaciones parciales de procesos de evaluación en los que hayamos participado. ¿Para qué nos sirve todo eso? La fase de documentación nos ayuda a organizar la información y los datos que luego vamos a necesitar al elaborar el CV.



CONCEPTO DE CURRICULUM VITAE

Existen muchas definiciones de CV.

Currículum Vitae

Según el Diccionario panhispánico de dudas, en español es una locución derivada del latín cuya traducción literal es «carrera de la vida» y que, en su forma nominal masculina, designa «la relación de datos personales, formación académica, actividad laboral y méritos de una persona»

El CV tiene que ser la llave que abra los procesos de selección y permita acceder a una entrevista de trabajo. Nuestro objetivo tiene que ser mejorarlo con el fin de ser el candidato/a destacado entre todas las candidaturas presentadas.

¿Qué debe contener el CV para atraer las miradas de los empleadores? Consideramos que el CV debe tener una estructura adecuada, un objetivo definido, un formato correcto y se debe ajustar siempre al perfil y sector al que se dirige la candidatura.

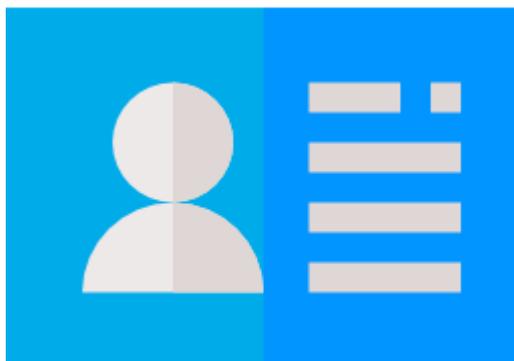
El CV tiene dos vertientes: cuenta nuestra **trayectoria laboral** y **vende nuestra candidatura**. Son datos ocupacionales pero también marketing y venta de futuro.



ESTRUCTURA BÁSICA

La estructura de un CV puede constar de varios apartados.

Datos de contacto



Los datos básicos de contacto **permiten contactar con el candidato/a para la citación al proceso de selección o para comunicar la desestimación de la candidatura o para redirigir al servicio más oportuno**. Es la información más importante, sin datos de contacto por muy bien que esté elaborado el CV te puede llamar o no. Hay datos que son imprescindibles y otros opcionales. Proponemos el siguiente orden para ambos y un ejemplo en el que se ve cómo se cumplimentaría este apartado. Recomendamos hacer uso de los símbolos de Word con el fin de hacer más atractivo el contenido.

Es importante reflejar en este apartado:

IMPRESINDIBLES

- NOMBRE Y APELLIDOS
- DNI/NIE
- CORREO ELECTRÓNICO
- MÓVIL (DISPONIBLE) Y/O TELÉFONO FIJO (CON CONTESTADOR)
- LUGAR RESIDENCIA (DISTRITO/LOCALIDAD/PAÍS)

OPCIONALES

- FECHA DE NACIMIENTO
- NACIONALIDAD
- PERMISO TRABAJO Y RESIDENCIA
- CERTIFICADOS DE DISCAPACIDAD SUPERIOR 33%
- PERMISOS DE CONDUCIR
- PERFILES REDES SOCIALES Y PROFESIONALES



Ejemplo:

IMPRESINDIBLES:

María Guzmán Sánchez

X-22.444.444-Z

e-mail: maria.guzman@gmail.com

666.666.666

Residencia en Distrito de Usera. Madrid (España)

OPCIONALES:

María Guzmán Sánchez

02/04/1995

X-22.444.444-Z

Nacionalidad Peruana

Permiso de Trabajo y residencia Fecha de validez 01/01/2025

e-mail: maria.guzman@gmail.com

666.666.666

Residencia en Distrito de Usera. Madrid (España)

Certificado de discapacidad tipo sensorial reconocida 45%

Permiso de conducir tipo B. Validez hasta 2035

Google+ mariaguzman@gmail.com

Linkedin.es/mariaguzman-limpieza industrial

Twitter: @mariaguzman I

Hoy en día está el debate abierto del **CV ciego**. En es un CV en el que **no se reflejan** datos de la persona relacionados con **edad, género, discapacidad, nacionalidad** con el fin de ser lo más “objetivo” y no discriminar por razones de diversidad generacional, de género, funcional o cultural. Hay algunas empresas que se han sumado a este reto. En el caso en el que desde la AE quisiéramos apostar por ello, deberíamos reflejar como mínimo los datos llamados imprescindibles.

En el CV ciego o anónimo no deben aparecer los siguientes datos:

- **Fotografía:** en la que se pueda identificar al candidato, ya que la entrevista o la contratación debería basarse en elementos objetivos y no cualidades subjetivas, que no se basen en la valía del





profesional. Así pues, Resume con foto, ¿sí o no?. Si queremos un currículum anónimo, la respuesta es negativa.

- **Nacionalidad.** El país de origen también es causa de discriminación en muchos casos, a pesar de que el candidato sí cumpla con los requisitos solicitados en la oferta de empleo.
- **Sexo.** Desgraciadamente, también puede ser causa de discriminación laboral.
- **Edad.** La fecha de nacimiento también es un factor importante de discriminación, que puede aportar valores subjetivos a la hora de formalizar la entrevista, sin valorar en realidad cuál es la capacitación del candidato.

Qué se debe incluir en un currículum ciego o anónimo para que el profesional sea valorado en una candidatura:

- **Experiencia.** Tanto en prácticas en empresas como en contratos previos.
- **Idiomas** que se dominen en el ámbito profesional y puedan suponer una ventaja competitiva en el proceso de selección.
- **Titulaciones y cursos** relacionados con la vacante para la que se accede.
- **Habilidades y competencias** que te definan como profesional.



Objetivo profesional



Es muy importante en el CV decir en qué departamentos/sectores (administración, medioambiente, área comunicación, ventas, retail, hostelería, turismo, alimentación, etc...) estás buscando trabajo, cuál es tu deseo profesional de proyección (como ayudante, colaborador/a o llevando equipos, o destacar tus intereses profesionales (aire libre, trabajar con personas, trabajar en la parte técnica, de gestión de proyectos, en atención al público, etc...)). El objetivo profesional se suele indicar en el **encabezado**.

Para facilitar la elaboración de este apartado puedes utilizar las **listas** de sectores/familias profesionales, listas de departamentos, listas de categorías profesionales, listas de intereses profesionales, incluso la lista de posiciones clave de AE.

Cuando una persona se posiciona delante de una lista le es más fácil elegir que el inventar en un documento en blanco. Ambas implican una elección y una toma de decisiones que es necesario reflejar en el CV.

El objetivo profesional es clave para ver el **grado de ajuste del CV con la profesión en la que quieres trabajar**.

Si tu CV va dirigido a un/a intermediario/a tipo bolsa de empleo, agencia de colocación, consultora de RRHH o ETT, o a la Agencia para el Empleo, la recomendación es que sea genérico. No obstante deberías elaborar uno específico con el fin de luego poderse remitir a la empresa de un sector determinado.

Ejemplos:

“Me gustaría poder desarrollarme profesionalmente en su empresa DDD o en el Sector de Comercio al por menor en el área de Atención al cliente, preferentemente en la atención directa al público o en el departamento de comercio electrónico on-line”.

“Me gustaría poder trabajar al aire libre, en el departamento de medioambiente, desempeñando puestos de jardinería, poda en altura, dependiente en viveros o en el sector de comercio como dependiente de floristería”.



Perfil profesional



Además de reflejar hacia donde diriges tu candidatura, es importante en el CV realizar un extracto de cuál es la candidatura que estás presentando.

Es lo que se llama “**resumen o extracto**” o “**perfil profesional**”. Viene a ser como la foto o la radiografía resumen con la que se quedan los reclutadores cuando están seleccionando currícula. Es importante que conste: quién eres, qué es lo que haces actualmente o vienes haciendo, a quién te estás dirigiendo, qué ofreces de valor, por qué te van a elegir como posible candidato, qué resultados podrías ofrecer como trabajador/a.

Suele englobar **titulación, años de experiencia** y es el lugar para resaltar aquellas **dos competencias más importantes** en ti. Muchas veces en este perfil profesional se incluye también el objetivo profesional y en ocasiones se destacan también los logros y competencias de los que hablaremos en el apartado siguiente.

El lenguaje deber ser serio, profesional, no personalizado y con un toque de marca personal, algo que te distinga. Según domines las nuevas tecnologías, puedes utilizar herramientas de vídeo que te permitan realizar una presentación multimedia y colocar el enlace en tu CV.

Ejemplo perfil profesional:

Profesional cualificado administrativo con 8 años de experiencia laboral tanto en logística internacional como en recursos humanos alta motivación y actitud positiva, acostumbrado a trabajar por objetivos y bajo presión. Gran interés en la orientación al cliente y la atención a personas. Interés en seguir mi trayectoria en los sectores de administración y comercio.



Logros profesionales y competencias



Igualmente en el CV es muy importante destacar cuáles son tus logros profesionales más importantes. Es el momento de hacer un pequeño extracto que detalle las experiencias más relevantes, las contribuciones o las competencias desarrolladas en anteriores trabajos.

Los logros **se redactan en positivo y en pasado**. Suelen estar relacionados con la mejora de los procesos de trabajo, la incorporación de ideas a la empresa o al departamento, la mejora de la organización o de los tiempos, etc... Puede ser el momento de incorporar alguna competencia o evidencia que destaque en ti.

El objetivo profesional apunta hacia delante de tu candidatura y los logros hacia atrás y dicen el profesional que has sido en anteriores trabajos. Puedes **incluirlo en el extracto del perfil o en la experiencia profesional**.

Ejemplos de logros:

“En aquella empresa contribuí a incrementar las ventas del departamento.”

“En ese puesto logré hacer el proceso de trabajo más rápido y con mayor calidad.”

“En ese departamento incorporé una sugerencia (detallar sugerencia) de mejora que mejoró la atención al cliente.”

“En mi experiencia laboral anterior destacaron mis habilidades de comunicación y mi trabajo en equipo en los proyectos a los que fui asignada.”

Es importante reflejar también aquellas competencias que consideras tienes a lo largo de tu desarrollo profesional. Puedes pedir asesoramiento en buscar listas de competencias con el fin de seleccionar aquellas que más se ajusten a ti.

Para la descripción de logros profesionales y competencias puedes seguir el **modelo STAR** (situación, tarea, acción y resultado) utilizado en la descripción y evaluación de conductas por competencias. **Describir una situación o contexto profesional, Tareas realizadas, acciones llevadas a cabo y Resultados obtenidos.**



Formación reglada y no reglada



El apartado de **Formación junto con la Experiencia profesional** forman la **descripción de tu competencia técnica**, es decir todos los conocimientos y saberes que has adquirido para el desempeño de una profesión determinada. La Empresa que lea estos dos apartados tan importantes en el C.V. va a determinar junto con el objetivo profesional cuanto se ajusta al perfil ocupacional, en conocimientos y en saber hacer. Con lo cual es importante que la información esté lo más **estructurada** posible y su contenido sea **relevante**.

Si se tiene **mucha formación** realizada, es importante **destacar la relevante para el puesto**. Hay formaciones que se van quedando obsoletas a medida que van pasando los años y si no se actualizan quedan como candidatura “pobre”. Estamos hablando por ejemplo de “Secretariado de Dirección” sin cursos de actualización posterior, cursos de programas informáticos que ya no se utilizan como “WordPerfect 1.0”, o títulos de idiomas adquiridos hace muchos años que ya no se han actualizado conocimientos ni práctica “First Certificate. Año 1983”.

Destacar en **negrita el título de curso obtenido**, incluso. Si hubiera alguna **calificación destacable** indicarla también o si hubiera algún **certificado** de competencias adquiridas.

En el apartado de formación debes incluir toda la formación de tu trayectoria laboral relevante para tu candidatura.

En caso de que no se tenga formación tanto reglada como formación para el empleo, recomendamos incluir solo la experiencia laboral. Es conveniente acudir a una tutoría de orientación académica para información y asesoramiento sobre formación profesional básica, certificados de profesionalidad o MF de nivel I y asesoramiento sobre procesos de acreditación de competencias profesionales (portal todo fp: Acredita: <http://www.todofp.es/acreditacion-de-competencias>).



El apartado de Formación incluye dos partes:

➤ FORMACIÓN REGLADA

En el CV se especifica como **formación reglada o académica**.

En este apartado se reflejan los **estudios oficiales** que has realizado. Consiste en la parte oficial del **Sistema Educativo Español**, el cual se compone de las siguientes enseñanzas regladas:

- **Certificado Escolaridad** (si has terminado la educación general básica o la primaria sin el título de Graduado Escolar o Graduado en ESO.)
- **Graduado Escolar o Graduado en ESO** (cuando has superado con éxito la etapa escolar y actualmente hasta 4ºESO).
- **BUP/COU/Bachillerato. Acceso a Universidad** mayores de 25 años/mayores de 45 años.
- **Formación profesional:** básica, medio, superior.
- **Formación universitaria** (con títulos universitarios oficiales).
- **Enseñanzas de régimen especial:** artísticas e idiomas.

Pon la **última formación adquirida**, por ejemplo: si tienes algún título universitario tipo Grado, Master o Doctor, no es conveniente reflejar los pasos previos de estudios de bachillerato, o graduado en ESO.

Si no tienes ninguna titulación, no pongas “sin estudios”. Recomendamos poner lo que se tenga en positivo: estudios primarios (mejor que sin estudios o Primarios sin certificar). Si no tienes ninguna formación, recomendamos en el objetivo profesional aludir al deseo de adquirir una formación en el sector o especialidad de tu interés.

En tu historial educativo conviene destacar también algún aspecto importante (si lo hubiera): expediente académico, proyectos de interés realizados, aprendizajes, premios, etc... Recomendamos **incluir de la última formación por fecha a la más antigua**, con el fin de que en un golpe de vista, se vea lo más reciente.

➤ FORMACIÓN NO REGLADA

En el CV la formación no reglada se especifica como **formación complementaria**.

Consiste en la formación relacionada de cursos que has realizado para alcanzar y/o actualizar un determinado **conocimiento técnico** vinculado a una profesión o área de actividad.

- **Talleres pre-laborales** de formación sobre profesiones sin acreditación oficial.
- **Certificados de profesionalidad** obtenidos.
- **Módulos de formación complementaria** (sujetos a certificado de profesionalidad o no).
- **Cursos de formación no acreditada** impartidos por **entidades no oficiales**.
- **Cursos de postgrado**, de especialización.
- **Cursos de movilidad realizados en el extranjero**, acreditados por el pasaporte europeo de movilidad.



- **Títulos universitarios no homologados o convalidados** hasta la fecha, formando parte de la formación adquirida.
- **MOOC's o cursos de actualización de conocimientos on-line** o en comunidades de aprendizaje.
- También puedes incluir en este apartado los cursos de **actualización de conocimientos específicos requeridos para la profesión** a la que queremos optar (Informática especializada técnica, Idiomas especializados por Sectores, Certificados de habilitación para Transporte de mercancías o manejo de carretillas, Licencias de armas para vigilantes de seguridad, etc...).

En ambos tipos de formación es conveniente especificar:

- **Imprescindible:** Fecha de finalización (año)- Nombre del Curso (Literal del título obtenido)- Horas de duración- Centro de Impartición y/o/Entidad que otorga el título.
- **Recomendable:** Unas líneas generales sobre los principales conocimientos adquiridos si hubiera algo que destacar o incluir una descripción general el proyecto de final de prácticas.

Ejemplos de Formación reglada:

1987- Curso de Orientación Universitaria (COU). IES BARAJAS (Madrid). Proyecto Científico "Laboratorio de Energías Renovables" premiado como mejor trabajo de equipo e innovación educativa escolar de zona Noreste del curso escolar 1986-1987.

1983-1986- Bachillerato Bilingüe en IES Juan Bautista (Madrid) Especialidad Alemán.

Ejemplos de Formación no reglada:

2015: Operaciones auxiliares de grabación y tratamiento de datos y documentos. Título de Certificado de profesionalidad. (360 horas) Nivel I Agencia para el Empleo-Ayuntamiento de Madrid.

2014: Inglés profesional para perfiles administrativos/as. (30 horas) Asociación Candelita. Nivel A2 del marco europeo de referencia.



Experiencia laboral y profesional



En este apartado, describe **lo que has realizado en tus trabajos anteriores**.

Estructura recomendada:

- **Fecha de comienzo-fecha de finalización**
- **Sector/Actividad y nombre de la Empresa/Organismo/Entidad en la que has trabajado.** Es importante describir de forma general cuál es la principal actividad de la Empresa para la que has trabajado. A veces es más relevante indicar el sector que el nombre de la Empresa. Da más información.
- Puesto principal desempeñado (profesión, cargo y responsabilidad).
- Funciones principales: es importante extraer 3 o 4 funciones principales o tareas cotidianas realizadas. Recomendamos ponerlas por orden de importancia. La función desarrollada al 80% la primera y después otra que te lleva el 50% de la jornada y otra que haces el 25%. En algunas profesiones este apartado se puede describir en términos de responsabilidades adquiridas, proyectos ejecutados u objetivos alcanzados. En algunos casos puede ser complementario destacar las competencias más relevantes desarrolladas en la realización de las funciones del puesto. Las competencias permiten diferenciar este apartado no solo narrando lo que hacías sino cómo lo llevabas a cabo.

Es interesante relacionar la experiencia descrita para que tenga que ver con aquello en lo que quieres trabajar (objetivo profesional), en esto describir las competencias transversales más importantes ayuda a relacionar experiencias laborales de una profesión con un objetivo profesional de otra ocupación diferente.

La descripción de la experiencia laboral puede estar agrupada por Puesto de trabajo o Sector (es lo que se llama CV Funcional), puede estar agrupada de forma cronológica (es lo que se llama CV Cronológico), puede estar agrupada por proyectos en los que se ha colaborado (CV por proyectos). Los CV por proyectos es un mix entre el CV y la presentación de un dossier de un profesional por cuenta propia en el que se indexan los proyectos ya terminados que se pueden consultar. Este último está cada vez más solicitado por las empresas y permite una cierta interactividad en el CV.



Becas, prácticas estudiantiles, programas mixtos de formación y empleo, experiencias sin contrato (con referencias o acreditables), voluntariados relacionados con el objetivo profesional, colaboraciones en régimen de autónomo o mercantil se reflejarían en este apartado de experiencia profesional.

En algunos cv se puede diferenciar entre Experiencia Laboral y experiencia Profesional. Para reflejar la experiencia laboral como aquella de tu trayectoria aunque no tenga que ver con lo que quieres desempeñar posteriormente.

Ejemplo CV Funcional:

Mercadona. Sector Alimentación. **Cajero/a**. 2018 (9 meses)

- Recepción de productos en caja para su cobro.
- Cobro en caja a clientes con manejo de TPV.
- Embolsado de productos vendidos y gestión de pedidos a domicilio.
- Atención al cliente. gestión de sugerencias y reclamaciones.
- Gestión de devoluciones e incidencias de stock.

Supersol. Sector Alimentación. **Dependiente/a de Frutería**. 2014 (1 año y 6 meses)

- Recepción de pedidos en sección frutería para pesado y etiquetado de precio.
- Embolsado de productos vendidos y gestión de pedidos a domicilio.
- Atención al cliente.
- Reposición de productos de fruta y verdura en stands habilitados.
- Etiquetado de productos, elaboración de carteles de ofertas.

Ejemplo CV Cronológico:

2015-2018. Mercadona. Sector Alimentación. Cajero/a.

2013-2014. Supersol. Sector Alimentación. Dependiente/a de Frutería.

Ejemplo CV por proyectos:

2016-2018 COMUNICA con A. Madrid. Diseñador/a gráfico senior. Responsable de 3 becarios de la UCM.

- Briefing de clientes internos y externos sobre el Servicio/Producto solicitado.
- Elaboración de propuesta de diseños, timing, presupuestos a clientes y proveedores, planificación de la ejecución del diseño.
- Manejo de programas de diseño Photoshop, Adobe, Illustrator.
- Coordinación y gestión de equipos de trabajo.

Proyectos ejecutados

Campaña de marketing otoño 2016. Cliente: Coca-Cola ver link www.es

Línea editorial curso 6º primaria matemáticas. Editorial Anaya. ver link www.es



Informática



En este apartado se reflejan los conocimientos que tienes y las habilidades relacionadas con la competencia digital. Es importante destacar que la informática es necesaria hoy en día para todos los puestos de trabajo y posiciones, incluso de menor nivel de cualificación. Aquí en el CV ya no solo reflejamos el uso de los ordenadores, ya que la informática ha adquirido una dimensión más global. En este apartado se refleja también el uso de smartphones, tabletas, ipads, dispositivos móviles, los diferentes entornos virtuales, internet y las redes sociales y profesionales.



Te recomendamos 3 formas diferentes de cumplimentar este apartado de informática.

➤ OPCIÓN I

Incluir el **conocimiento general necesario** para cualquier puesto de trabajo.

- **Nivel básico:** Indica los conocimientos mínimos de “alfabetización” informática. Los primeros pasos de saber encender un ordenador, o cualquier dispositivo electrónico digital (Smartphone, Tablet, etc) y acceder a un menú y a las aplicaciones instaladas. Conocimientos de impresión de documentos y solución de problemas básicos. Abrir una cuenta en la red.
- **Nivel usuario/a:** Indica los conocimientos mínimos de saber **buscar información** en internet a través de buscadores (google, bing, etc.) y **saber navegar en la nube** a través de la información. Conocimientos mínimos de **captura y gestión de la información** consultada (archivo en carpetas escritorio, guardar como, etc). Manejo de **ofimática básica** (Word, Excel, Access y powerpoint). Manejo de **Correo electrónico** (Gmail, Outlook, etc.) Perfiles digitales Google+, cumplimentación de formularios on-line.





- **Nivel avanzado o profesional:** Indica los conocimientos adquiridos para ser capaz de buscar información a través de las comunidades de aprendizaje, los blogs y redes profesionales, **archivo** de documentación en carpetas y almacenamiento **en línea** (drive, Dropbox, etc), manejo de **herramientas colaborativas** de gestión (Tello) y de diseño (realización de infografías easel.y, piktochart, etc. colaboración en línea wikis y blogs, comunicación a través de conexiones virtuales (Skype, hangouts, WhatsApp, gotomeeting, etc.) **Perfiles Digitales** en Linkedin, twitter, etc. En este nivel se reflejan no solo conocimientos sino también “saber hacer” a través de productos virtuales que hayas creado. En este nivel normalmente se reflejan las cuentas profesionales de los perfiles digitales que tienes. En este nivel también debes saber resolver incidencias informáticas de cierta complejidad.
- **Dominio o experto:** Indica los conocimientos del que tiene un grado de dominio tal en la materia que incluso sería capaz de formar a gente en el uso de aplicaciones informáticas de los anteriores niveles.

➤ OPCIÓN 2

Puedes indicar también en este apartado tu nivel de competencia digital relacionado con el marco europeo de competencia digital. Tomamos la clasificación y fuente de consulta de la web de Europass: <https://europass.cedefop.europa.eu/es/resources/digital-competences>

- Usuario/a básico
- Usuario/a independiente
- Usuario/a competente

La idea es reflejar tu nivel de conocimiento y dominio en las siguientes áreas:

- Tratamiento de la información.
- Creación de contenido.
- Comunicación.
- Resolución de problemas.

Tratamiento de la información

- Usuario básico: Puedo buscar información online utilizando un motor de búsqueda. Sé que la información on-line no es siempre fiable. Soy capaz de guardar y almacenar archivos o contenido (textos, imágenes, música, vídeos, páginas web, etc.) y de encontrarlos una vez guardados.
- Usuario independiente: Sé utilizar diferentes motores de búsqueda para encontrar información. Uso filtros para buscar (p. ej. imágenes, videos, planos). Comparo diferentes fuentes para evaluar la fiabilidad de la información que encuentro. Clasifico la información de una manera metódica usando archivos y carpetas para encontrarlos fácilmente. Realizo copias de seguridad de los archivos e información que he guardado.





- **Usuario competente:** Puedo usar estrategias avanzadas de búsqueda (p. ej. usar operadores de búsqueda) para encontrar información fiable en internet. Puedo usar canales/fuentes web (cómo RSS) para estar al día de los contenidos en los que estoy interesado. Sé evaluar la validez y la credibilidad de la información usando variedad de criterios. Estoy al día de los avances relativos a la búsqueda, almacenamiento y acceso a la información. Sé guardar información encontrada en internet en diferentes formatos. Puedo utilizar los servicios de almacenamiento en la nube.

Creación de contenido

- **Usuario básico:** Puedo producir contenido digital simple (p. ej. texto, tablas, imágenes, archivos de audio) en al menos un formato, usando instrumentos digitales. Puedo editar el contenido producido por otros. Conozco el contenido que puede estar protegido con copyright. Puedo aplicar y modificar la configuración del software y aplicaciones que uso.(p. ej. modificar parámetros por defecto).
- **Usuario independiente:** Soy capaz de crear contenidos digitales complejos en diferentes formatos (p. ej. texto, tablas, imágenes, archivos de audio). Sé usar herramientas/editores para crear páginas web o blogs usando plantillas (p. ej. WordPress). Sé aplicar formatos básicos (p.ej. notas a pie de página, gráficos, tablas) a los contenidos que yo u otros han producido. Sé cómo hacer referencia y reusar el contenido protegido por copyright. Conozco las bases del lenguaje de programación.
- **Usuario competente:** Puedo producir o modificar contenido multimedia complejo en diferentes formatos, usando variedad de plataformas digitales, herramientas y plataformas. Puedo crear una página web usando lenguaje de programación. Sé usar funciones de formateo avanzadas de diferentes herramientas (p. ej. combinación de correo, combinación de documentos con formatos diferentes, fórmulas o funciones avanzadas, macros). Sé cómo aplicar licencias y copyrights. Puedo usar varios lenguajes de programación. Sé como diseñar, crear y modificar bases de datos con herramientas informáticas.

Comunicación

- **Usuario básico:** Puedo comunicar utilizando el teléfono móvil, las llamadas de internet (p. ej. Skype) el correo electrónico o el chat – usando rasgos básicos (p.ej. mensajería de voz, servicio de mensajes cortos, envío y recepción de correos, intercambio de textos). Puedo compartir archivos y contenidos con la ayuda de útiles simples. Puedo usar tecnología digital para interactuar con otros servicios (cómo los gubernamentales, bancos, hospitales). Conozco la existencia de las redes sociales y de instrumentos de colaboración. Soy consciente de que al usar instrumentos digitales existen ciertas normas a respetar (p.ej. al hacer comentarios y compartir información personal).
- **Usuario independiente:** Puedo usar características avanzadas de varias aplicaciones de comunicación (p. ej. utilizar llamadas de internet y compartir archivos). Puedo usar herramientas de colaboración y contribuir con p. ej. documentos





compartidos/archivos que otra persona ha creado. Conozco características de los servicios online (p. ej. servicios públicos, banca electrónica, compra online).

Transmito y comparto conocimientos con otras personas online (p. ej. a través de redes sociales o en comunidades online).

Soy consciente del uso de las normas que rigen la comunicación online ("netiqueta").

- **Usuario competente:** Uso activamente una amplia variedad de aplicaciones de comunicación (p. ej. correo electrónico, chat, mensajes cortos e instantáneos, blogs, micro-blogs, redes sociales) para comunicarme online.

Puedo crear y gestionar contenidos con herramientas de colaboración (p. ej. calendarios electrónicos, sistemas de gestión de proyectos, corrección en línea, hoja de cálculo en línea).

Participo activamente en espacios online y utilizo varios servicios online activamente (p. ej. servicios públicos, banca electrónica y compras online). Sé usar instrumentos funciones avanzadas de instrumentos de comunicación (p. ej. video conferencias, compartir datos y aplicaciones).

Resolución de problemas

- **Usuario básico:** Soy capaz de encontrar apoyo y asistencia cuando surge un problema técnico, al usar un dispositivo, un programa o una aplicación nuevos.

Sé cómo solucionar problemas rutinarios (p. ej. cerrar un programa, volver a encender el ordenador, reinstalar/actualizar un programa, revisar la conexión de internet).

Sé que los útiles digitales pueden ayudarme a resolver problemas.

Soy consciente de que tienen limitaciones. Al enfrentarme con un problema, tecnológico o no, sé usar instrumentos digitales que conozco para solucionarlo.

Soy consciente de que necesito actualizar mis habilidades digitales con regularidad.

- **Usuario independiente:** Puedo resolver la mayoría de los problemas más frecuentes que surgen al usar la tecnología digital. Sé usar tecnología digital para resolver problemas (no técnicos).

Puedo seleccionar un instrumento digital que se adapte a mis necesidades y valorar su efectividad.

Puedo resolver problemas tecnológicos explorando los parámetros y las opciones de programas o herramientas informáticas.

Regularmente actualizo mis competencias digitales. Soy consciente de mis límites y trato de cubrir mis lagunas.

- **Usuario competente:** Puedo resolver casi todos los problemas que surgen al usar tecnología digital. Puedo escoger la herramienta informática, dispositivo electrónico, aplicación, software o servicio correcto para resolver problemas (no técnicos).

Soy consciente de los nuevos avances en tecnología. Entiendo cómo funcionan las nuevas herramientas.

Frecuentemente actualizo mis competencias digitales.



Seguridad

- **Usuario básico:** Puedo tomar medidas básicas para proteger mis dispositivos electrónicos (p. ej. utilizar antivirus y contraseñas). Sé que no toda la información de la red es fiable. Soy consciente de que mis datos (usuario y contraseña) pueden ser robados. Sé que no debo revelar información privada en la red. Sé que usar la tecnología digital demasiado puede afectar mi salud negativamente. Tomo medidas básicas para ahorrar energía.
- **Usuario independiente:** He instalado programas de seguridad en los dispositivos electrónicos que uso para acceder a internet (p.ej. antivirus, cortafuegos). Ejecuto estos programas y los actualizo regularmente. Utilizo contraseñas diferentes para acceder al equipo, a los dispositivos y a los servicios digitales, y las modifico periódicamente. Puedo identificar las páginas web o correos electrónicos que pueden ser dañinos y el fraude electrónico. Sé configurar mi identidad digital y seguir mi huella digital. Entiendo los riesgos laborales asociados al uso de la tecnología digital (p. ej. ergonomía, riesgo de adicción). Entiendo el impacto positivo y negativo de la tecnología en el medio ambiente.
- **Usuario competente:** Frecuentemente reviso la configuración de seguridad de los sistemas y las aplicaciones que uso. Sé cómo reaccionar si mi equipo informático se infecta con un virus. Sé configurar y modificar el cortafuego y los parámetros de seguridad de mis dispositivos electrónicos. Sé cómo encriptar los correos y los archivos. Soy capaz de aplicar filtros para evitar el spam del correo. Para evitar problemas de salud (física y psicológica), uso de manera razonable la tecnología de la información y de la comunicación. Poseo una opinión informada sobre el impacto de la tecnología digital en el día a día, el consumo y el medio ambiente.

➤ OPCIÓN 3

Puedes incluir los conocimientos informáticos específicos para el sector o posición al que estás optando. En el manejo de aplicaciones informáticas es importante reflejar el nombre del programa que manejamos, el nivel y el grado de adquisición de ese conocimiento (a través de formación o autodidacta).





ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN Y TRABAJO DE OFICINA EN GENERAL

Manejo de Ofimática General: Apache Open Office o las aplicaciones asociadas a Google Drive, o bien de pago, como Microsoft Office (Word, Excel, Powerpoint, Access y las versiones de Libre Office). Adobe Reader, Free PDF Reader.

Contaplus-Nominaplus, SAP, ERP Navision.



INFORMÁTICA

Incluir si es perfil de Hardware (Arreglo de instalaciones y soluciones técnicas) y Software (programación y desarrollo). Se suelen especificar los lenguajes de programación acordes con lo requerido en el mercado. A continuación presentamos una lista elaborada por equipo técnico de AE de programas informáticos solicitados en nuestras oficinas en el sector:

- OFFICE
- CORELDRAW
- PRESTO
- FACTURAPLUS
- GESTPEOPLE
- DIVACON
- DIEZCONT
- PMI
- SENIORCONTA
- ORACLE
- ELIPSE ERP
- CERTIFICA2
- CRM
- EVOLUTION
- LINUX
- AUTOTASK
- OFIPRO
- CONTAPLUS
- ALIER SGA
- CONTABILIDAD
- CONTASOL
- MS PROJECT
- SISTEMA
- SQL
- PYME
- CONTRAT@
- INDESIGN
- SISTEMA DELTA
- SAGE
- AUTOCAD
- WINSUITE
- PAGE
- REVIT
- GOLDENSOFT
- NAVISION
- SIMPLEHRM
- SAP
- NOMINASOL
- EBP
- NOMINAPLUS
- A3NOM
- CONTABILIDAD
- DIEZNOM
- PHOTOSHOP
- SISTEMA RED
- DATAWAREHOUS
- FLASH
- FISCAL3
- E
- E-VOLUTION
- WONTAW



En algunos sectores o posiciones la transformación digital está requiriendo ya el uso de nuevas tecnologías, es conveniente incluirlas en el CV aunque no conozcamos el programa específico de la empresa. A continuación, desglosamos **por sectores** algunos de los **programas informáticos más utilizados** con el fin de que sirvan como referencia para la elaboración específica del apartado de Informática.



IMAGEN Y SONIDO, DISEÑO, ARQUITECTURA

- Realización de infografías o montajes con imágenes. Piktochart, Canva u otros.
- Elaboración de presentaciones gráficas de informes y resultados con Powerpoint, Creatively.
- Dominio de Photoshop, Illustrator o InDesign.
- Realización y edición de vídeos: Adobe Premier, iMovie o Windows Movie Maker, VideoPad o Audacity. Final Cut, Adobe After Effects.
- Manejo de Autocad (últimas versiones).



PUBLICIDAD, PERIODISMO, MARCA PERSONAL, COMUNICACIÓN Y MARKETING, DOCENCIA

- WordPress o Blogger.
- Gestión de Redes Sociales, Community Manager.
- Prestashop, soporte para tiendas on-line.
- Uso de plataforma Moodle, edición de contenidos on-line.



SANIDAD Y SERVICIOS ASISTENCIALES

- Consultas médicas con dispositivos móviles.
- Solicitud asistencia médica, pruebas médicas a través de plataformas digitales.
- Monitorización digital de señales fisiológicas.





LOGÍSTICA, COMERCIO Y DISTRIBUCIÓN

- Escaneo de códigos de barras.
- Utilización de realidad virtual y aumentada para localización a través del almacén y sistemas de localización de la mercancía. Gestión de stocks informatizada.
- Utilización de programa informático para recepción de pedidos y organización de los trabajos pendientes.
- Gestión de pagos electrónicos.
- Manejo de apps de pedidos y reserva de pedidos.



HOSTELERÍA Y TURISMO

- Conexión de pedidos de clientes y actualización de las comandas con la gestión de los mismos en tiempo real.
- Entregas a domicilio, entrega de ingredientes o platos semi elaborados.
- Utilización de dispositivos digitales para envíos de órdenes y comandas a cocina y la cuenta a caja.
- Pago de dinero virtual a través de smartphones o huella digital.
- Control horario y de tareas a través de portátil o dispositivo móvil.

También es importante reflejar si hemos realizado algún curso de formación o certificación que avale el uso de la tecnología en cuestión. Para la descripción del curso de informática, recomendamos leer el apartado de Formación Complementaria.



Aquí tienes un ejemplo de cómo debería de ir cumplimentado este apartado de idiomas:

inglés				
Autoevaluación de la capacidad lingüística				
Comprender		Hablar		Escribir
 Comprensión auditiva	 Comprensión de lectura	 Interacción oral	 Expresión oral	 Escribir
C1 Usuario competente	C1 Usuario competente	B2 Usuario autónomo	B2 Usuario autónomo	B2 Usuario autónomo
Títulos o Certificados				
Título	Organismo expedidor		Fecha	Nivel*
3º Curso de inglés de la escuela oficial de idiomas	Escuela oficial de idiomas de Alcalá de Henares		30 de mayo 2005	B2
Upper intermediate certificate por el British Council	British Council		20 de junio 1997	B2

Igual que en el apartado de informática, te recomendamos incluir debajo los títulos o certificados que avalan la adquisición y el mantenimiento a fecha de hoy de la lengua descrita.



Otros datos de interés



Llegamos al último apartado del C.V. estándar o general.

En este apartado, existe un **campo abierto** en el que las personas incluyen su **disponibilidad, habilidades** o **curiosidades** de su tiempo libre, premios, publicaciones, experiencias de emprendimiento previo etc. encaminadas a empoderar su candidatura. En el caso en el que este apartado se utilice para desmerecer la candidatura del C.V., recomendamos obviarlo.

PROCESO DE ELABORACIÓN

Si no sabes cómo mejorar tu C.V. o en un proceso de selección tu C.V. no se ajusta a la candidatura, puedes pedir asesoramiento en la Agencia de Zona de AE más cercana y te citaremos para una tutoría específica de asesoramiento sobre el CV. A través del mail también puedes plantear las dudas que necesites a tu tutor/a on-line. Para recibir un asesoramiento de calidad sobre tu CV te llevará realizar más modificaciones de las que crees. Es como si estuviéramos en la punta del iceberg (lo que se ve, el CV) y vamos a bucear en las profundidades de tu candidatura (lo que no se ve). Realizaremos correcciones y modificaciones pero también vamos a intentar buscar tu punto fuerte como candidato/a y vamos a apoyarnos en él con el fin de construir tu candidatura de CV sobre esa fortaleza.



RECOMENDACIONES TÉCNICAS IMPORTANTES

Estas recomendaciones te pueden servir como chek-list para cotejar que tu CV está ok:

➤ **CÉNTRATE EN LO ESENCIAL**

- Un/a empleador/a dedica generalmente menos de un minuto a examinar un CV antes de decidir en una primera selección si rechazarlo.
- Si estás respondiendo a una oferta de empleo, sigue rigurosamente los requisitos del proceso de solicitud.
- Sé breve: generalmente dos páginas en A4 son más que suficiente, independientemente de tu formación o tu experiencia.
- ¿Tienes escasa experiencia profesional? Describe en primer lugar la educación y la formación recibidas; destaca posibles actividades de voluntariado y prácticas en centros de trabajo.

➤ **SÉ CLARO/A Y CONCISO/A**

- Usa frases cortas. Concéntrate en los aspectos relevantes de tu formación y de tu experiencia profesional.
- Pon ejemplos concretos. Cuantifica tus resultados.
- Actualiza tu CV a medida que vayas adquiriendo experiencia.

➤ **ADAPTA SIEMPRE TU CV ADECUÁNDOLO AL PUESTO QUE SOLICITAS**

- Destaca tus puntos fuertes en relación con lo que necesita el empleador y céntrate en las competencias que se adecúan al puesto solicitado.
- Justifica las interrupciones en tus estudios o en tu carrera profesional, e incluye ejemplos de las competencias que hayas podido adquirir durante esos periodos.
- Antes de enviar tu CV a un empleador, reléelo para comprobar que se ajusta al perfil solicitado.
- No inflés artificialmente tu CV; correrías el riesgo de quedar en evidencia en una entrevista.

➤ **CUIDA LA PRESENTACIÓN DE TU CV**

- Presenta tus competencias y habilidades de una forma clara y lógica, de manera que destaquen tus puntos fuertes.
- Coloca la información más relevante en primer lugar.
- Cuida la ortografía y la puntuación.
- Respetar el tipo de letra y el formato propuestos.
- Revisa tu CV una vez cumplimentado.
- No olvides adjuntar al CV una carta de motivación.
- Corrige las posibles faltas de ortografía o puntuación, y asegúrate de que la estructura es clara y lógica.
- Da a leer tu CV a una tercera persona, de modo que te asegures de que el contenido es claro y comprensible.



MODELO CV BÁSICO AE

Nombre y Apellidos

Teléfono: 555-555-5555

Correo electrónico: alquien@example.com

Perfil y Objetivo Profesional

(Resumen trayectoria profesional y logros conseguidos hacia donde nos dirigimos. No más de dos líneas) Escriba el texto aquí.



Formación Académica

Fechas, **Título**, Institución

Fechas, **Título**, Institución

Formación Complementaria

Fechas, **Título**, Institución

Fechas, **Título**, Institución Horas de duración

Experiencia Profesional

Fechas, **Puesto**

Compañía u organización

Descripción de las funciones

Fechas, **Puesto**

Compañía u organización

Descripción de las funciones

(Incluir Competencias más importantes desarrolladas)

CV acreditada por la Agencia de Empleo de Madrid ©2018

Pág. 1/2



Nombre y Apellidos

Teléfono: 555-555-5555

Correo electrónico: alguien@example.com

Informática

Programa 1-Nivel de competencia digital

Programa 2-nivel de competencia digital

Especificar algún título reciente importante en formato formación complementaria.

Idiomas

Idioma 1- Nivel (A1-A2-B1-B2-C1-C2)

Idioma 2-Nivel (A1-A2-B1-B2-C1-C2)

Especificar algún título reciente importante en formato formación complementaria.

Intereses y actividades

Escriba aquí el texto.

Competencias adquiridas

Escriba aquí el texto. Elimine el texto y el título si no necesita.

Licencias y certificados

Escriba aquí el texto. Elimine el texto y el título si no los necesita.

Otros datos de Interés

Incluir información importante no reflejada anteriormente (voluntariado, publicaciones, reconocimientos, etc.)

CV acreditado por la Agencia de Empleo de Madrid ©2018

Pág. 2/2



TIPOS DE CV POR POSICIONES

Lo ideal es que tu CV esté adaptado al sector/posición al que te diriges. Cada actividad del mercado laboral tiene sus propias normas y formatos. Si trabajas en la Industria Creativa, el formato de tu Cv será una web, un blog o una infografía, incluso formatos más novedosos como hemos podido ver en esta maleta. Otros formatos como Vídeo-CV son muy interesantes para profesionales de oficio o docencia/educación donde podemos mostrar el cómo hacemos, el saber hacer de la profesión mucho mejor que mediante un CV en Word. En esta

Web: <https://www.modelocurriculum.net/profesion> es podrás encontrar información de interés sobre cómo adaptar el Cv a las diferentes posibles salidas profesionales.



DIAGRAMA DE CAMPO DE FUERZAS



- **CRONOLÓGICO DIRECTO:** Este modelo de currículum presenta tu experiencia profesional empezando por lo más antiguo (tu primer trabajo) hasta lo más reciente.

Por un lado, tiene la ventaja de resaltar la evolución de tu trayectoria profesional. Por otro lado, tiene el inconveniente de poner al descubierto periodos sin actividad profesional, y a veces nuestras habilidades y logros quedan en un segundo plano.

Este modelo de currículum es ideal para jóvenes con poca experiencia.



- **CRONOLÓGICO INVERSO:** Es el más comúnmente empleado. La experiencia profesional se presenta en orden cronológico inverso: consiste en empezar por los datos más recientes. Se empieza con el trabajo actual (o el último), y a continuación se incorporan los anteriores.

Este modelo de currículum tiene la ventaja de resaltar tus experiencias recientes, que son las que más interesan a los seleccionadores.

Al igual que el cronológico, pone de relieve tu progresión profesional, pero partiendo del momento actual.

Al igual que el cronológico, presenta algunos inconvenientes para personas que han pasado largos periodos en el paro y para las que han cambiado de trabajo con mucha frecuencia.

Este modelo de currículum es aconsejable para personas con una trayectoria laboral ascendente y si el puesto que ocupan actualmente está muy relacionado con la oferta de empleo a la que van a enviar el currículum.

- **FUNCIONAL:** En este modelo de currículum, la experiencia profesional se agrupa por temas, sea por sector de actividad, área funcional o funciones. Indica las principales áreas de tu experiencia y desarrolla una breve síntesis de los logros que has conseguido.

Se da relevancia a los logros y habilidades profesionales, y no tanto a los cargos desempeñados. Es muy útil para intentar convencer de tus habilidades y experiencia en un área determinada.

El inconveniente del currículum funcional es que algunos seleccionadores desconfían de él, sobre todo si el candidato se pone muchas medallas o si las áreas que destaca tienen poca relación entre sí.

Este modelo de currículum es adecuado para personas con cambios frecuentes de trabajo, con largos periodos de paro o con una progresión laboral que no ha sido constante.

- **EUROPASS:** El currículum europeo ordena la información siguiendo la plantilla consensuada por los países de la Unión Europea.

Está diseñado para buscar trabajo en la Unión Europea.

El modelo presenta las competencias y cualificaciones de una manera normalizada para los países de la Unión Europea.

Para saber cómo crearlo, vete al apartado 5.10 webgrafía.



DATOS QUE DEBES INCLUIR EN TU CV

- **Datos personales:** Nombre y apellidos; teléfono; email/Linkedin.
- **Perfil profesional:** Resumir en dos frases dónde enfocas tu proyecto profesional, cuáles son tus logros, qué te caracteriza a la hora de realizar tu trabajo.
- **Formación académica:** Titulación; Año.
- Formación especializada: Nombre del curso. Fecha y/o duración.
- **Experiencia profesional:** Nombre del puesto de trabajo; Fecha y/o duración; Empresa; Funciones desarrolladas.
- **Otros datos de interés:** Idiomas; Informática; Carnets...



Es importante que reflejes tus fortalezas, tu talento y tus competencias a la hora de diseñar el CV, no es sólo una relación de experiencias y títulos. El orden de los apartados de tu CV no es algo fijo, depende de tu perfil, de lo que quieras destacar, de la oferta o puesto al que postules...

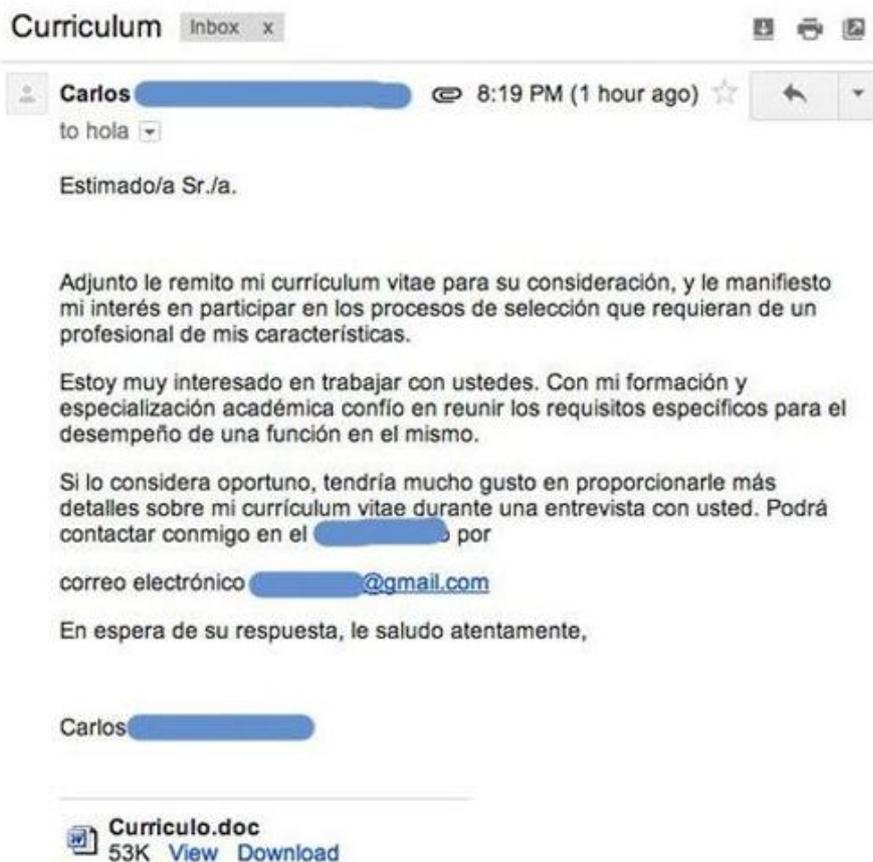
Algunos consejos para redactar tu CV:

- Máximo dos páginas
- Fácilmente legible
- Si pones foto, cuidala
- Correo "profesional"
- Revisa la ortografía
- Juega con negritas, mayúsculas, subrayados para destacar lo más importante
- El currículum es SIEMPRE adaptado: a la oferta, a la empresa, a tu perfil profesional o a tu estrategia de marca.



5.5 EL CASO DE CARLOS

Este caso, apareció publicado en varios medios de comunicación en el año 2012. Carlos era un candidato que envió una carta de presentación a cierta productora y recibió esa contestación, en apenas una hora. El caso tuvo repercusión en las redes y el responsable de la respuesta tuvo que pedirle disculpas públicamente. Reproducimos un extracto de la misma aparecido en el diario digital “www.eleconomista.es”.



Hola@riotcinema hola@riotcinema.com

9:33 PM (2 minutes ago)

to Carlos,

Estimado/a Sr./a./Carlos/as/tío/a que nos escribe un mail genérico nº 752

Primero: Somos una productora donde, si sumamos las edades de los tres socios fundadores, tendríamos edad para que nos trataras de usted. Pero por separado tenemos solo un cuarto de siglo cada uno y nos ofende ligeramente que nos consideres tan mayores.

Segundo: vítae lleva acento.

Tercero: Te agradecemos que nos manifiestes tu interés en participar en los procesos de selección que requieren de un profesional de tus características. Vamos a asumir que "tus características" significa que para ti está bien mandar un mail genérico, sin siquiera un destinatario o hacer referencia al nombre de la empresa o al puesto específico en que crees que eres mejor. Todo eso nos ha hecho sentir un poco unas cualquiera, unas pelandruscas.

Resulta que la nuestra es una empresa de comunicación en la que nos enorgullecemos de tratar a nuestros clientes y espectadores de tú a tú. ¿Te imaginas lo que pensarían de nosotros si les enviáramos un email genérico? ¿Sin molestarnos siquiera en mirar sus nombres? Sería un despropósito, ¿eh?

Pues un poco lo mismo. Vamos, que no hemos empezado con buen pie.

Cuarto: "Con mi formación y especialización académica confío en reunir los requisitos específicos para el desempeño de una función en el mismo." ¿Que formación, Carlos? ¿Que especialización académica? ¿Que requisitos? ¿El desempeño de qué función? ¿En el mismo QUÉ? ¿Estamos locos? ¿A que huelen las nubes? Bla bla bla. Bla bla. Párrafo genérico.

Si ni tan siquiera eres capaz de personalizar 300 emails con currículum que habrás enviado, ¿crees que podremos confiar en ti para tareas más complejas? No hemos leído tu cv, pero como tú tampoco nuestra web ni lo que hacemos lo mismo surgen cosas divertidas como que te hayas confundido y en realidad seas pescadero.

Quinto: Nos quedamos más tranquilos, sin embargo, por el hecho de que nos saludes atentamente. Ya es algo. A lo mejor podemos ser amigos algún día.

Sexto: NO.

PD: Si eres pescadero dínoslo, tenemos un puesto para ti.

“Hay una cosa en la que todas las críticas que hemos tenido, con insultos o sin ellos, tienen razón: no son maneras. Es desafortunado. Es prepotente y es cínico” puntualiza Nicolás Alcalá, uno de los tres fundadores de la productora.

“Mis disculpas personales, Carlos. No era mi intención, ni por lo más lejano, humillarte. Tampoco tengo nada contra ti o cualquier otra persona. Tuve un muy mal día (que no es excusa de nada) y ese mail me sacó de mis casillas” continúa Alcalá, quien además reconoce que en lugar de enviarle un email explicándole educadamente cómo debía dirigirse a una empresa reaccionó así de mal”

Rechazando de manera absoluta las formas en las que el responsable de la empresa se dirigió al candidato, sí se hacía referencia a cuestiones importantísimas a la hora de redactar una carta de presentación (o carta-mail, que es lo que actualmente se utiliza más, aunque los contenidos son básicamente los mismos que se contemplaban en la carta tradicional.

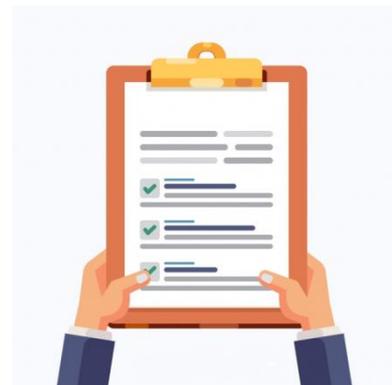


5.6 LA CARTA O CARTA-MAIL DE PRESENTACIÓN

Al igual que en la carta tradicional de presentación, podemos estar enviando nuestro cv adjunto en **respuesta a una oferta**, como **autocandidatura**, como **actualización** de un cv enviado previamente o **agradecimiento** después de haber tenido una entrevista o haber participado en un proceso de selección.

En función de nuestro objetivo, variará el contenido pero en general constará de:

- Presentación y y saludo: adecuada al tipo de empresa o puesto. Referencia a la oferta, convocatoria o empresa.
- Tu propuesta de valor: los elementos diferenciadores, tus fortalezas para el puesto, tus competencias, tus logros, aquellos aspectos del cv adjunto más importantes en este caso.
- Tu objetivo: ampliar información, agradecer...
- Despedida.



Tipos de carta:

- Envío adjunto de nuestro CV en respuesta a una oferta.
- Autocandidatura.
- Actualización de un CV enviado previamente.
- Agradecimiento después de haber tenido una entrevista o haber participado en un proceso de selección.



Si optas por una carta mail es necesario rellenar siempre el asunto y si es posible, hacer referencia en él a la oferta y a nuestro nombre, nombrar el documento adjunto como “CV Nombre y Apellidos”, nada de “cv”, “Mi cv actualizado” o cosas similares, y mandarlo en formato Pdf o en todo caso, Word.



5.7 TU VISIBILIDAD OFF-LINE

Visibilidad off-line

Uno de los canales más importantes que debemos gestionar a la hora de difundir y dar visibilidad a nuestras candidaturas al buscar empleo y a nuestra marca personal, es la **visibilidad off-line**.

Off-line

El término off-line hace referencia a la **red de contactos personales** (que no “enchufes”), y a su gestión para aumentar nuestras posibilidades de, primero acceder a posibles ofertas, y por tanto, a potenciales empleos.

Otro término utilizado frecuentemente para referirse a la visibilidad off line es el de **networking**: Se refiere a la red de contactos y la necesidad de trabajarla para conseguir incrementar el número de contactos personales y profesionales con una estrategia definida, como puede ser el desarrollo y mantenimiento de la marca personal, el acceso a información, a ofertas de empleo, etc.

Personas expertas apuntan a que aproximadamente **el 80% de las ofertas no se publican**, son lo que llamamos “oferta oculta”. Por tanto, nuestra red de contactos deberá tener un peso considerable en nuestra búsqueda de empleo. Parece obvia su importancia, pero no en todas las ocasiones gestionamos o intentamos ampliar nuestra red de contactos de una manera sistematizada, siguiendo una estrategia y dedicándole tiempo en nuestra agenda.



Podemos resaltar algunos aspectos importantes:

- **DIVERSIDAD: Diversificar la visibilidad.** Ya hemos señalado la importancia de las nuevas tecnologías en la búsqueda de empleo actual, pero no podemos ni debemos olvidar seguir “conectados/as” fuera de la Red. En la medida que ampliemos nuestros canales, en general se produce un efecto multiplicador de nuestras acciones.



- **GESTIONAR: Gestionar la red de contactos.** Ponerse en contacto con antiguos compañeros, clientes, proveedores, jefes,... Hacerles saber que se buscan nuevos proyectos profesionales y cuál es nuestra propuesta de valor. Es importante que tengamos en cuenta que muchas veces las personas nos relacionan con una profesión o rol determinado y que realmente no conocen nuestro perfil, nuestro objetivo o nuestro potencial.
- **APROVECHAR: Aprovechar cualquier oportunidad para ampliar la red de contactos.** Cursos de formación, jornadas, ferias,...en ocasiones un trabajo temporal será la puerta para ampliar nuestras redes y oportunidades futuras.
- **CUIDAR: Cuidar nuestra imagen siempre.** Nunca se sabe dónde se puede encontrar un “cliente potencial”.

5.8 CONCLUSIONES: VISIBILIDAD I

Esta infografía muestra un repaso por los puntos más relevantes a tener en cuenta a la hora de trabajar tu visibilidad para encontrar un empleo.



5.9 WEBGRAFÍA Y ENLACES DE INTERÉS: VISIBILIDAD I

➤ Plantillas de CV

- Currículum fácil http://www.curriculumfacil.es/es_quick_tour.html
- Currículum-web <http://www.curriculum-web.com/>
- Modelo currículum <http://www.modelocurriculum.net/modelos-y-plantillas-de-curriculum-vitae>
- Donde hay trabajo <http://dondehaytrabajo.com/plantillas-para-cv-clasicas-e-infografias-donde-hay-trabajo/>
- Resume <https://www.resume.com/>

➤ Modelo Europass

- Europass <https://europass.cedefop.europa.eu/es/documents/curriculum-vitae>

➤ CV en infografías

- Visualize <http://vizualize.me/>

➤ CV en Twitter

- Twitter <https://twitter.com/twicver?lang=es>

➤ Cartas de presentación

- El caso de Carlos https://es.finance.yahoo.com/blogs/finyahoofinanzas/humillado-p-blicamente-empresa-enviar-curr-culum-132614810.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cDovL3ZpYWplYWxlbXBsZW8uYWVWtcGxlb2lhZHJpZC5lcy9lbml0L3dlYmduYWZpYS15LWVubGFjZXMtZGUtaW50ZXJlcyI2aXNpYmlsaWRhZC1pLz9pZD0xNDI2&guce_referrer_sig=AQAAAFDDg9UocBplyqSs7gOEoBYfBUwBEgVe0ZzWk0lkzsTadmpN0S0aKWib00I3WJzO0wbTyLX--i6L_ilmKYklR-Y0h1uQA9I4FDU5jUfmgw5y8I2QxWGWZk1GCDvsDIg0XNjllUaQiY91OrVFh8G4yaHHoZGyMQDmz-Mj50MeIA

➤ Currículum novedosos

- Dónde está mi empleo <https://dondeestamiempleo.wordpress.com/2013/02/20/el-nuevo-curriculum-qr/>



- El confidencial https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2013-03-05/los-diez-mejores-curriculos-o-al-menos-los-mas-divertidos_202305/
- **Vídeo candidatura**
 - Tú me ves <http://www.tumeves.com/>
- **Currículum social**
 - Sntalent <http://www.sntalent.com/es/company>
- **Plataformas online**
 - Smartprofile <http://www.smartprofile.es/>
 - Mi currículum vitae https://mi-curriculum-vitae.com/?utm_expid=105163061-8.3i1HwVXSD2EQ9GnbelzqQ.0&utm_referrer=http%3A%2F%2Fviajeempleo.aempleomadrid.es%2Funit%2Fwebgrafia-y-enlaces-de-interes-visibility-i%2F%3Fid%3D1426
- **Vídeo para profundizar**
 - El trabajo del futuro <https://www.youtube.com/watch?v=BM6qljTUEDQ>
 - La marca personal y la formación permanente como estrategia de visibilidad <https://www.youtube.com/watch?v=zjY0vZFMha8>
- **Enlaces de Vídeo-cv creativos**
 - Nuria Fusté https://www.youtube.com/watch?v=70iSEMNV_E_M
 - Amanda <https://www.youtube.com/watch?v=z5nbqwynsyl>
 - Raúl Calabria <https://www.youtube.com/watch?v=pxwlfxcqXlw>
 - Enzo https://www.youtube.com/watch?v=PALNcW_eQXw
 - David Heredia <https://www.youtube.com/watch?v=RdXfbOcUqRo>
 - Carolina Gómez <https://www.youtube.com/watch?v=OCrz4UyA6ps>
 - Ana Gómez <https://www.youtube.com/watch?v=hWNCtT5wD5c>
 - Rosa Palmer <https://www.youtube.com/watch?v=MjBcjPyAr4Q>
- **Tarjetas de visita originales**
 - UPSOCL - 22 tarjetas creativas <http://www.upsocl.com/cultura-y-entretencion/22-de-las-tarjetas-de-presentacion-mas-creativas-que-veras/>
- **Artículos y material para profundizar**
 - Curso construye tu marca <https://www.cef.es/marca-personal>





- Curso técnicas de marketing y venta personal <https://www.womenalia.com/es/formacion/383-tecnicas-de-marketing-y-venta-personal/3583-mooc-tecnicas-de-marketing-y-venta-personal-tema-cuatro>
- Guía para el desarrollo de tu marca personal. 100 buenas prácticas que digan: "te sigo, te compro" <http://www.antoniovchanal.com/wp-content/uploads/2012/09/Marca-personal.pdf>
- Las mejores técnicas de marketing para encontrar trabajo <https://www.slideshare.net/MiltonFactory/las-mejores-tecnicas-de-marketing-para-encontrar-trabajo-mauro-xesteira>
- 60 consejos prácticos para mejorar tu imagen de marca personal <https://reinventatunegocio.files.wordpress.com/2012/11/60-consejos-practicos-para-mejorar-tu-imp.pdf>
- 7 claves para "venderte" profesionalmente <https://mariamikhailova.com/2015/05/21/7-claves-para-venderte-mejor-profesionalmente/>
- 8 herramientas para gestionar tu marca personal <https://www.foxize.com/blog/8-herramientas-para-gestionar-tu-marca-personal/>
- 5 herramientas para medir la visibilidad de marca <http://socialfarma.com/smo/5-herramientas-de-para-la-visibilidad-de-marca>
- 6 herramientas para medir la notoriedad <https://hablandoencorto.com/2011/02/6-herramientas-para-medir-la-notoriedad.html>
- Identidad digital, visibilidad y reputación on-line https://www.youtube.com/watch?v=k7Npq-ZmCUg&feature=iv&src_vid=_aBvI6y3Q6c&annotation_id=annotation_3601360203

➤ Libros digitales

- Personal Branding. Hacia la excelencia y la empleabilidad por la marca personal <http://madridexcelente.com/wp-content/uploads/2015/08/PERSONALBRANDING.pdf>
- Personal y transferible <http://www.soymimarca.com/wp-content/uploads/2011/10/personalytransferible.pdf>
- Los 10 principios elementales de la marca personal (Pablo Adán) <http://pabloadan.es/los-10-principios-elementales-de-la-marca-personal/>
- 60 consejos prácticos para mejorar tu imagen de marca personal <https://reinventatunegocio.files.wordpress.com/2012/11/60-consejos-practicos-para-mejorar-tu-imp.pdf>
- Liderazgo, marca personal y comunicación (Pablo Adán) <http://pabloadan.es/50-articulos-sobre-liderazgo-marketing-personal-y-comunicacion-libro-en-descarga-gratuita/>

➤ Libros

- ACED, C., ARQUÉS, N. et al. Visibilidad. Cómo gestionar la reputación en Internet. Gestión 2000: Barcelona, en prensa.



Visibilidad II

5.10 OBJETIVO: VISIBILIDAD II

Objetivos

El objetivo de esta sección es que seas capaz de avanzar y salir de tu zona de confort, asumiendo nuevos riesgos, pero al mismo tiempo, abriéndote a nuevas posibilidades.

En esta etapa nos adentraremos en territorios posiblemente poco explorados o conocidos por la mayor parte de los viajeros/as. Intentaremos también descubrir maneras de **mirar con otros ojos** aquellos paisajes que nos vayamos encontrando y, a partir de ahora, buscar siempre esa manera de mirar diferente, de ampliar nuestro campo de visión.

Tener una mirada diferente y creativa no va a depender únicamente de tu competencia digital. Sea cual sea tu ocupación puedes **hacerte más visible**, yendo más allá de las herramientas tradicionales (CV y carta mail de presentación). Por eso, te abrimos una ventana para mirar el mundo que está fuera y que puedes descubrir.



5.11 CV'S NOVEDOSOS

El CV no tiene porqué limitarse a ser un folio en el que plasmas tu experiencia profesional. Hoy en día existen muchas opciones para presentar a las empresas esa información de una forma más creativa.

Para un **CV en papel**, te recomendamos **cumplir unos mínimos** que te garanticen no ser descartado de inmediato:

- Buen diseño, pulcro e impecable tanto en higiene como en calidad del papel utilizado y en la impresión.
- CV en color frente a CV en blanco y negro.
- Sugerimos foto escaneada y no pegada, ya que se puede perder.

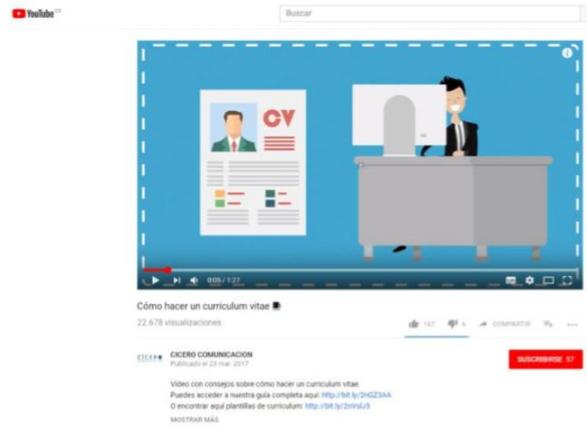


- Poner foto profesional tipo DNI, con las recomendaciones de foto para DNI o pasaporte. Ten en cuenta que la foto sirve para reconocer visualmente el CV.

Un buen diseño puede permitir que tu candidatura **destaque entre todas las demás**. Una vez que tenemos un contenido estructurado y adecuado, lo siguiente es buscar el formato, diseño e imagen que queremos transmitir a través del mismo.

Puedes consultar vídeos interesantes de expertos en comunicación que hablan del formato: del orden y cómo jugar con los espacios.

Utiliza iconos o imágenes para enriquecer el texto. Hay muchas plataformas de descarga gratuita de iconos, fotos e imágenes, como por ejemplo [flaticon.com](https://www.flaticon.com/) <https://www.flaticon.com/>



La imagen debe estar asociada al **sector** al que diriges el CV. Es conveniente que te ajustes al patrón que demanda un sector u otro. Por poner un ejemplo, en el sector de administración en el formato deberemos destacar la buena maquetación y organización de la información por apartados. En el sector de comercio y marketing, destacaremos la venta, la llamada de atención, la publicidad.

Existen plataformas que permiten elaborar CV's novedosos o más vistosos. Citamos por ejemplo una para elaborar infografías: piktochart.com <https://piktochart.com/>

70 ejemplos de CV's bien diseñados para inspirarte

<https://piktochart.com/es/blog/70-ejemplos-de-cvs-bien-disenados-para-inspirarte/>

También puedes destacar por formato elaborando un **Vídeo CV**. Te recomendamos utilizar este formato cuando puedas demostrar a través del vídeo tu "saber hacer", por ejemplo, un/a peluquero/a que quiere contar a través del CV cómo hacer recogidos profesionales para eventos.

Puedes pedir ayuda a amigos/as colaboradores para el tema de fotografía, diseño del cv con herramientas de diseño tipo Photoshop, la elaboración de un vídeo para el vídeo cv, etc... Todos los formatos son bienvenidos, ajustándose a lo que pide el sector y al objetivo del cv: Que venda nuestra candidatura y no nos cierre puertas.



EL VÍDEO CV

Vídeo CV

El vídeo currículum es una nueva opción de **presentación en vídeo de tu candidatura** para un posible puesto de trabajo.

No se elabora de la misma manera que un currículum tradicional, ya que el formato vídeo ofrece muchas más posibilidades e incorpora nuevas variables como la imagen, la voz y la forma de comunicar...

- El primer paso es presentarte diciendo tu **nombre completo**, tus estudios y una **breve descripción** de quién eres.
- Luego, nombrar uno a uno los proyectos que has realizado, pudiendo añadir enlaces a páginas webs o vídeos.
- Es importante **enumerar las fortalezas** o cualidades por las que destacas, y a continuación, tus preferencias de trabajo. Por último, menciona las razones por las que crees que eres **el más apto/a**.
- Para cerrar el discurso y la grabación se han de facilitar los datos de contacto, teléfono y correo electrónico.

Aquí tienes dos ejemplos:

Vídeo "CV Nuria Fusté Massana" https://www.youtube.com/watch?v=70iSEMNV_E_M

Vídeo currículum creativo-INE <https://www.youtube.com/watch?v=z5nbqwynsyI>



INFOGRAFÍAS

Infografía

Una infografía es una técnica de **elaboración de imágenes** mediante ordenador o la imagen obtenida por medio de esta técnica.

Existen diferentes herramientas de creación de infografías, como por ejemplo:

Piktochart <https://piktochart.com/>

Visual.ly <https://visual.ly/>

A continuación tienes algunos ejemplos:





VILMA NÚÑEZ

 Calle Nombre #1
Madrid, España

 Url linkedin

 +34 123 543 679
correo@correo.com

 Url twitter

CRONOLOGÍA



HABILIDADES

OFFICE	★★★★☆	OFFICE	★★★★☆
PHOTOSHOP	★★★★☆	PHOTOSHOP	★★★★☆
RRSS	★★★☆☆	RRSS	★★★☆☆
ILLUSTRATOR	★★☆☆☆	ILLUSTRATOR	★★☆☆☆

IDIOMAS

INGLÉS  A

FRÁNCES 

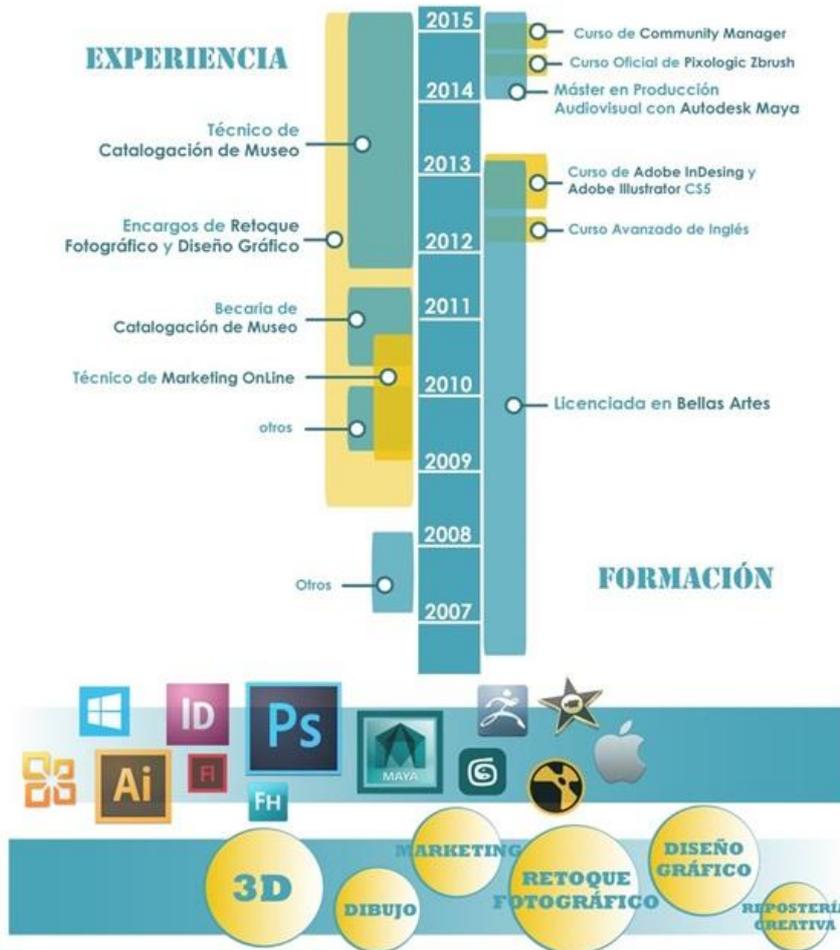




PAOLA SORIANO

4 julio de 1986
 Alcalá de Henares, Madrid

615 575 800
 PAOLA.SORIANO86@GMAIL.COM





Oscar Coca, 1974 - Cádiz, Spain
[+34] 607 301 022 · Info@oscarcoca.com
www.oscarcoca.com · www.blog.oscarcoca.com



CONSULTOR DE MARCA, ESTRATEGIA Y CREATIVO

Alrededor de 13 años de experiencia en la industria de la comunicación y el marketing para el desarrollo de marcas, estrategias y conceptos creativos, a través de pequeñas agencias o de forma independiente. Abarcando PYMES y Administraciones Públicas: *Turismo, comercio, restauración, construcción, inmobiliario, tecnología, arte...*

EXPERIENCIA



FORMACIÓN

- ★ **1995**
Participación en la primera edición de la revista universitaria *AIDA* como diseñador.
- ★ **1996**
Consecución del Grado Superior en Publicidad y Relaciones Públicas.
- ★ **1997**
Obtención del Diploma en Multimedia y Video Interactivo.
- ★ **1998**
Creación de primeros proyectos para *Emafi*, *Caldevilla Hogar*, *MS-Digital* y el *Gabinete de Comunicación Estrategia* entre otros.
- ★ **2001**
Desarrollo de proyectos de marketing online para el *Ayuntamiento de Jerez* y compañías del sector turístico como *Hoteles Monte*.
- ★ **2002**
Participación en la creación de la plataforma *Bookingfax*, identidad y estrategia para el lanzamiento con magníficos resultados.
- ★ **2003**
Inauguración de agencia propia asesorando a clientes como *TooMeeting*, *Monteenmedia*, *Bookingfax*, *Bancotravel* y *Brilans* entre otros.
- ★ **2008**
Desarrollo de estrategia de comunicación para *Muebles Palomino* empleando tácticas de guerrilla y medios convencionales con éxito.
- ★ **2010**
Impartición de seminario sobre medios sociales en el *Instituto de Artes Visuales* y colaboración en proyectos como *Golocio* y *Grupo Avanzía*.

APTITUDES

- Análisis cualitativo de la marca
- Estrategias de comunicación
- Identidad de marca
- Concepto creativo off/on line
- Posicionamiento de marca
- Planificación de campañas

DISEÑO

Ai Ps ID Fl Html Css **CV2010**



EL CV ONLINE

Actualmente existen varias plataformas, tanto gratuitas como de pago, que nos permiten muchas posibilidades: crear nuestro cv en función de determinadas plantillas, publicarlo automáticamente y tenerlo siempre disponible, compartirlo a través de las redes sociales, etc. Algunas de estas plataformas te permiten reflejar también tus competencias y talentos, así como tus expectativas laborales.

A continuación te mostraremos algunos ejemplos de este tipo de plataformas.

A raíz de la transformación digital, han surgido nuevas plataformas de apoyo a la elaboración del CV. Os adjuntamos varios enlaces de artículos profesionales sobre las plataformas más recomendadas. No obstante en la bibliografía detallaremos alguno más.

5 plataformas para crear un gran currículum vitae <https://www.unocero.com/lo-mas-visto/5-plataformas-para-crear-un-gran-curriculum-vitae/>

6 plataformas para crear un CV súper creativo <https://www.infobae.com/tecno/2017/04/08/6-plataformas-para-crear-un-cv-super-creativo/>

Aplicaciones gratuitas para crear currículum online <https://www.whatsnew.com/2013/05/06/aplicaciones-gratuitas-para-crear-curriculum-online-pdf/>

Para evitar el uso de CV's con un contenido no adecuado o que no ayude a gestionar de forma adecuada tus candidaturas, te recomendamos elegir una de estas opciones para crear la plantilla de tu CV, eligiendo la que mejor encaje con tu solicitud.



OPCIÓN I: PLANTILLA DE WORD

Existen en internet múltiples páginas que te permiten descargar plantillas para la elaboración de un currículum vitae. El procedimiento y formato es tradicional y sencillo pero requiere de ciertos **conocimientos de Word**. Se trata de ir sustituyendo el modelo por la información que nos interesa recoger. Puede resultar, a veces, tedioso porque se desconfigura la plantilla si movemos alguno de los apartados de la misma. Requiere de conocer algunas reglas básicas de cómo se elabora un cv.

<https://plantillas-curriculum.com/>

<https://www.modelocurriculum.net/modelos-y-plantillas-de-curriculum-vitae>





OPCIÓN 2: PLATAFORMAS PARA ELABORAR CV EN LÍNEA

➤ CV EUROPASS

Una de las plataformas más recomendadas es el **CV Europass**. Es el que se recomienda por el Centro Nacional de Referencia Europea en orientación profesional. Es muy sencillo de utilizar. Es un Cv que incorpora toda la dimensión de competencias. Hay que registrarse dentro de la plataforma, con el fin de que queden guardados los datos y podamos actualizarlos siempre que queramos. Al ser un sitio oficial, nos da confianza en el alojamiento y protección de datos.

130 million de usuarios
europass
Editor en línea
ES (español) ▾
Iniciar sesión

Currículum vitae

- Pasaporte europeo de competencias
- Pasaporte de lenguas
- Carta de motivación
- Prepara tu entrevista
- Cinco principios básicos para un buen CV
- Opciones
- Contacto

INFORMACIÓN PERSONAL + Completar

TIPO DE APLICACIÓN + Completar

EXPERIENCIA PROFESIONAL

EDUCACIÓN Y FORMACIÓN

COMPETENCIAS PERSONALES

CAMPOS COMPLEMENTARIOS

- Foto
- Otras competencias
- Permiso de conducir
- Información adicional
- Documentos adjuntos
- Eliminar
- Importar archivo
- Visualizar
- Publicar CV
- Exportar

Enlace de acceso: <https://europass.cedefop.europa.eu/editors/es/cv/compose>



Su cumplimentación es sencilla, incluso permite realizarlo en varios idiomas, permite descargar, remitir al correo electrónico e incluso hacer modificaciones en el PDF o Word descargado. En el mismo enlace donde cumplimentamos el Europass, la plataforma recomienda una carta de motivación (la antigua carta de presentación). Consideramos muy útil hacerla y adjuntarla siempre y cuando enviemos el cv a ciegas como auto candidatura y no para un proceso de selección concreto.



Apellido(s) Nombre(s)

Dirección postal (nombre y número de la calle)

Teléfono(s) Correo electrónico Mensajería instantánea

Persona de contacto
Nombre de la organización
Dirección de la organización

Localidad, Fecha

Asunto

Encabezamiento

Contenido de la carta

Despedida

Subir

Apellido(s) Nombre(s)



➤ DOYOUNBUZZ.COM

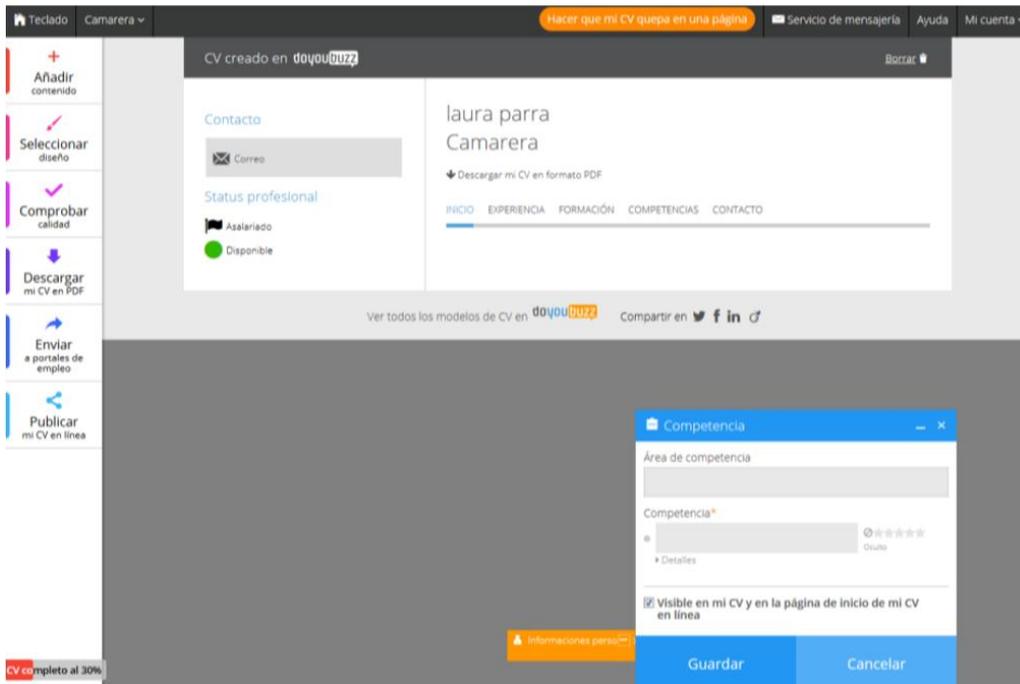
Este es el enlace para acceder: <http://www.doyoubuzz.com/es/>

Es fácil de manejar, desde el menú tienes que ir seleccionando los contenidos que quieres que aparezcan en el CV y su orden.

Requiere conocer bien cómo se debe hacer un CV.

Permite añadir competencias y sus niveles de desempeño, pero para ello es necesario haberlo trabajado antes, ya que no tiene despleables que aporten ideas de qué tienes que ir poniendo en cada uno de los apartados.





CV creado en **doyouBUZZ** Borrar

Contacto

Correo

Status profesional

Azafato

Disponibile

laura parra
 Camarera

Descargar mi CV en formato PDF

INICIO EXPERIENCIA FORMACIÓN COMPETENCIAS CONTACTO

Ver todos los modelos de CV en **doyouBUZZ** Compartir en [t](#) [f](#) [in](#) [d](#)

Competencia

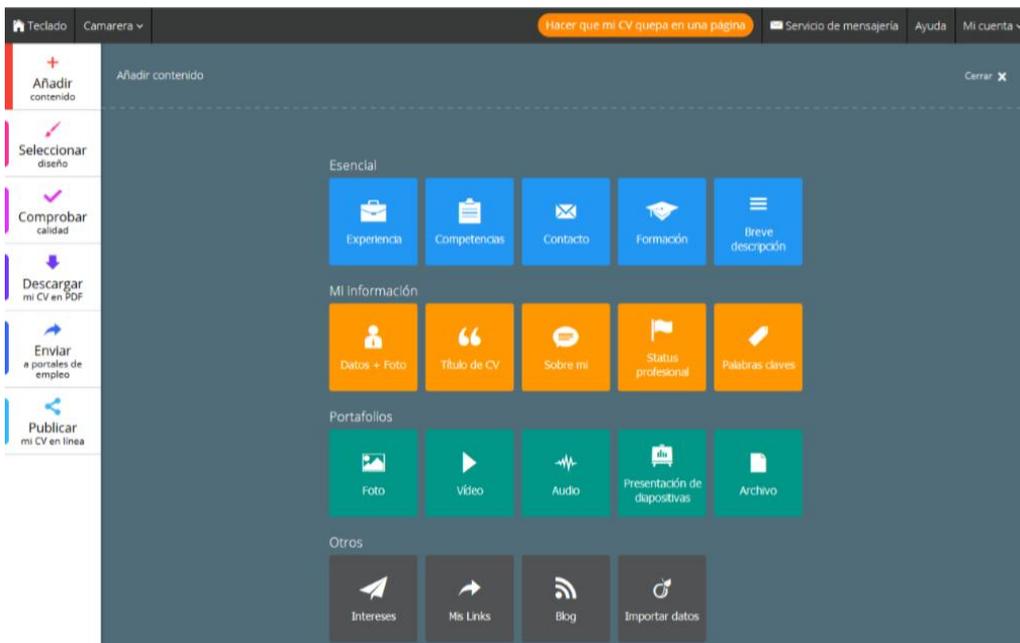
Área de competencia

Competencia*

Visible en mi CV y en la página de inicio de mi CV en línea

Guardar Cancelar

CV completo al 30%



Añadir contenido Cerrar

Esencial

- Experiencia
- Competencias
- Contacto
- Formación
- Breve descripción

MI Información

- Datos + Foto
- Título de CV
- Sobre mí
- Status profesional
- Palabras claves

Portafolios

- Foto
- Vídeo
- Audio
- Presentación de dispositivos
- Archivo

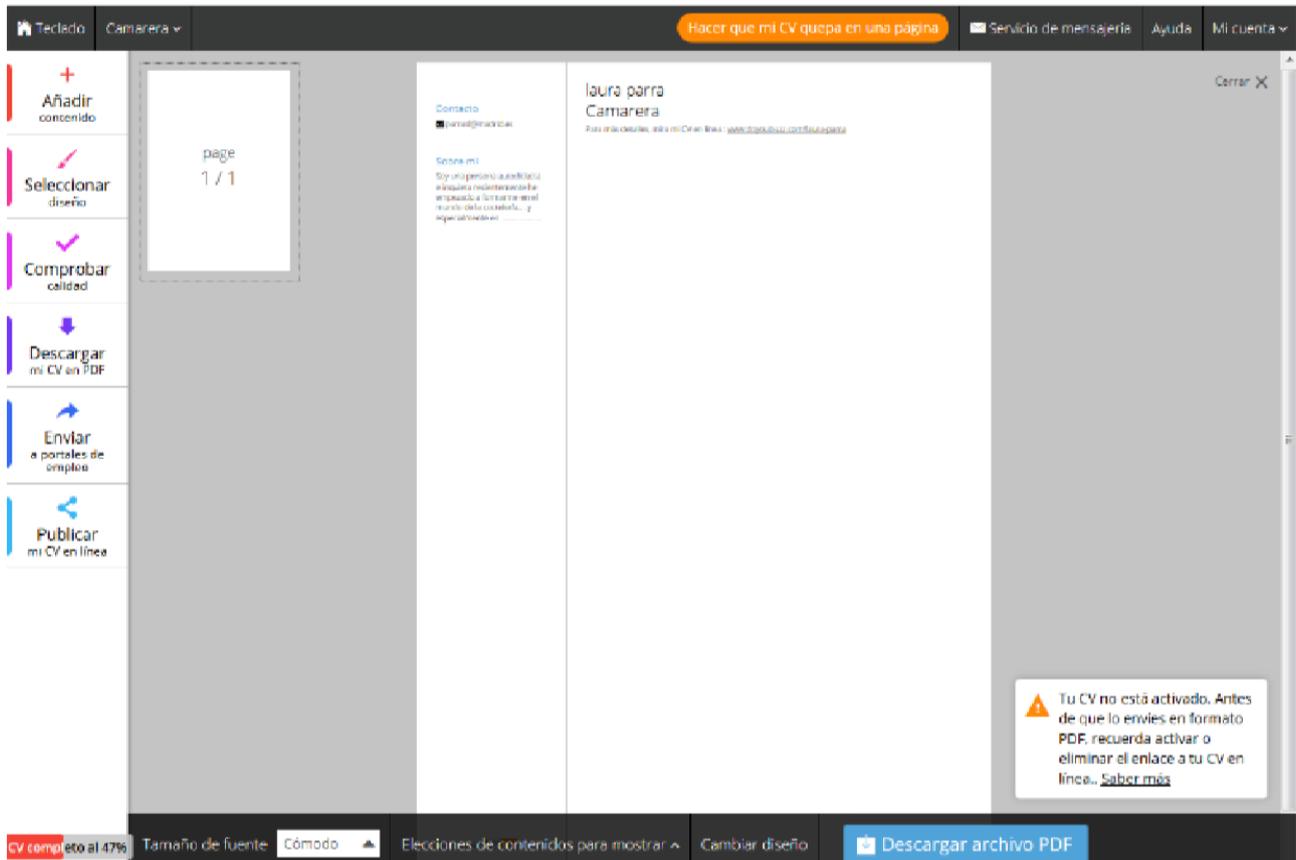
Otros

- Intereses
- Ms Links
- Blog
- Importar datos



- Permite aportar **gran cantidad de detalles** en la confección del CV: información de la empresa, añadir logos, direcciones, referencias, describir información, etc.
- Especialmente indicado para personas muy **activas en redes sociales** con competencia digital alta y que utiliza las redes sociales como forma de búsqueda habitual.
- Muchas de las opciones como descarga de pdf para papel requieren de **opción Premium**.

El resultado que devuelve, o al menos el que ha permitido, es un **pdf que remite a la aplicación**:



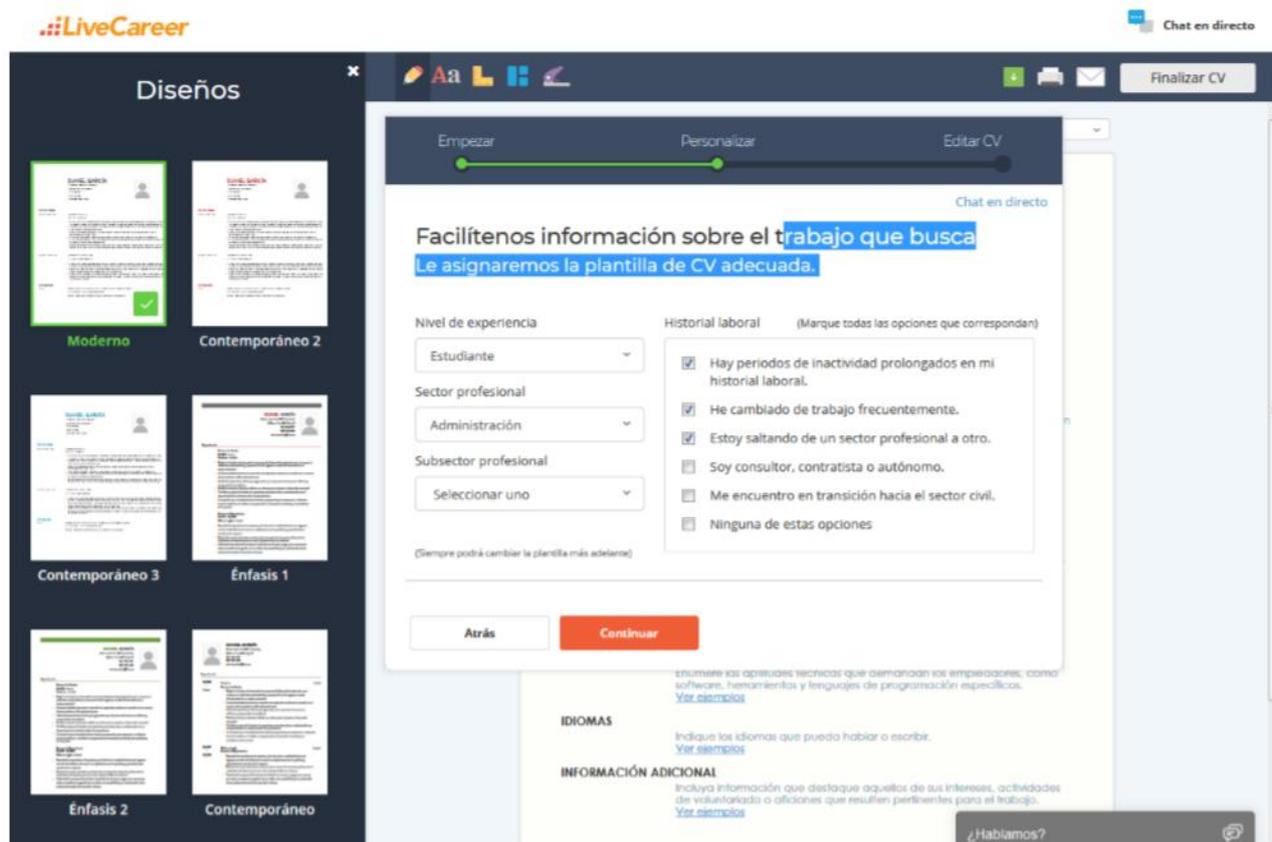
The screenshot displays a CV editor interface. On the left, a vertical toolbar contains several icons and labels: 'Añadir contenido', 'Seleccionar diseño', 'Comprobar calidad', 'Descargar mi CV en PDF', 'Enviar a portales de empleo', and 'Publicar mi CV en línea'. The main area shows a preview of a CV page with the text 'page 1 / 1'. To the right of the preview, there is a contact information section for 'laura parra Camarera' with an email address and a phone number. Below the preview, there is a warning message: 'Tu CV no está activado. Antes de que lo envíes en formato PDF, recuerda activar o eliminar el enlace a tu CV en línea. [Saber más](#)'. At the bottom, there is a navigation bar with options like 'CV completo al 47%', 'Tamaño de fuente: Cómodo', 'Elecciones de contenidos para mostrar', 'Cambiar diseño', and a prominent 'Descargar archivo PDF' button.



➤ LIVECAREER

Este es el enlace para acceder: <https://www.livecareer.es/> y requiere de un registro previo.

Al principio hace una serie de preguntas relacionadas con el nivel de experiencia laboral y sector o puesto que quieres desempeñar, así como si tienes o no experiencia, o si tienes muchos cambios de actividad en tu vida laboral, y en función de eso te ofrece posibilidades de plantilla.



Este sitio es sumamente sencillo de utilizar, debido a que desde un inicio presenta la posibilidad de que brindes datos básicos como el nivel de tu experiencia laboral, el área en la que te desenvuelves, con qué frecuencia cambias de trabajo, etc.

Además, podrás acceder a ejemplos de CV profesionales para que tengas una noción de lo que podría ser bien visto ante la perspectiva de las empresas. De igual modo, Live Career permitirá que compartas tus documentos finales en redes sociales como Facebook y Twitter, o LinkedIn, donde precisamente las compañías se encuentran buscando el perfil necesario.

Una vez que hayas ingresado los datos básicos, el sitio te redirigirá a una sección en la que podrás profundizar en el desarrollo de tu educación, aptitudes técnicas, etc. A su vez, el portal te ofrecerá una serie de plantillas para que ajustes a tus gustos y preferencias el diseño pertinente.



➤ VISUALCV

Este es el enlace para acceder: <https://www.visualcv.com/> requiere de un registro y ofrece opción Premium.

En este sitio podrás encontrar múltiples ejemplos de plantillas y currículos. Sin embargo, una de las características más destacables es la traducción, pues tu CV podrá ser convertido a distintos idiomas con el fin de que puedas tener mayores posibilidades y oportunidades de trabajo. Además, cuenta con guías para que aprendas a elaborar cartas de presentación y solicitudes de empleo.

Visual CV



➤ SMARTPROFILE

Este es el enlace para acceder: <http://www.smartprofile.es/>

Esta plataforma antes se conocía como cuvvit. Fue una de las primeras plataformas que incorporó el tema de las competencias en el CV.

Incluye todas las dimensiones que te definen y las muestra al mercado laboral, estas dimensiones son: perfil de trayectoria, perfil de talento y perfil de expectativas.

Se dirige a un público que busca trabajo en sectores con altas exigencias competenciales y una estructura curricular potente, así como alta competencia digital.



¿Qué es SmartProfile?

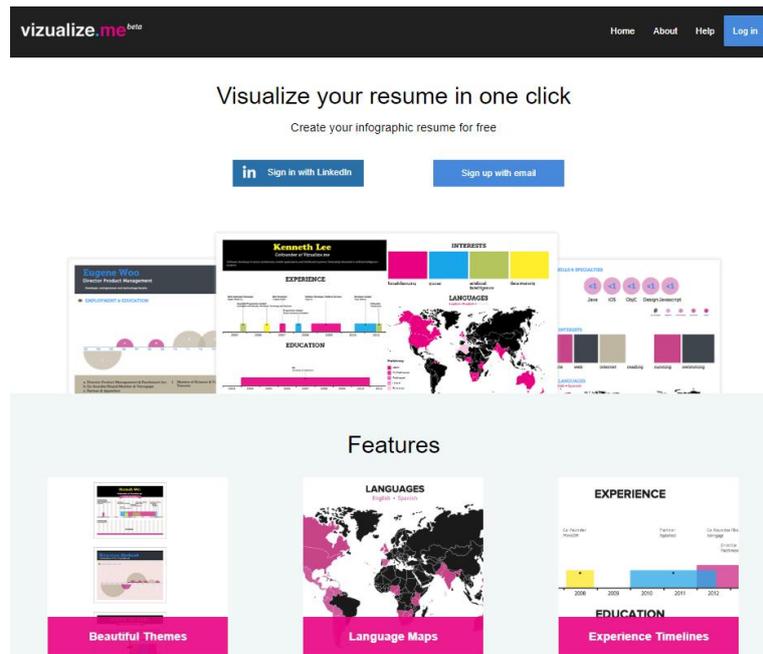


Esta obra está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

➤ VISUALIZE.ME

Este es el enlace para acceder: <http://vizualize.me/>

Se puede acceder utilizando el email o con tu cuenta de LinkedIn. Esta última opción es la ideal ya que de ese modo el sitio toma todos los datos desde ahí y con esa información genera automáticamente un CV con formato infografía. Hay varias opciones de diseño y colores para elegir.



El uso de este tipo de plataformas requiere:

- Un registro previo, salvo www.onlinecv.es
- Activar una opción Premium para el uso de ciertas funciones (por ejemplo, un CV que se pueda imprimir)
- Estar familiarizado con el uso de herramientas y aplicaciones digitales.
- Para alcanzar un mayor rendimiento es conveniente tener perfiles y hacer uso de las redes sociales.
- Las plataformas permiten confeccionar un cv “a la carta” lo que hace necesario unos conocimientos previos de las reglas básicas de cómo confeccionar un cv, aunque suelen ser muy intuitivas.
- Hay que tener especial cuidado con la protección y uso de datos de las plataformas.

A tener en cuenta: en la mayoría de los CV aparece publicidad de la plataforma utilizada en el producto final.



Esta obra está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).



OPCIÓN 3: UTILIZAR UN ASISTENTE

La opción de utilizar un asistente que no requiera de un registro previo del usuario/a que ayude mediante el uso de preguntas, campos o desplegables a completar una plantilla sencilla pero que contenga toda la información que nos interesa, es una de las opciones más prácticas. No requiere de grandes conocimientos por tu parte y el resultado es un cv básico y unificado.

Esta podría ser una solución intermedia entre escoger una plantilla de Word y utilizar una plataforma más sofisticada que requiere un registro. Puedes crear la tuya propia siguiendo la del ejemplo que tienes a continuación.

➤ ONLINE CV

Este es el enlace para acceder: <https://www.onlinecv.es/hacer-cv/>

- No hace falta registrarse dentro de una plataforma, pero si es necesario registrar el correo electrónico.
- Se visualiza a modo de formulario. El resultado es en pdf y a pie de página figura la dirección web de la plataforma.
- Es muy sencilla y simple de manejar. Los datos son básicos: educación, experiencia, idiomas y permite añadir habilidades y personal.
- Una vez que se ha generado el archivo en pdf el CV ya no se puede modificar. Es necesario hacer otro nuevo puesto que la aplicación no guarda información del usuario.



Este es el resultado final. Aparece publicidad de la aplicación a pie de página.

CURRICULUM VITAE

Nombre y apellido: Laura Parra Simón

Título: Camarera
Fecha de nacimiento: 1.1.1999.
Número de teléfono: 666666666
E-mail: parr-----

Estado: UNITED STATES
Nacionalidad: UNITED STATES

Educación:
Operaciones básicas de restaurante y bar 2008-2008: Certificado de Profesionalidad de nivel 1
Educación Secundaria 2011-2015: Escuela de Adultos de Orcasitas

Trabajo historia:
HOTEL NH 2014-2017: Madrid - Camarera de barra y sala en el restaurante del Hotel
LOS CIEN MONTADITOS 2017-2017: Valencia - Durante los meses de verano trabajé en la terraza como camarera, en el turno
CASA DOMINGO 2017-2017: Madrid - Prácticas no laborales

Idiomas:
Inglés mal

Habilidades:
Orientación a resultados
Orientación al cliente

Personal:
Estoy interesada en trabajar como camarera de barra, sala y terraza. Me encanta trabajar de cara al público y poder atender a s

by <http://www.online-cv-generator.com/>

Debes de tener en cuenta que no todas las herramientas son válidas para todas las personas, y por lo tanto, no tienes que confeccionar un CV siguiendo cada uno de estos ejemplos. Lo importante es que los conozcas para que después puedas plantearte si son adecuadas o no para ti.



5.12 TU VISIBILIDAD EN LA RED

Según el **“Informe Adecco: Búsqueda de empleo y reputación digital en la era 3.0”** de 2015, cuyos datos se basan en una encuesta internacional en la que se ha consultado a más de 31.793 candidatos/as, casi la totalidad de los **demandantes de empleo (un 97, 3%) utilizan Internet** a la hora de buscar un empleo, y ya un 64,7% lo hace a través del móvil. Estos datos vienen a confirmar el hecho de que las competencias digitales son una exigencia en el mercado laboral actual y para poder competir en él, necesitamos desarrollar un nivel mínimo al menos.

La población española se decanta sobre todo por LinkedIn como principal plataforma (90,8%), seguida de Twitter (36,2%) y Facebook (31%).

En nuestro país, un **37,3% de los españoles/as ha sido contactado/a por reclutadores/as a través de las redes sociales**, mientras que la media mundial se sitúa en torno al 23%.

En la medida que seas más visible, y construyas una **reputación on line sólida**, (recordemos que no solo hay que llamar la Atención, también despertar el Interés) conseguirás desarrollar una estrategia de búsqueda de empleo más eficaz y una Marca Personal acorde a dicha estrategia.

Existe gran cantidad de herramientas, canales, programas, aplicaciones, etc, que nos han traído



la tecnología en general e internet en particular. Es muy difícil conocerlas todas, ya que cada día aparecen y desaparecen, cobran importancia o la dejan de tener. Al igual que con los portales de empleo, debes descubrir cuáles son las que pueden ser más interesantes para ti y estar abierto/a a seguir aprendiendo en este ámbito.

No todos los canales son adecuados para todos los perfiles, sino que, en función de tu Plan de Acción Individual (PAI) y tu estrategia de Marca Personal tendrás que decantarte por unos u otros, aunque en la medida que logres diversificar y aumentar los que usas, se podrá producir un efecto multiplicador de tu impacto.

Si tuviéramos que resumir la utilidad de estas herramientas podríamos decir que nos ayudarán a:



Obtener **información**: sobre ofertas, sobre empresas, recursos...



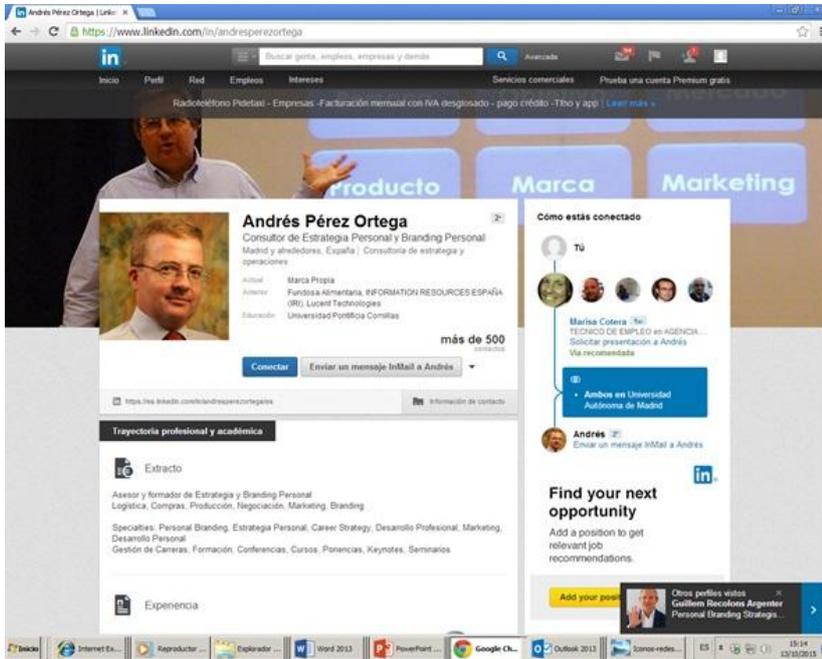
Ampliar y/o diversificar nuestra red de contactos, hacer **networking**.



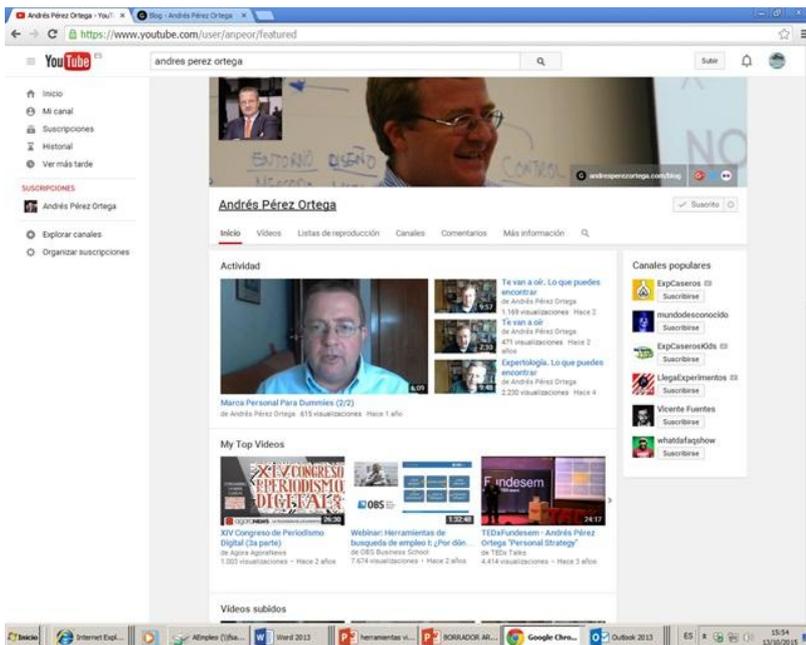
Crear y consolidar nuestra **marca personal** online.

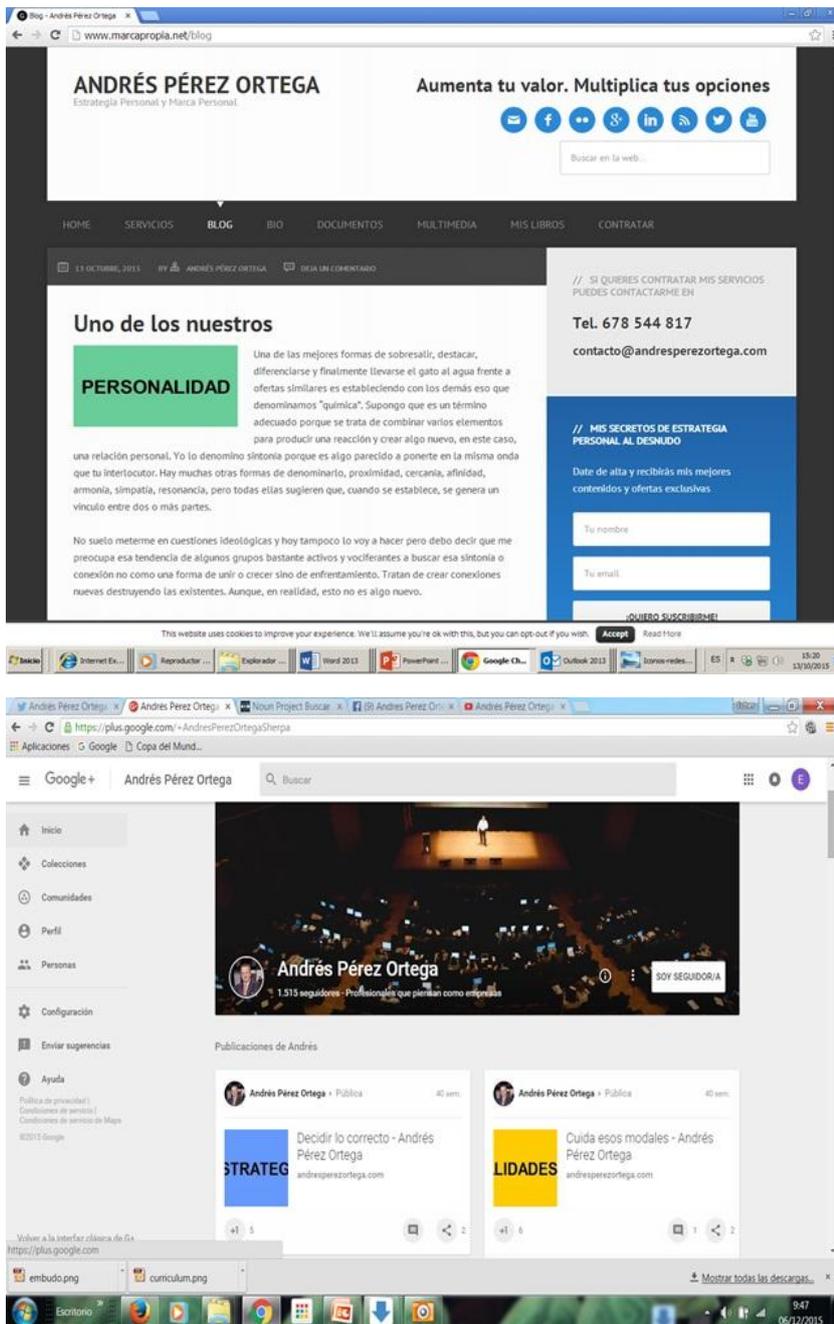


Te mostramos un ejemplo de visibilidad en la red de un experto en Marca Personal, Andrés Pérez Ortega:



Esta obra está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).





The screenshot displays a web browser window with two tabs. The active tab shows a blog post on www.marcapropia.net/blog by Andrés Pérez Ortega. The blog header includes the author's name, a tagline 'Estrategia Personal y Marca Personal', and a navigation menu with links for HOME, SERVICIOS, BLOG, BIO, DOCUMENTOS, MULTIMEDIA, MIS LIBROS, and CONTRATAR. The main content of the blog post is titled 'Uno de los nuestros PERSONALIDAD' and discusses the concept of 'sintonía' (synchronicity) in personal relationships. A sidebar on the right contains contact information: 'Tel. 678 544 817' and 'contacto@andresperezortega.com', along with a subscription form for 'MIS SECRETOS DE ESTRATEGIA PERSONAL AL DESNUDO'. Below the browser window, a Google+ profile for Andrés Pérez Ortega is visible, showing 1,513 followers and two recent public posts: 'Decidir lo correcto - Andrés Pérez Ortega' and 'Cuida esos modales - Andrés Pérez Ortega'. The system tray at the bottom shows the date as 06/12/2015.



5.13 CANALES PARA LA BÚSQUEDA DE EMPLEO

Estos son los principales canales y su utilidad en lo que se refiere a la búsqueda de empleo:

➤ LINKEDIN

La red profesional por excelencia. El 90,8% de las personas en situación de búsqueda de empleo que utilizan las redes sociales, se decantan por ésta. En junio de 2016 contaba con más de 430 millones de usuarios/os.

En ella podemos **colgar nuestro cv** para contactar con otros/as profesionales, pero va más allá de un cv en línea. Puedes recibir **recomendaciones** o **validaciones de tus competencias**, aportando credibilidad y aumentando tu reputación on-line, puedes colgar presentaciones, vídeos, artículos en blogs,..



Es una fuente muy poderosa de información, sobre todo cuando te vinculas a **grupos de interés** y probablemente, hoy por hoy, el canal más importante para ampliar tu red de networking o contactos profesionales.

➤ FACEBOOK

Fue la primera red social que alcanzó un volumen mundial, y la que popularizó el concepto. Creada en 2004 como espacio de comunicación entre estudiantes, actualmente hay 1600 millones de personas usuarias que se mantienen activas mensualmente.

En esta red agregas a amigos, familiares, compañeros de trabajo o **personas con aficiones afines**. Puedes compartir todo tipo de información, comentarios, fotos, vídeos, y utilizar el botón “me gusta”, seguir determinadas páginas que te interesen (por ejemplo de empresas relacionadas con tu objetivo profesional,..), **crear tu propia página para promocionar tu proyecto profesional**, etc. Se pueden encontrar ofertas de empleo, de hecho ya hay empresas que publican sus ofertas en su página de Facebook antes que en su web corporativa.



➤ TWITTER

Es una red de *microblogging*, para publicar textos cortos (límite de 140 caracteres). Fue creada en 2006, se basa en la inmediatez y ha cambiado la manera de comunicar en los medios sociales tradicionales, pudiendo interactuar con los protagonistas del programa.

Puedes seguir diferentes perfiles, *retuitear* o marcar como favoritos algunos de los comentarios. También te pueden seguir a ti, y a medida que tengas más seguidores/as ir consiguiendo aumentar tu relevancia y reputación on line. Los temas más seguidos son los que se llaman *trending topic*.



En la búsqueda de empleo, puedes **seguir a perfiles de empresas** que te interesen, **servicios públicos de empleo**, entidades o asociaciones que trabajen en empleo o formación. Recibirás noticias interesantes en este sentido, y también puedes **generar contenido** y desarrollar y mantener desde este canal tu marca personal.

➤ GOOGLE +

Es la más joven de las cuatro grandes, nació como respuesta de Google a Facebook y tiene un funcionamiento parecido, pero su gran baza es que **integra otros servicios de Google**, y que **puede influir en el posicionamiento** que se consiga al utilizar el buscador. Por eso, aunque todavía no muy utilizada, no se puede perder de vista la importancia que puede llegar a cobrar, porque en lo que se refiere a buscadores, Google ha conseguido prácticamente eliminar al resto.



➤ BLOGS

Es un sitio web que incluye, a modo de diario personal de su autor o autora, contenidos de su interés, actualizados con frecuencia y comentado por sus lectores/as.

Arturo de las Heras, experto en marca persona, señala entre sus ventajas: la posibilidad de **disponer de una presencia sin coste económico**, **generar conversación** y poder de recomendación de otras personas, y además vincularlo y difundirlo a través de las redes sociales, siendo nosotros/as mismos/as los que generamos el contenido, decidimos qué y cómo lo queremos contar.



En la búsqueda de empleo y proyectos emprendedores, puedes crear tu propio blog para **mostrar y publicitar tu trabajo y conocimientos**. Como buscadores/as de empleo, en los blogs podemos encontrar también **información de interés**, muchas veces posibilidad de seguir ampliando conocimientos o mantenernos en “activo mentalmente” en los períodos en que estemos



en desempleo, leyendo a blogueras/os influyentes en nuestro ámbito, participando en sus blogs, o creando el nuestro propio.

Puedes crear un blog gratuito con herramientas como *Blogger* o *WordPress*, que cuentan con plantillas personalizables que pueden utilizarse sin tener conocimientos de diseño ni programación.

➤ YOUTUBE

Es el principal sitio web para **ver y alojar vídeos**, pertenece a Google desde 2006.

Ya comentamos anteriormente la ventaja que podía representar la inclusión de un video en nuestras candidaturas. Un paso más allá sería tener nuestro propio canal, y subir contenidos de diferentes tipos (por ejemplo, si soy animador/a sociocultural un juego o dinámica desarrollado con un grupo para mostrar “en tiempo real” como trabajo) para que las demás personas usuarias puedan acceder a ellos de una manera digamos más sistematizada. También podemos **suscribirnos a algún canal** en concreto,

recibiendo mensajes en nuestro correo electrónico para que estemos al tanto de las novedades del mismo. Como en el caso de otros canales y redes que hemos comentado, esto nos permitirá por un lado obtener información útil, y por otro interactuar con personas afines.



Algunas personas, los llamados *youtubers* han conseguido hacer de esta actividad una fuente de generación de recursos económicos. Probablemente el ejemplo español sería el caso de Elrubius, con más de 20 millones de suscriptores en su canal de Youtube en agosto de 2016, (¡en sólo 5 años!) y más de 4.000 millones de clics en sus vídeos, cobra unos 2,5 millones de euros al año. Se ha convertido en toda una estrella, que genera fenómenos de fans, hace anuncios de una conocida marca de refrescos, escribe libros...

Los perfiles digitales más utilizados para la búsqueda de empleo son:

- LinkedIn <https://www.linkedin.com/>
- Twitter <https://twitter.com/>
- Plataformas de comunidades sectoriales

Hoy en día es necesario que cuentes con un asesoramiento en la elaboración de estos perfiles digitales, sobre todo en LinkedIn.



5.14 LA IMAGINACIÓN AL PODER

Queremos abrir una puerta, de nuevo, a una de las competencias transversales que cada vez más, nos van a ser demandadas en el nuevo mercado laboral, **la Creatividad**, definido en el diccionario de competencias de la AE como la “capacidad de aportar ideas innovadoras y originales que permitan obtener soluciones efectivas a problemas y situaciones”.

A continuación te mostramos algunos **ejemplos creativos de candidaturas**, utilizando o no herramientas tecnológicas, porque nuestro objetivo es transmitirte que, sea cual sea tu cualificación, puedes pensar de manera creativa e innovadora. Todas estas personas buscan el mismo objetivo: **diferenciación y visibilidad**.

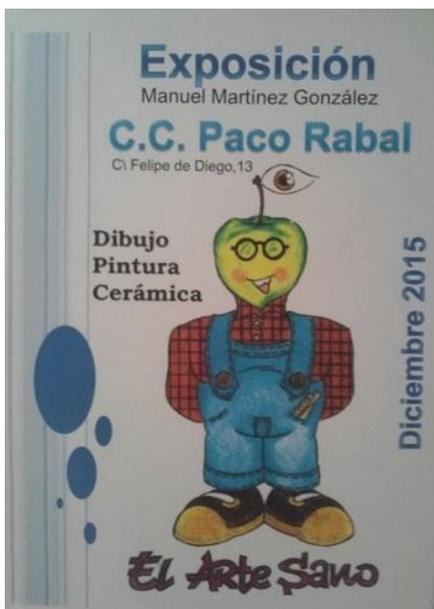
Ejemplo I: Kate Nadolski consiguió en 2013 que se hablara de ella en todo el mundo, mostrando en su CV diferentes herramientas de escritura para representar los diferentes hitos del mismo. Consiguió Atención, Interés, Deseo y Acción.



Ejemplo 2: Personas que han decidió hacer CV-camisetas.



Ejemplo 3: Personas que intentan captar la atención de sus potenciales clientes con un dibujo original en el cartel de una exposición en un Centro Cultural de Barrio.



Para terminar este apartado, queremos hablarte del concepto de **Comunicación 3.0**. ¿En qué consiste?

- En la **web 1.0** no existía interacción, es de sólo lectura, es estática.
- En la **web 2.0** las personas interactúan, colaboran, comparten conocimiento,... es un nuevo modo de comunicación en el que estamos inmersos.
- En la **Web 3.0** se llega a compartir de manera simultánea la información en diferentes dispositivos, a la vez que la comunicación se convierte ya no en unidireccional o social, sino que se producen contenidos multimedia (escritos, audiovisuales,...) para la comunidad, a través de múltiples canales y utilizando diferentes dispositivos. Cualquier persona se puede convertir en comunicadora para una gran audiencia, como expone el padre del periodismo participativo **Dan Gillmor**.

Como ejemplo del efecto multiplicador de una acción a través de la comunicación 3.0 y el uso de diferentes canales, aplicados a la búsqueda de empleo, te proponemos que veas este vídeo.

Cómo buscar trabajo con tres tarjetas de visita: El viaje de mi tarjeta
<https://www.youtube.com/watch?v=Z0zKwl2mqBU>

Michiel Das, basándose en la teoría de los 6 grados de separación – que establece que todas las personas están conectadas a cualquier otra persona a través de seis diferentes contactos- creó 3 tarjetas de visita y se las entregó a 3 amigos para que las fueran “pasando” con el objetivo de ver hasta dónde llegaban y encontrar un trabajo en el área de marketing y las redes sociales. A través de la plataforma Tumblr creó la web www.elviajedemitarjeta.com donde colocó una foto de cada propietario actual de las tarjetas de visita para darles las gracias por querer participar en el proyecto. Además, creó una página en Facebook (que actualmente tiene más de 1000 fans), un mapa para poder seguir el viaje de cada tarjeta de forma visual y el hashtag #elviajedemitarjeta en Twitter para llegar a más gente. Gracias a este proyecto recibió 11 ofertas de trabajo en su buzón de correo y ha participado en 4 procesos de selección diferentes. Una de sus tarjetas llegó incluso a Andreu Buenafuente. Michiel dispone de un trabajo actualmente como responsable de Employer Branding en SEAT.



5.15 ANEXOS: VISIBILIDAD II

Te proponemos que visualices estas infografías para ampliar tu información sobre visibilidad y búsqueda de empleo.

por @AngelesGtrrez

Consigue más visibilidad en



El infografía presenta siete consejos para mejorar la visibilidad en LinkedIn, acompañados de iconos representativos: un perfil profesional, un título importante, un ojo para las preferencias, un libro para compartir contenido, un globo para buscar contactos, un grupo de personas para seguir influencers, y un ordenador con el logo de LinkedIn. Una computadora muestra el logo de LinkedIn en su pantalla.

- Foto y perfil profesional
- El título es muy importante
- Controla tus preferencias en tu perfil público
- Busca tu lista de contactos y clientes en LinkedIn
- Comparte contenidos de calidad en grupos e interactúa
- Crea una lista de empresas clave para tu marca y búscalas en LinkedIn
- Haz un seguimiento de lo que más interesa a los influenciadores de tu sector

Digital Marketing Trends



9 Consejos para gustar a Facebook y mejorar la visibilidad de tus publicaciones

Facebook muestra...

- ... las publicaciones de personas y páginas con las que más interactuamos
- ... las publicaciones que consiguieron engagement de muchos usuarios

1. **Publica con frecuencia**
¡Que no se olviden de ti!

2. **No publiques por publicar**
Publica contenidos que interesen a tus seguidores

3. **Comparte varios tipos de contenidos:**
encuestas, vídeos, imágenes...

4. **Incluye llamadas la acción:**
"Llama ya" "Reserva" "Descarga la app"...

5. **Haz preguntas** y genera conversaciones

6. **Comparte vídeos**
subiéndolos directamente a Facebook

7. **Personaliza los enlaces que compartes:** cambia el título, descripción o imagen

8. **Publica en tiempos estratégicos**
Comprueba en las estadísticas cuál es el mejor momento para publicar tus contenidos

9. **Responde siempre a los comentarios**

really
I  **YOU!**

10 razones para usar Twitter en la búsqueda de empleo



Cómo aprovechar el poder de las Twitter en la búsqueda de oportunidades laborales

Presencia



Si no estás en Twitter, no existes para aquellas personas y empresas que lo utilizan como herramienta a diario.

Aprendizaje

Sin duda, un buen uso de Twitter te permitirá ampliar y mejorar tus conocimientos en aquellas materias de tu interés profesional.



Buscar ofertas



Hay muchas ofertas que nacen y mueren en Twitter. Además empresas y portales de empleo difunden sus ofertas en esta red.

Canal de comunicación

Aunque sólo sea como canal de comunicación directo con empresas y profesionales, Twitter ya tendría que formar parte de tu vida.



Marca personal



Todo profesional debe cuidar y potenciar su marca personal, fuera y dentro de Internet. Twitter es una herramienta imprescindible para ello.

Interacción con empresas de selección

La mayoría de las empresas de selección está en Twitter y lo utilizan para buscar candidatos, como canal de comunicación, para observar profesionales, ...



Twitter en parte de tu Curriculum



En la actualidad Twitter es una parte de tu Curriculum, recuerda que si no estás en Google, no existes.

Si usas Twitter conoces Twitter

Usar Twitter implica conocer Twitter. El manejo de esta red social es un valor reconocido por muchas empresas.



Uso de herramientas de empleo



Existen herramientas para buscar trabajo, como tuiempleo.com, tweetbeep.com o twitjobsearch.com que sólo se pueden usar con Twitter.

Movilidad

Siempre llevas el Smartphone a tu alcance y Twitter es la red social que mejor se adapta al móvil.



Diseño de @VallejoAngeles & @AlfredoVela
<http://ticsyformacion.com/>

Piktochart
make information beautiful



5.16 WEBGRAFÍA Y ENLACES DE INTERÉS: VISIBILIDAD II

➤ Plantillas de CV

- www.curriculumfacil.es/es_quick_tour.html
- www.curriculum-web.com/
- www.modelocurriculum.net/modelos-y-plantillas-de-curriculum-vitae
- <http://dondehaytrabajo.com/como-buscar-trabajo/plantillas-para-cv-clasicas-e-infografias/>
- <https://www.resume.com>
- Modelo Europass
- CV en Infografías <http://vizualize.me/>
- CV en Twitter <https://twitter.com/twicver?lang=es>

➤ Cartas de presentación

- El caso de Carlos <https://es.finance.yahoo.com/blogs/finyahoofinanzas/humillado-p-blicamente-empresa-enviar-curr-culum-132614810.html>

➤ Currículos novedosos

- <https://dondeestamiempleo.wordpress.com/2013/02/20/el-nuevo-curriculum-qr/>
- https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2013-03-05/los-diez-mejores-curriculos-o-al-menos-los-mas-divertidos_202305/
- <https://www.youtube.com/watch?v=Sn-Za-l--e0>
- Currículum social <http://www.sntalent.com/es/company>

➤ Vídeos para profundizar

- El trabajo del futuro <https://www.youtube.com/watch?v=BM6qljTUEDQ>
- La marca personal y la formación permanente como estrategia de visibilidad <https://www.youtube.com/watch?v=zjY0vZFMha8>



➤ Enlaces de interés

- <http://www.todofp.es/acreditacion-de-competencias.html>
- <https://europass.cedefop.europa.eu/sites/default/files/cefr-es.pdf>
- <https://www.onlinecv.es/lp/hacer-curriculum/>
- <http://vizualize.me/>
- <http://www.smartprofile.es/>
- <https://www.visualcv.com/>
- <https://www.livecareer.es/>
- <https://www.doyoubuzz.com/es/>
- <https://europass.cedefop.europa.eu/editors/es/cv/compose>
- <https://plantillas-curriculum.com/>
- <https://www.modelocurriculum.net/modelos-y-plantillas-de-curriculum-vitae>
- <https://www.unocero.com/noticias/apps/app-recomendada/5-plataformas-para-crear-ungran-curriculum-vitae/>
- <https://europass.cedefop.europa.eu/es/resources/digital-competences>
- <https://www.infobae.com/tecno/2017/04/08/6-plataformas-para-crear-un-cv-super-creativo/>
- <https://www.whatsnews.com/2013/05/06/aplicaciones-gratuitas-para-crear-curriculum-onlinepdf/>
- <https://piktochart.com/es/blog/70-ejemplos-de-cvs-bien-disenados-para-inspirarte/>

➤ Material de consulta

- ALLES, Martha Alicia. 200 modelos de currículum. Buenos Aires: Granica, [2008]. ISBN 978-950-641-525-9
- BIGLINO, Roberta. Las reglas del currículum vitae eficaz. Barcelona: De Vecchi, [2004]. ISBN 978-84-315-2301-5
- GARCÍA, Silvia; José Ramón GONZÁLEZ. Cómo hacer un currículum y mejorar profesionalmente. Alcobendas (Madrid): Libsa, [2007]. ISBN 978-84-662-1488-9
- HURT Marcus; Stéphanie HURT. Guía para preparar un currículum internacional. Barcelona: Gestión 2000, 2000. ISBN 84-8088-535-1
- JACKSON, Tom. The perfect CV: stand out from the competition and get the job you really want. London: Piatkus, 2006. ISBN 978-07-4992607-6
- MORRIS, Steve; Gram WILLCOCKS. Cómo redactar un currículum en una semana. Barcelona: Gestión 2000, 2004. ISBN 978-84-8088-902-5
- PUCHOL, Luis; Carlos ONGALLO. El libro del currículum vitae. 4ª ed. Madrid: Díaz de Santos, 2008. ISBN 978-84-7978-862-9
- WILLIAMS, Lynn. Cómo preparar su currículum o currículum. Arganda del Rey (Madrid): EDIMAT, [2002]. ISBN 84-8403-979-X
- <https://www.sepe.es/HomeSepe/Personas/encontrar-trabajo/ayudamos-buscar-empleo/elaboracion-tipos-curriculum>



Marketing personal I: Comunicación para el empleo

5.17 OBJETIVO: MARKETING PERSONAL I

objetivos

El objetivo principal de esta sección es que analices tus fortalezas y debilidades en el ámbito de la comunicación para el empleo y que seas capaz de realizar un autoanálisis de comunicación eficaz en las diferentes fases de los procesos selectivos así como el networking, para mejorar dicha comunicación en los aspectos que necesites.

El propósito es conseguir que **conozcas los elementos clave de la comunicación**, los practiques, y puedas aplicarlos eficazmente, mejorando tus posibilidades de acceso al empleo.

Para esto, debes adquirir una serie de conocimientos teóricos básicos sobre **teoría y habilidades de comunicación**, y aplicarlos a través de diferentes prácticas que están secuenciadas para que se vayan entrenando las habilidades de menor a mayor dificultad.



Estas son algunas de las competencias que vas a poner en juego:

- Comunicación (COM)
- Confianza y seguridad en ti misma/o (CONFI)
- Establecimiento de relaciones (REL)
- Negociación (NEG)
- Influencia (INF)
- Iniciativa (INI)
- Creatividad (CREA)
- Visión y anticipación (VIS)
- Trabajo en equipo (EQUI)

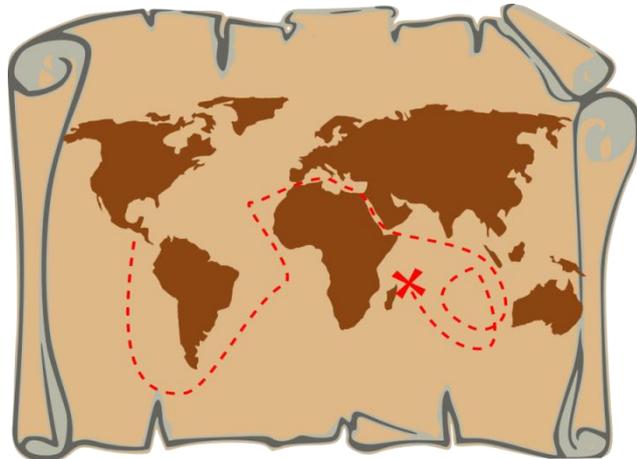
En esta área trabajarás para conseguir hacer mejores presentaciones de tus candidaturas y posicionarte eficazmente dentro de un proceso de selección, sea la prueba que sea.

Esto pasa necesariamente por una mejora en las **habilidades de comunicación**, a todos los niveles (verbales, no verbales, paraverbales), así como por el conocimiento y aplicación de **técnicas de marketing personal**, para resaltar fortalezas y talentos.



5.18 SITUACIÓN DE PARTIDA

- **TU PUNTO DE PARTIDA:** Antes de comenzar esta sección, es conveniente que te plantees cómo es tu comunicación y cómo la estás aplicando a tu búsqueda de empleo. Es importante que empieces a detectar en qué aspectos debes mejorar.
- **TU PUNTO DE LLEGADA:** ¿Qué quieres conseguir? ¿Qué estás dispuesto/a a sacrificar? ¿Cuál es el grado de responsabilidad que quieres asumir? La respuesta a éstas preguntas te ayudará a identificar cuál es tu meta.
- **TUS PASOS A SEGUIR:** Para aumentar tus posibilidades y cumplir tus metas no olvides trazar un itinerario de viaje para llegar bien a tu destino. Para ello, en este taller te ofreceremos información y herramientas para que seas tú mismo/a el que desarrolle esa guía o manual personalizado para aplicar las habilidades de comunicación lo más eficazmente posible a tu búsqueda de empleo.



5.19 QUÉ ES LA COMUNICACIÓN

Definición de Comunicación

Del latín “communicatio”: Concepto, ciencia, técnica y proceso de transmitir, recibir o intercambiar información y datos.

“Proceso por el que los seres humanos (**emisor-receptor**) se relacionan a través de un intercambio de **mensajes**, empleando **códigos** compartidos (lenguaje) en un **contexto** determinado en el cual interactúan”.

“Proceso en el que compartimos ideas, sentimientos, valores,... con un propósito determinado y recibiendo retroalimentación”



ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN



Emisor/a: es quien genera la información que se va a transmitir.



Receptor/a: es quien recoge la información.



Mensaje: contenido de la comunicación, la información que se quiere transmitir.



Código: conjunto de símbolos compartidos que permiten convertir las ideas en estímulos perceptibles (imágenes, palabras, sonidos, lenguaje).



Canal: es el medio, vehículo, por el que se transmite el mensaje (vista, oído, gusto, tacto u olfato).



Contexto: es el conjunto de circunstancias que se producen alrededor del proceso de comunicación que sirven para interpretar el mensaje en un ámbito determinado.



Retroalimentación, respuesta o feedback: reacción del emisor/a, mensaje de vuelta, que permite verificar que la información se recibió correctamente.

BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN

Para que la comunicación sea efectiva, quien recibe la información debe recibir el mensaje y entenderlo tal y como lo queremos expresar. Las barreras en la comunicación se producen cuando alguno de los elementos de la comunicación falla. Errores más comunes:

- **PERSONA EMISORA:** Usar lenguaje equivocado, no estar bien informado/a, actitud negativa hacia el/la receptor/a, prejuicios, juicios de valor, falta de empatía, falta de seguridad, no transmitir confianza, no solicitar feedback, no conocer a quien va a recibir el mensaje.
- **PERSONA RECEPTORA:** No realizar escucha activa, estereotipos, efecto halo, estado emocional o físico que perturben la atención, creencias limitantes, atención selectiva.
- **MENSAJE:** Mensaje poco claro, incompleto, ambiguo, contradictorio, paradójico (cuanto te quiero, mientras te pellizco).
- **RETROALIMENTACIÓN:** Que no se produzca ninguna respuesta en quien recibe el mensaje, o que la respuesta no sea la adecuada. En estos casos la comunicación ha fallado.
- **CONTEXTO:** No escoger el lugar o el momento adecuado para efectuar la comunicación. Las barreras ambientales se dan por causa de: ruido ensorecedor, características físicas del espacio que perturban,...
- **CÓDIGO:** Emplear el mismo código para auditorios diferentes, no conocer el código del emisor/receptor, emplear códigos no adecuados, la falta de código común imposibilita la comunicación o produce malas interpretaciones. Existen códigos universales en el lenguaje no verbal, pero la mayoría de los códigos son culturales, por lo que diferentes referentes sociales o



culturales, hacen que falle la comunicación aunque aparentemente estemos hablando el mismo “idioma”.

Vídeo: "Splunge" (panadería) <https://www.youtube.com/watch?v=DlgqAzlaCk>

COMPONENTES AMBIENTALES DE LA COMUNICACIÓN

Todo lo que nos rodea puede influir positiva o negativamente en nuestra comunicación. Cuanto más conscientes seamos de ello, más podremos intervenir para mejorar esas condiciones: unas veces cambiando unas variables por otras (p.ej. cambiando una música de fondo estridente por otra más suave y relajante si lo que pretendemos es mantener una conversación tranquila); otras veces eliminando aquellas variables que se puedan (en el ejemplo anterior, sería apagar la música por completo para mejorar la escucha); y, para aquellas variables “impuestas” imposibles de cambiar, deberíamos ser capaces de utilizarlas en nuestro favor en la medida de lo posible (siguiendo con el ejemplo, sería utilizar la música estridente para motivar a los/as que nos escuchan a moverse y entrar en acción, con mensajes cortos y motivadores).



- **Variables físicas:** el color, temperatura, humedad, luz, ruido, música, olor...
- **Variables sociodemográficas:** edad, sexo, educación, ingresos, lugar de nacimiento, lugar de residencia, oficio, ideología, número de miembros en el hogar...
- **Variables interpersonales:** grupos pertenencia o de referencia, redes sociales, roles, liderazgo intergrupual.



5.20 TIPOS DE COMUNICACIÓN

Importante

La **comunicación** es uno de los procesos más importantes y complejos que lleva a cabo el ser humano.

Diariamente nos comunicamos: de manera ordenada, con intención, involuntariamente, con gestos o palabras. Nos comunicamos en distintos ámbitos y de distintas maneras, expresando sentimientos, deseos, opiniones, etc.

La **comunicación se puede dividir en dos tipos** fundamentales:

- **COMUNICACIÓN VERBAL:** Se basa en la comunicación emitida mediante la palabra, puede ser oral o escrita. Por ejemplo: entrevistas, presentaciones, cartas, correo electrónico, páginas de internet, etc. El lenguaje es el medio exclusivo del ser humano.



- **COMUNICACIÓN NO VERBAL:** Se basa en la comunicación a través de los cinco sentidos, pero sin emplear la palabra. Puede tratarse de posiciones del cuerpo, expresiones faciales, gestos, actitudes físicas.



Existen diferentes disciplinas que estudian la comunicación no verbal:

➤ **KINESIA**

Kinesia

Estudia el proceso de la comunicación no verbal expresada a través de los movimientos del cuerpo. Para ello analiza la postura corporal, los gestos, la expresión facial, la mirada, la sonrisa.

- **Gestos intencionados:** para complementar la comunicación verbal y reafirmar lo que se dice.
- **Gestos espontáneos:** informan sobre el estado anímico y la actitud de los interlocutores.

Gestos de la cara:

- Asentir o negar con la cabeza
- Fruncir o levantar las cejas
- Mirar, mover los ojos y parpadear
- Sonreír o no sonreír

Gestos del cuerpo:

- Tensión corporal
- Laxitud
- Mover brazos y manos
- Mover piernas y pies
- Postura y orientación del cuerpo



Ejemplos de Kinesia



Análisis de la información que podemos sacar de estos dibujos

Imagen 1: El guante

Cuando una persona agarra tu mano entre las dos suyas. En una situación normal, que no sea de mucha confianza, puede interpretarse como una actuación un tanto invasiva, suele darlo el que inicia la conversación y hace que desconfiemos. En una situación de confianza, un entierro, por ejemplo, puede interpretarse como un trato de afecto y de cercanía.

Imagen 2: Brazos cruzados

Este gesto puede tener varios significados, en este caso y dada la expresión facial, parece que se trata de una actitud defensiva y poco abierta al intercambio información. En otros casos, el “auto abrazo”, mientras escuchas una conferencia por ejemplo, es simplemente una actitud de comodidad”.



Imagen 3

Da la impresión de que una persona con autoridad, en el centro y con bigote, le está recriminando al hombre de la izquierda por algo que ha hecho al hombre de la derecha. Los elementos a analizar:

- *La mano por detrás de la espalda cogiéndose la otra mano, significa intento de autocontrol, cuanto más arriba se agarre implica que se está controlando más.*
- *Tocarse la nuca significa que la persona se ha equivocado, tocarse la nuca mirando hacia abajo, significa que se trata de una persona negativa, por lo que puede resultar difícil de trabajar con ella.*
- *Mano en el bolsillo indica timidez, introversión quizá que se está un poco nervioso.*
- *Piernas cruzadas, significa que se encuentran en actitud defensiva, no abierta. En determinados casos puede ser por comodidad.*
- *No se miran a los ojos, evitan la comunicación visual.*

Imagen 4:

Parece que una persona está intentando convencer a otras dos. De momento no parece que tenga muchas oportunidades de éxito.

- *Manos en triangulo, ojiva, denotan seguridad, el hombre inclinado hacia atrás, cómodo y relajado, observando a la persona que le intenta convencer. No participa. Parece el de mayor autoridad de los tres.*
- *La chica, con mano en la barbilla y el índice levantado significa que tiene dudas o reparos, los brazos en ele significa que no acepta lo que la están diciendo, las piernas cruzadas denotan actitud no receptiva. O consigue que cambie su actitud o no la van a convencer.*
- *El "convencedor", muestra una actitud abierta y sincera, manos abiertas palmas hacia arriba, inclinado hacia adelante, mirando a los ojos.*

Imagen 5:

El chico abierto muestra un exceso de confianza, la chica una actitud cerrada, no receptiva, a la defensiva.



➤ PROXEMIA

Proxemia

Estudia la comunicación no verbal desde el ámbito del espacio personal. La distancia entre las personas, según los diferentes contextos (íntimo, personal, social, público).

Mantener la distancia adecuada nos permite:

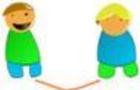
- Hablar sin elevar la voz.
- Implicar al interlocutor aproximándonos despacio.
- Respetar la conducta territorial.



PÚBLICO (más de 360 cm): para dirigirnos a un auditorio o grupo numeroso de personas.



SOCIAL (360 - 120 cm): para dirigirnos a personas que no conocemos o no tenemos confianza.



PERSONAL (120 - 46 cm): es la distancia habitual para conversaciones en el trabajo o con amistades.



ÍNTIMO (45 - 15 cm): para conversar con personas a las que nos unen fuertes lazos emocionales.



➤ PARALINGÜÍSTICA

Paralingüística

También conocida como **comunicación paraverbal**. Estudia la comunicación lingüística, analizando los elementos fonéticos, no verbales, que acompañan al mensaje otorgando o reforzando un significado determinado. El Volumen, el Tono o el Timbre de la voz, la Fluidez Verbal, la Velocidad o el Tiempo de habla, las Pausas-silencios.

Experimenta con el lenguaje paraverbal, la entonación y el volumen para entonar mejor, coger confianza en tí mismo y expresarte sin titubear y transmitiendo seguridad.

Te recomendamos que realices los siguientes ejercicios:

Ejercicios de respiración, vocalización, ritmo y modulación de VOZ

OBJETIVOS

Experimentar con el lenguaje paraverbal, la entonación y el volumen, ayudarnos de la respiración para relajarnos y para entonar mejor, coger confianza en nosotros mismos y expresarnos sin titubear y transmitiendo seguridad a través de nuestra voz.

Necesitamos confluir nuestro ritmo de respiración al ritmo del pensamiento (que se refleja en la velocidad a la que hablamos), ya que con ello captaremos o no la atención del oyente (si hablamos demasiado deprisa no nos seguirán, y demasiado lento se aburrirán). Además, el ritmo pausado adecuado a la respiración (sin ser excesivamente lento) nos proporciona mayor control sobre lo que decimos.

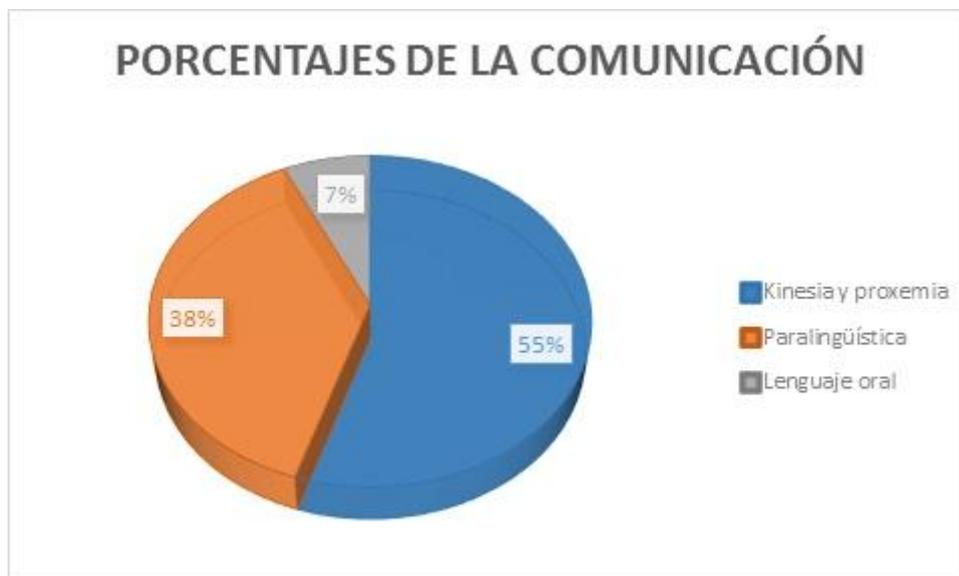
Recomendamos realizar estos ejercicios al menos una vez a la semana.

- Primero de todo realizamos unos **estiramientos**: un brazo hacia el techo, luego el otro, luego movemos el cuello, simulamos un bostezo y por último nos pellizcamos las mejillas para activar los músculos faciales.
- Vamos a realizar **respiraciones con el diafragma**: La postura corporal relajada y hombros hacia atrás y abajo para que los pulmones se puedan llenar de aire. Comprobar que nuestra clavícula está en horizontal, y pasar el dorso de nuestra mano por la espalda para comprobar que no hay hendiduras y estamos derechos. Ahora colocamos nuestros dedos debajo de las costillas para hacer un poco de resistencia y pronunciamos TSSSSS a la vez que soltamos el aire y sacamos la barriga hacia afuera (cuanto más mejor). Primero lo hacemos entrecortado y luego seguido. Cuando sea seguido, cuanto menos aire vayamos teniendo en los pulmones, más se tiene que ensanchar nuestra barriga (esto ayuda a aumentar la capacidad pulmonar).



- **Vocalización:** vamos a ir emitiendo varias vocales y consonantes y sentir qué partes de nuestro aparato de fonación están interviniendo para controlar cómo sale el sonido.
- **Para calentar las cuerdas vocales:** Pronunciamos las letras P R de una forma entrecortada y pausada al principio (PRRRR-PRRR-PRRR) y después continuada (PRRRRRRRRRR). El volumen de voz tiene que ser casi un susurro Ayudarnos de nuestra musculatura facial: al pronunciar la R poner cara de sonrisa, abrir las fosas nasales y levantar los pómulos. Hacerlo un par de minutos después ir cambiando de tonos musicales (de agudo a grave y viceversa) en un continuo, al tiempo que vamos notando en qué partes de la cabeza va resonando
- **Dicción:** primero leemos varias líneas de un texto exagerando la vocalización y el movimiento facial. Pasar por todas las letras con la misma exageración e intensidad. Luego, a mi señal, seguimos leyendo con los labios cerrados pero seguimos articulando la boca. Aquí sacaremos el sonido utilizando los resonadores (que sirven para propagar las vibraciones producidas por nuestra voz) por la parte alta de nuestra cabeza. Hacer el máximo esfuerzo porque sea entendible. Repetir la secuencia tres veces y por último leer normal intentando hacer una buena dicción y respirando por el diafragma.

5.21 LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN NO VERBAL



Este gráfico ilustra la importancia que la comunicación no verbal tiene en el proceso de la comunicación, prácticamente el 90% de la recepción y asimilación del mensaje se produce en el ámbito de la comunicación no verbal.



La **comunicación verbal y no verbal son complementarias**, generalmente se dan simultáneamente (lo que infiere mucha mayor fuerza al mensaje). Puede ocurrir que los mensajes verbales y no verbales que se envían no coincidan, por ejemplo: decir que estamos bien y estar llorando desconsoladamente (paradoja comunicativa). En estos casos prevalecerá la comunicación no verbal.

El cerebro puede procesar información en paralelo cuando la recibe por distintos canales (vista, oído, tacto, memoria...) pero a la hora de procesar la información discrimina selectivamente según el canal por el que la recibe y según el tipo de información que recibe.

- **COMUNICACIÓN ESCRITA:** Es la menos efectiva. Es la que menos intercambio de información efectúa, no sabemos el estado anímico de quien emite y de quien recibe el mensaje, si la otra persona está sonriendo o enfadada, etc. (emojiconos WhatsApp).
- **COMUNICACIÓN SOLAMENTE ORAL:** Supone un 7% de captación del mensaje, mientras que casi el 40% de dicha recepción se va a producir al incorporar el lenguaje paraverbal, que nos transmite mucha mayor información sobre el estado del emisor/a.
- **INTEGRAMOS LA KINESIA Y LA PROXEMIA:** La interacción cobra el máximo de fuerza. Es muy importante que conozcamos y maneje el lenguaje corporal, para poder tener una comunicación más eficaz y alcanzar el éxito pretendido. El lenguaje corporal es innato, por aprendizaje y por imitación.

¿Cómo aplicamos estos diferentes aspectos en el ámbito de la búsqueda de empleo?

- **Comunicación escrita** (palabra-imagen): el currículum, mail, blog.
- **Comunicación oral** (palabra-voz): entrevista telefónica, audio currículum.
- **Comunicación interactiva:** dinámicas de grupo, presentaciones, la entrevista personal, elevator pitch (se explicará más adelante en qué consiste).



La importancia de la comunicación no verbal tiene mucho que ver con la manera en que nuestro cerebro procesa la información que recibe. **Primero tomamos una decisión y luego racionalizamos por qué la hemos tomado. Nuestro cerebro es caprichoso, menos racional de lo que pensamos.** La parte **inconsciente** representa un 75% frente al 25% de la consciente. Por eso **el lenguaje no verbal** es tan poderoso, porque está **dirigido a la parte no consciente del cerebro**. Debemos recordar que en una entrevista de selección cuando manejamos el lenguaje no verbal correctamente aumenta exponencialmente las posibilidades de éxito.



5.22 CLAVES DE LA COMUNICACIÓN EFICAZ

Comunicación Eficaz

La comunicación eficaz es el proceso por el que se crea un mensaje preciso, se envía y es completamente entendido por las personas destinatarias tal y como el/la emisor/a pretende. **Se da cuando una idea, un pensamiento o un sentimiento se transmiten de tal forma que el receptor los comprende como el emisor pretendía.** Se requiere que las acciones verbales y no verbales transmitan el mismo significado.



Los principios clave de una adecuada comunicación son:

➤ **ESCUCHA ACTIVA:**

Consiste en escuchar atentamente la totalidad del mensaje, sin interpretar ni juzgar al emisor/a, y devolviendo información de haberlo recibido. El/La oyente debe escuchar el mensaje, teniendo en cuenta los sentimientos, ideas y pensamientos que subyacen en el/la orador/a. Ofrecer disponibilidad y mostrar interés por la persona que habla.

Cómo conseguirlo:

- Expresa tu disposición a escuchar.
- Demuestra que escuchas con gestos.
- Ofrece información de retorno.
- Deja hablar, no interrumpas.
- No juzgues o valores.
- No des soluciones prematuras.
- Espera para argumentar.



➤ **EMPATÍA:**

Según la RAE es la “capacidad de identificarse con alguien y compartir sus sentimientos”. Es la capacidad cognitiva de ponerme en el lugar de la otra persona, para poder entender mejor cuál es su situación o lo que ella puede sentir. “Ponerse en su piel”. Implica hacer un esfuerzo para comprender lo que piensa, siente o quiere; no juzgar; adaptarnos a su estilo de comunicación.

Cómo conseguirlo:

- Haz un esfuerzo para comprender lo que piensa, siente o quiera la otra persona.
- No juzgues sus motivos o intereses.
- Adáptate a su estilo de comunicación.

➤ **ASERTIVIDAD:**

Es un comportamiento comunicacional en el cual la persona no se somete a la voluntad de otras personas, sino que manifiesta sus convicciones y defiende sus derechos respetando al mismo tiempo las de los demás.

Implica conocer los propios derechos. Su finalidad es comunicar nuestras ideas y sentimientos o defender nuestros legítimos derechos sin la intención de herir o perjudicar, actuando desde un estado interior de autoconfianza.

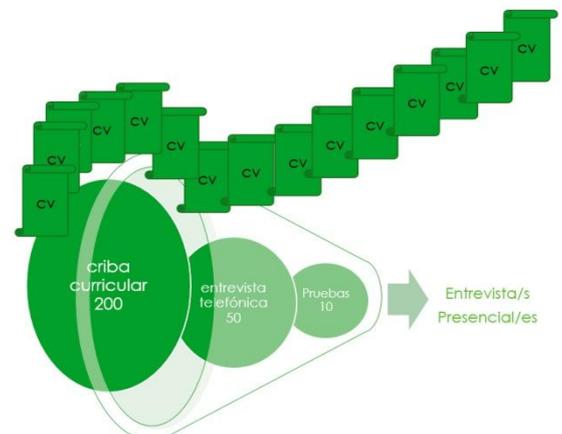
La asertividad es característica de la conducta, no de la persona, por lo tanto se puede modificar mediante el entrenamiento adecuado.

5.23 EL PROCESO DE SELECCIÓN ESTANDARIZADO

No existe una forma única de proceso de selección, no están supeditados a ninguna norma concreta, el único requisito es que deben de respetar la dignidad de los candidatos y no discriminar por razones de sexo, raza, religión, filiación política, etc.

Dicho esto, es verdad que durante los últimos años, los procesos de selección se encuentran cada vez más estandarizados. Anteriormente determinadas técnicas de selección se aplicaban a los puestos más relevantes: puestos de dirección, de gestión de equipos de trabajo. Hoy en día, las técnicas de selección de personal se aplican para todo tipo de categorías.

El proceso de selección estandarizado puede definirse como un embudo, en el cual comenzamos con 1000 candidaturas, por ejemplo, y tenemos que quedarnos con una sola. Las empresas no son adivinas y no pueden predecir cuál de todas es la mejor candidatura, para ello van a efectuar una serie de procedimientos que les permitan ir descartando candidaturas que presumiblemente no son óptimas, hasta quedarse con un número limitado y manejable de candidatos/as que les



permita observarlos/as más detenidamente. La empresa dentro del proceso va a descartar candidaturas que son óptimas, pero la metodología de selección se basa en una serie de indicadores que se consideran fiables y a los que los/as reclutadores/as van a categorizar para evaluar a las candidaturas. Nuestro objetivo es cumplir los requisitos cuantificables con dichos indicadores para poder ir pasando el proceso de selección.

Un proceso de selección estandarizado tiene **4 fases**:

- **CRIBA CURRICULAR:** Durante la criba curricular se va a comprobar que las personas candidatas cumplen los requisitos de la oferta de trabajo.

Debemos tener en cuenta que entre el 75% y el 80% de las candidaturas que aplican a un puesto, no cumplen los requisitos que solicita la empresa. Por lo tanto de 1000 candidaturas sólo 200-250 personas cumplen el perfil solicitado.

No te asustes cuando veas una oferta de empleo con muchas candidaturas, ya que sólo el 25% de ellas cumple los requisitos. Por eso es tan importante que tu currículum se adapte exactamente a las competencias solicitadas en la oferta, que la empresa reclutadora no tenga duda de que cumples el perfil, si la empresa duda te va a rechazar, por lo tanto ¡Adapta tu currículum a la oferta!



- **ENTREVISTA TELEFÓNICA:** No se realiza en todos los procesos, pero cada vez está más extendida. Al igual que la criba curricular se trata de un procedimiento altamente efectivo y muy económico.

En este tipo de entrevista te realizarán una serie de preguntas por teléfono, normalmente no te dicen que se trata de una entrevista de trabajo, te dicen que te llaman para actualizar datos. Depende de las respuestas que des, de cómo te expreses, si pareces agradable, despierto/a... pasarás a la siguiente fase o no.



Sólo el 75 % de los candidatos supera la entrevista telefónica. De los 200-250 candidatos que han superado la criba curricular, sólo 50-60 superan la entrevista telefónica. Si la preparas adecuadamente, de las 1000 personas candidatas, sólo 60 son competidoras directas. Por esto es importante, atender el teléfono agradablemente, conocer la empresa, adaptarse a la oferta de trabajo, tener disponibilidad, ser preciso/a, no contar nuestra vida, emplear un lenguaje acorde con el puesto... ¡trabaja la paralingüística!



- **PRUEBAS TÉCNICAS O PSICOLÓGICAS:** Dependiendo del puesto se pueden realizar diferentes pruebas grupales, o individuales. Pruebas técnicas, psicológicas, de idiomas, dinámicas de grupo, de informática... Con las pruebas se intentan medir las competencias técnicas y personales necesarias para cubrir el puesto. Es importante prever las pruebas que pueden hacerte y prepararlas. Normalmente pasarán 8-10 personas para la entrevista. ¡Entrena!



- **ENTREVISTA DE TRABAJO:** No debemos olvidar que para llegar hasta aquí es imprescindible haber ido superando el procedimiento anterior, normalmente damos toda la importancia a la entrevista y olvidamos los procesos previos. Se pueden efectuar entre una y tres entrevistas, dependiendo del puesto de trabajo. Es importante preparar concienzudamente la entrevista de trabajo. ¡Trabaja la comunicación! ¡Trabaja tu lenguaje verbal y no verbal!



5.24 COMUNICACIÓN EN LOS PROCESOS DE SELECCIÓN: ENTREVISTA PERSONAL Y TELEFÓNICA

CLAVES PARA LA ENTREVISTA PERSONAL

Siempre que sea posible obtén la **máxima información posible de la persona que te va a entrevistar** (edad, puesto, imagen, código), pregunta a personas que hayan participado anteriormente en entrevistas con dicha empresa, a veces puedes ver su cv a través de LinkedIn, esto te ayudará a preparar la entrevista y a estar más tranquilo cuando la realices.

- **COMUNICACIÓN NO VERBAL**

La comunicación No Verbal forma una parte muy importante del mensaje que queremos transmitir.

SEMIÓTICA – No llames la atención

- Acude vestida/o de acuerdo con el contexto. No lles elementos muy llamativos.
- Ve limpio/a y con buen olor, si llevas perfume que no sea muy fuerte.
- Procura no fumar, ni beber momentos antes de la entrevista.



PROXEMIA – Mantén las normas sociales

- Procura colocarte a distancia prudente de la mesa del entrevistador/a.
- No invadir el espacio de la interlocutora/or.
- No le des dos besos a la entrevistadora/or.

KINÉSICA – Siéntete a gusto y tranquilo/a

- La sonrisa facilita la comunicación.
- Da la mano con firmeza.
- No estés a la defensiva, estar a gusto y tranquilo/a es la mejor manera de comunicar.
- Mantén contacto visual, mira a tu entrevistadora/or a los ojos.
- Busca una postura cómoda, que te evite estar continuamente en movimiento, pero no te recuestes en la silla, mantente erguido/a.
- Las manos podemos utilizarlas (no de forma excesiva) como apoyo a la hora de ilustrar ideas o acciones difíciles de verbalizar.
- Moviendo la cabeza manifiesta acuerdo o desacuerdo con lo que te están diciendo.

➤ **COMUNICACIÓN VERBAL**

Hace referencia al lenguaje Oral. Tus palabras te definen.

- Ten muy claro el mensaje que quieres transmitir. Cuáles son tus objetivos.
- Cuida tus respuestas, utilizando un lenguaje correcto.
- Relaciona las respuestas con el trabajo al que optas y con tus puntos fuertes.
- Contesta de forma positiva transformando lo negativo en positivo.
- Adáptate al lenguaje del entrevistador/a, emplea un código acorde con el puesto.
- Contesta sin agresividad, aunque el/la entrevistador/a te lleve a ello.

➤ **COMUNICACIÓN EFICAZ**

Para una comunicación eficaz, escucha activamente, sé empático/a y asertivo/a.

- Escucha atentamente las preguntas del/a entrevistador/a.
- Deja que el/la entrevistador/a guíe la entrevista, no tengas prisa por hablar y no le interrumpas hasta que termine su pregunta.
- Habla su lenguaje, adáptate al emisor/a, sé empático/a.
- Si no has entendido algo, no tengas miedo en volver a preguntar. Reformula.
- Ante preguntas insidiosas o muy personales, hazte respetar. Sé asertiva/o.



CLAVES PARA LA ENTREVISTA TELEFÓNICA

Sirve para cribar candidaturas antes de la entrevista personal.

Cuando realizas búsqueda activa de empleo, debes de atender el teléfono, si no es posible devuelves la llamada lo antes posible. Intenta llamar desde un lugar en el que puedas hablar tranquilamente y en el que no haya interferencias. Debes de tener siempre un bolígrafo y un papel donde apuntar, si esto no es posible escribe en el móvil, con una llave en el suelo... búscate la vida, pero que no sea un motivo por el que te tengan que volver a llamar, si se trata de una primera criba seguramente no te vuelvan a llamar.

➤ COMUNICACIÓN NO VERBAL

La comunicación No Verbal forma una parte muy importante del mensaje que queremos transmitir. En este caso hay que hacer referencia a la Paralingüística o sonrisa telefónica.

- Habla con energía e interés.
- Transmite emociones positivas: tono vital alto, optimismo, vivacidad, etc.
- Habla algo más alto y despacio de lo habitual, vocaliza.
- Da señales de motivación y de ganas de trabajar.
- No hables como si te acabases de levantar.
- Ten un trato agradable. No seas cortante.
- No transmitas nerviosismo al hablar, estate tranquilo/a, todo va a salir bien.

➤ COMUNICACIÓN VERBAL

Hace referencia al lenguaje oral. Tus palabras te definen.

- Es importante hablar correctamente el español, suele ser un requisito imprescindible.
- Exprésate con claridad, emplea lenguaje propio del puesto.
- Responde a las preguntas sin dar información de más. Ve al grano.
- No emplees muletillas, ni palabras inadecuadas.
- No te tomes muchas confianzas, tú eres un/a profesional.
- Adáptate a lo que solicita la empresa para el puesto de trabajo: disponibilidad, lugar de trabajo, turnos y horarios. Si no date por descartado/a.
- Aplica al puesto que te ofrecen, no solicites otro puesto o digas que te interesa cualquier puesto.
- Solicitar la jornada que se adapta a las necesidades habituales de la empresa.
- Posiblemente te pregunten si conoces la empresa, infórmate.
- Solicita que te den un medio de contacto, si es posible.



➤ COMUNICACIÓN EFICAZ

Para una comunicación eficaz, escucha activamente, sé empática/o y asertiva/o.

- Escucha atentamente las preguntas del/a entrevistador/a.
- Deja que el/la entrevistador/a guíe la entrevista, no tengas prisa por hablar y no le interrumpas hasta que termine su pregunta.
- Habla su lenguaje, adáptate a él o a ella, sé empática/o.
- Si no has entendido algo, no tengas miedo en volver a preguntar. Reformula.
- Ante preguntas insidiosas o muy personales, hazte respetar. Sé asertivo/a.

Después de conocer las claves para la entrevista telefónica y presencial, es interesante que desarrolles tu propia guía práctica. Para ello, te proponemos que realices el siguiente supuesto práctico y saques conclusiones que te ayuden a mejorar en aquellos aspectos que detectes, comparando con las claves para la entrevista, que no son del todo idóneos.

5.25 COMUNICACIÓN EN LAS REDES DE CONTACTO

Lo que pretendemos es que fomentéis relaciones de reciprocidad donde todos/as podáis beneficiaros. Se trata de pedir ayuda (sabiendo cómo), pero también de ofrecerla. Tiene que haber un equilibrio para que funcione. Todos necesitamos y prestamos ayuda en algún momento. Es algo normal e incluso positivo para nuestras relaciones ya que es una señal de confianza.



El ser humano es un ser social, apliquémonos en la mejora de nuestras redes sociales y disfrutemos de sus beneficios:

1. En primer lugar, obtendremos el beneficio emocional de sentirnos parte de un grupo, sentirnos escuchados/as, etc.
2. En segundo lugar, porque podremos experimentar la satisfacción que produce el ayudar a otra persona.
3. En tercer lugar, porque si nos permitimos recibir ayuda de los demás, seguramente nuestras condiciones cambien, tanto personales como profesionales. Es un enriquecimiento mutuo, o mejor dicho múltiple.



EMPEZAR CONVERSACIONES

Romper el hielo, empezar conversaciones con extraños/as, puede parecerse complicado o estresante. Intentemos verlo como una aventura o un juego, desdramaticémoslo, y aprendamos algunas pautas que nos pueden servir. Como en todo, ¡de nada sirve saber la teoría si no se practica! Si nos ponemos manos a la obra y es la primera vez que nos proponemos esta tarea de manera consciente y premeditada, y nos da algo de vergüenza, sed indulgentes con vosotros/as mismos/as y no os propongáis metas muy elevadas al principio. Hay que ir cogiendo tablas poco a poco. Comenzad con personas con las que parezca fácil hablar (agradable, que te sonría, que ya conozcas, etc.).

Lo primero a tener en cuenta es que el contexto marcará el estilo de la conversación. No será igual en un ambiente de ocio, que en un encuentro de profesionales. Tampoco será lo mismo a primera hora del día que a la hora de la comida. Debemos tener capacidad de adaptación de nuestras estrategias al contexto y al tipo de persona al que nos dirigimos (un joven, una persona anciana, un antiguo jefe/a, alguien que está en la parada del autobús,...). En principio cualquier situación puede ser propicia para establecer un primer contacto con alguien.

➤ PAUTAS PARA INICIAR

Pautas para iniciar la conversación con otra persona:

- **Saludar a la otra persona con calidez**, para que se vaya generando un ambiente agradable.
- **Presentarse sin extenderse** mucho en ello: "Hola me llamo tal, y soy una vecina de la casa".
- El "abordaje" puede hacerse **bajo un pretexto** (Ejemplo: en un centro cultural ¿Sabrías por casualidad por dónde está la clase de pintura?) o **exponiendo abiertamente** y sin rodeos **las intenciones** ("tenía interés en conocerle"). Habitualmente, cuando una persona se muestra demasiado directa al hablar de sus intenciones en una relación social, la otra persona siente un cierto temor. En la mayoría de las situaciones, lo más adecuado es **no reflejar bruscamente las intenciones** para que la otra persona no se sienta abrumada.
- **Conectar con la persona**, comentando algún tema de su conocimiento o de interés mutuo.
- **Hacer una pregunta o un cumplido** a la otra persona sobre su conducta, apariencia o algún otro atributo ("qué puntual has venido", "qué vestido tan original")
- Ofrecer algo a la otra persona o **dar información gratuita** (no pedida)
- **Lenguaje no verbal que sea franco**: contacto ocular, sonrisa...
- Antes de seguir hablando, observar si la otra persona nos escucha activamente. Es importante esperar a obtener la atención de dicha persona una vez hemos pronunciado la primera frase. La timidez nos puede llevar a soltar del tirón todo el guión que teníamos preparado, pero hay que conservar la calma, tomarnos nuestro tiempo y esperar a que la otra persona nos envíe señales no verbales de aceptación.

➤ PAUTAS PARA INCORPORARNOS

Pautas para incorporarnos a la conversación que está manteniendo un grupo:

- Acercarse al grupo y **comprobar que te aceptan** (si están hablando de algo privado pueden sentir malestar con tu presencia).
- **Escuchar** de qué están hablando.



- **Esperar el momento adecuado para intervenir** (no se debe interrumpir a las personas que están hablando) y hacer alguna pregunta o afirmación sobre lo que se está hablando. Por ejemplo, si te acercas a un grupo que está hablando de una película podrías decir: "¿Estáis hablando de la película de ayer? Yo también la vi y me gustó mucho."

MANTENER CONVERSACIONES

➤ ASPECTOS VERBALES

- Comenzar con **preguntas abiertas y generales, más bien superficiales**. No conviene profundizar al principio.
- **Utilizar** de vez en cuando **el nombre del interlocutor/a**.
- **Decir cosas de ti mismo/a** (aunque si no se conoce demasiado a la persona con la que se habla no es apropiado dar información demasiado íntima).
- **Reforzar las intervenciones de la otra persona** con frases como "Eso me parece muy interesante", "Estoy de acuerdo con lo que dices"...
- **No hacer intervenciones demasiado cortas ni excesivamente largas**. En el primer caso, se estaría obligando a la otra persona a llevar todo el peso de la conversación y, en el segundo, no se le dejaría intervenir lo suficiente.
- **Retomar información de conversaciones anteriores**. Hará que la otra persona se sienta escuchada y tenida en cuenta.
- **Resumir de vez en cuando lo que está diciendo el interlocutor** : "entonces lo que quieres decir es ..."
- **Utilizar el sentido del humor** siempre que se pueda.
- **Respetar el turno** (no interrumpir sin dejar a la otra persona expresarse, a no ser que se esté propasando).
- Hablar algo que esté relacionado con lo que la otra persona dice o, en su caso, avisar de que cambiamos de tema.
- No hablar demasiado ni quedarse mucho tiempo solo escuchando.
- Iniciar temas de conversación y cambiar cuando comience a ser aburrido.
- **Preguntar e interesarse sobre la otra persona** y sobre los temas que le interesan.
- **Responder de forma abierta** – con algo más de un sí o un no- para que la otra persona tenga un cabo donde agarrarse.
- **Apreciar y hacer cumplidos**: buscar y reconocer los aspectos positivos de la otra persona (fijarnos en sus comportamientos, frases, aspectos de su personalidad,...). Elogiar y valorar con naturalidad esos aspectos. Mostrar aprecio por los demás es lo mejor que podemos hacer en nuestras relaciones, no cuesta tanto esfuerzo como pensamos y ¡es gratis! "Muchas gracias por cederme el asiento, es usted muy amable" "El trabajo que hiciste el otro día fue excelente".
- No hacer comentarios críticos ni quejas. **Ser positivo/a**.
- **Saber pedir favores**: indicar claramente lo que deseamos y ofrecer razones de lo que pedimos. No hacerlo con urgencia o gravedad, para que la otra persona no sienta que es un chantaje emocional. **Nunca presionar**.
- **Ofrecer nuestra ayuda** en algo que veamos que la otra persona pueda necesitar.
- **Saber agradecer los favores** recibidos por pequeños que sean y, en general, cualquier gesto o comportamiento positivos hacia nosotros. Debemos buscar aspectos y conductas de los demás que merecen la pena ser reconocidos por minúsculos que sean y que generalmente pasan desapercibidos: agradecer una llamada, una pequeña información ofrecida, un consejo



solicitado o no, una sonrisa o el buen carácter de una persona que crea una buena sensación, etc.

- **Saber escuchar:** a la hora de mantener una conversación, tan importante como hablar es escuchar lo que dice la otra persona. Escuchar a las otras personas te permitirá hacerle preguntas acerca de lo que dice; te ayudará a introducir nuevos temas cuando los actuales se agoten, y los demás se sentirán a gusto porque les estás prestando atención.
- **No tomarnos excesivas confianzas,** lo que incluye no dar opiniones no solicitadas.
- **Aceptar las críticas,** reconocer nuestros errores y dar las gracias por los consejos ofrecidos.
- **Mostrarnos cariñosos y cercanos** en la medida de lo posible.
- **Defender nuestros derechos** de una forma habilidosa, sin parecer personas maleducadas o agresivas.

➤ ASPECTOS NO VERBALES

- **Mirar a la cara** a la persona con la que estamos conversando, tanto cuando se habla como cuando se escucha.
- **Mantener una expresión facial apropiada,** que deber ser congruente con el tono de la conversación.
- **Sonreír.**
- **Cuidar la posición corporal.** Adoptar una postura correcta, mantener la distancia adecuada según el grado de conocimiento y confianza que se tenga con la otra persona, debemos respetar el espacio de la otra persona (muy cerca puede molestar y muy lejos puede demostrar no tener interés en la conversación.)
- **Dar señales de que escuchamos** asintiendo con la cabeza o mostrándolo con interjecciones (“ajá”, “hmm”, “ah!”, “claro”).

DIRIGIR CONVERSACIONES

- Hay que buscar el momento propicio para cambiar de tema.
- Se puede hacer un pequeño **resumen de lo anterior e introducir otro tema:** “hay otra cosa que me gustaría comentar contigo...”
- Abordar el tema al que queremos ir “al hilo”, es decir, retomando algún aspecto de la conversación y enlazando con nuestro objetivo: “a propósito de ...”, “al hilo de”, “sobre eso...”.
- Si no se está hablando de nada parecido al tema que queremos sacar, llegar a él “a saltos”: buscando temas intermedios, que nos permitan llegar al deseado. Por ejemplo, en 3 saltos.
- Cambiar de tema abiertamente, indicándolo: “cambiando de tema...”, “aunque no tenga nada que ver con lo anterior..”, “dejando el tema...”, “si me permites ahora comentar otra cosa distinta...”

FINALIZAR CONVERSACIONES

Tan importante como iniciar y mantener conversaciones es saber dar término a las mismas. Si una conversación se finaliza bruscamente o se hace de una forma incorrecta, puede suceder que la otra persona no quiera volver a hablar.

Para finalizar una conversación hay que tener en cuenta cuándo y cómo debe hacerse. Por un lado, hay que **hacer ver que te quieres ir** (mirar hacia la salida, cambiar de postura corporal, excusarte por tener que marchar etc.). Por otro, se debe **dar la oportunidad de que las otras personas acaben de decir**



lo que estaban diciendo. También es importante que sepan que has disfrutado manteniendo esa conversación y que deseas volver a hablar con ellos/as (“ha sido una conversación amena”, “a ver si volvemos a hablar otro día”.....

Si se desea volver a tener contacto con la persona, conviene aprovechar el momento para proponerlo concretando la manera en que se hará. Siempre es mejor tomar la iniciativa del siguiente encuentro, y aprovechamos para ofrecer algo que le interese a la otra persona: “si quieres nos vemos la semana que viene y te paso el libro”, “si te parece te llamo el mes que viene para ir a ver la obra de teatro”, “mañana te envío un email con la información”.

CONVERSACIONES ORIENTADAS AL FOMENTO DE MI EMPLEABILIDAD

Además de todo lo dicho anteriormente para cualquier tipo de conversación, cuando se hable de nuestra búsqueda de empleo conviene:

- **Mostrarse abierto/a** a que cualquier conocido o incluso desconocido pueda sernos útil en nuestra búsqueda de empleo, incluidas aquellas personas que no recordábamos o aquellas otras que pensábamos que no estaban trabajando o que tal vez creíamos que no les caíamos bien. También tenemos que tener en cuenta que las personas que vamos conociendo en cualquier situación pueden ser futuros contactos, incluso sin proponérselo. Por tanto debemos tener **siempre la mente abierta y mantener buenas relaciones en general con cualquier persona.**
- **Demostrar profesionalidad:** debemos dar la impresión de que somos trabajadores/as capaces, interesados/as en trabajar y que no causamos problemas en nuestros puestos de trabajo ni en nuestras relaciones con iguales ni con jefas/es. De esta forma querrán ayudarnos e incluso podrán beneficiarse de recomendarnos. **Hablar de nuestra situación de búsqueda pero sin dar pena** ni dar a entender que tenemos poca cualificación para el mercado actual. Cuanto más activos/as y preparados/as nos encontren nuestros contactos más posibilidades existen de que nos informen o de que nos recomienden. Decir que “nos gustaría trabajar en cualquier cosa” (aunque así fuera) habla más de nuestra necesidad que de nuestra profesionalidad. Y nuestros conocidos es más probable que nos recomienden, por ejemplo, si piensan que lo vamos a hacer bien y no los vamos a poner “en evidencia”.
- **Ser concretos, informar y explicar cómo me pueden ayudar.** Que quede claro nuestro interés profesional, nuestro perfil profesional y qué tipos de empleos buscamos. Se trata de pedir información sobre cualquier oportunidad y NO les estamos pidiendo empleo. Si nuestros conocidos saben concretamente qué pueden hacer por nosotros, es más probable que se acuerden de ello y nos ayuden. Por ejemplo, en lugar de decir a un conocido “si te enteras de algo dímelo”, “o si sale algo ya sabes”, podemos comentar: “si te informas o conoces algún empleo de dependiente cualquier empleo en el que quieran a alguien con don de gentes y mucha experiencia en atención al público, ya sabes...”
- **No hablar sólo de mi búsqueda de empleo.** Ese tema no debe ocupar gran parte de la conversación o ser el final de la misma porque parecerá que solo estamos interesados en hablar de eso. Hay que evitar ser pesados /as o dar la impresión de que sólo nos interesan porque pueden ayudarnos.
- **Hacer pequeños regalos siempre genera emociones positivas.** Deben hacerse en cualquier ocasión, no sólo en aquellas en las que “toca”.
- Interesarnos sinceramente por los demás.
- Hacer elogios específicos y sobre temas profesionales.



5.26 CONCLUSIONES: MARKETING PERSONAL I

HABILIDADES

Para mejorar tu comunicación, el primer paso es conocerte a ti mismo. Observa cómo te comunicas, analiza tu comunicación verbal y no verbal, practica para mejorarla, tómatelo como un juego. Como Emisor o emisora que eres: **¡entrena!**

INTERLOCUTOR/A

En segundo lugar debes **conocer a tu interlocutor/a**. Es importante investigar un poco para saber con quién te vas a comunicar. Cuáles son sus necesidades, qué es lo que realmente demanda, como puedes ayudarle. Cada empresa es diferente, cada entrevistadora/or también. “De cara al receptor: **¡Estudia a tu interlocutor!**”

Una vez que conoces tus habilidades y que conoces a tu interlocutor/a, **debes adaptarte tú a él o ella**. Es imprescindible que entienda exactamente lo que quieres comunicar. Recuerda los elementos de la comunicación y sus barreras, el mensaje debe ser claro, emplea su lenguaje, muévete en su contexto. **¡Adapta tu mensaje!** código, canal, contexto.

Ahora que ya lo sabes, recuerda: Escucha activamente, empatiza, sé asertivo/a, convence y recibe feedback. En definitiva: **¡comúnicate y consigue lo que quieres!**



Marketing personal II

5.27 OBJETIVO: MARKETING PERSONAL II

Queremos transmitirte la importancia del uso de una estrategia personal diferenciadora en el mercado laboral a través del Marketing Personal, habiendo desarrollado previamente tu Marca Personal y tu Propuesta de Valor, como una herramienta primordial en la búsqueda de empleo y, por tanto, en el desarrollo de la misma en los procesos de selección, principalmente en la entrevista.



5.28 SITUACIÓN DE PARTIDA: LA ESTRATEGIA

Como en casi todos los proyectos que empezamos, lanzarse a hacer cosas sin previsión, sin una mínima planificación, suele ser la manera más rápida para fracasar en aquello que nos proponemos. Traslándolo a empleo si te limitas, por ejemplo a enviar CVs de manera indiscriminada y anotarte sin ningún criterio a ofertas de trabajo en webs de empleo, es bastante probable que, después de unos meses, estés en el mismo **punto de partida**.

En la elaboración de tu estrategia de búsqueda de empleo, debes tener en cuenta tres aspectos importantes:



- **TU PUNTO DE PARTIDA:** Antes de iniciarte en ello es conveniente que te evalúes y te conozcas a fondo (tarea que ya has realizado en el área I de este viaje “Conócete”).
- **TU PUNTO DE LLEGADA:** ¿Qué quieres conseguir? ¿Qué estás dispuesto/a a sacrificar? ¿Cuál es el grado de responsabilidad que quieres asumir? La respuesta a éstas y otras preguntas te ayudarán a identificar, por ejemplo, si lo que realmente buscas es una mejora de tus condiciones salariales o bien quieres tener más tiempo para dedicárselo a tu entorno familiar. Aparte, piensa en tus prioridades. ¿Estás dispuesto/a a cambiar de residencia o de país? ¿Prefieres tener jornada continua u horario partido? ¿Eres alguien a quien no le importa realizar diariamente varios kilómetros de ida y vuelta para acudir a su puesto de trabajo?
- **TUS PASOS A SEGUIR:** Para aumentar tus posibilidades y cumplir tus metas no olvides trazar un itinerario de viaje para llegar bien a tu destino, lo que implica focalizarte, determinar tus objetivos intermedios y analizar cuál es tu propuesta de valor.
A continuación vemos cada uno de estos pasos más detenidamente.

Cuál es tu propuesta de valor

La propuesta de valor (componente importante de nuestra **marca personal**) es el conjunto de experiencias que un/a consumidor/a recibiría al comprar y utilizar un producto. Por tanto, en esta suma de experiencias se encontrarían componentes del producto tales como el precio, las características del producto o servicio, etc. Este sería entonces nuestro “as en la manga”: para poder “vender” (marketing personal) debes antes conocerte (marca personal).

Determina objetivos intermedios

Aunque tu objetivo principal sea encontrar trabajo o cambiar de empresa, sería interesante que te fijaras objetivos intermedios un poco más factibles. Por ejemplo, conseguir una entrevista con una empresa determinada o pasar la primera fase de un proceso de selección de una gran empresa de tu sector. Al fraccionar tu tarea de buscar un empleo en metas intermedias, tu grado de motivación durante el proceso aumentará y conseguirás resolver las dificultades en el camino de manera más fácil.

Focalízate

Si estás buscando un puesto de trabajo, reflexiona acerca del tipo de puesto y el sector que más se ajusta a lo que quieres y céntrate en conseguir ese objetivo.

5.29 DEFINICIÓN DE MARKETING PERSONAL

“El Marketing Personal es la forma de impulsar y comercializar tu marca, con el objetivo de diferenciarte por encima de las demás personas”

A parte de esta definición, Luis M. Vilanueva dice que “el marketing personal se refiere a la **aplicación de técnicas de promoción, comercialización y difusión** para promocionar nuestra marca”.

Definición de Luis M. Vilanueva

Por tanto, el marketing personal no debe confundirse con la marca personal.



5.30 ¿CÓMO CONSEGUIRLO? PROCESOS DE SELECCIÓN

Una vez que tienes clara tu estrategia, creada tu marca personal y tienes claro cómo vas a “venderla” (marketing personal), es hora de ver cómo lo materializas en un proceso de selección.

objetivos de la empresa

El objetivo de un proceso de selección es elegir al candidato/a más idóneo/a para el desempeño excelente de un puesto de trabajo concreto, teniendo en cuenta su capacidad de adaptación y potencial.

Tus objetivos

A la hora de elegir a la persona más idónea no sólo importa la formación o experiencia sino además tu talento, competencias adquiridas así como las relaciones intrapersonales, interpersonales y con el entorno profesional. Ese será tu **valor añadido**.

PASOS DE UN PROCESO DE SELECCIÓN

Selección de C.V.
 Citación a proceso de selección
 Pruebas
 Contratación
 Incorporación y mantenimiento del empleo

TÉCNICAS MÁS UTILIZADAS EN UN PROCESO DE SELECCIÓN

Dinámica de grupo
 Test psicotécnicos
 Entrevista de selección
 Pruebas profesionales
 Pruebas novedosas

Las veremos más en profundidad a continuación.



5.31 TÉCNICAS DE SELECCIÓN: DINÁMICA DE GRUPO

Definición

“La dinámica de grupo es una **técnica de selección grupal** en la que se sitúa a los/as participantes en una **situación real o simulada**, evaluando sus características sociales respecto a la adecuación al puesto.”

CONSEJOS



No monopolices la charla



No guardes silencio durante toda la reunión



No polemices en exceso



No critiques las preguntas que realizan otros



No te salgas del tema



Piensa siempre antes de hablar

Esta técnica se basa en el **análisis de determinadas competencias y habilidades** mediante la reunión de un grupo de personas debatiendo un tema concreto. Las dinámicas de grupo permiten que la empresa evalúe competencias transversales tales como...

- Tu capacidad de trabajar en equipo
- Tu liderazgo
- Tu capacidad de comunicación verbal

La empresa forma grupos de entre 4 a 8 aspirantes y les da un tema sobre el cual, el grupo tiene que llegar a un acuerdo final en un tiempo limitado. Los temas o situaciones pueden ser múltiples, **reales o simuladas** e incluso rocambolescas, **habitualmente nunca hay una única solución** por lo que lo acertado es el argumento que acompañe a ese consenso de grupo. En la sala suelen estar presentes dos o tres personas de la empresa que tomarán nota como meros observadores sobre lo que ven para



después analizar el comportamiento de cada miembro del grupo.

Por tanto, es hora de sacar a la luz lo mejor de ti trabajando en equipo. Normalmente se miden competencias como...

- Iniciativa
- Cooperación
- Competición
- Liderazgo
- Creatividad
- Toma de decisiones
- Negociación
- Planificación
- Resolución de conflictos

Consideraciones

El principal objetivo es resolver el problema que se plantea, no es necesario eliminar a los demás. Por tanto, no consideres al resto de candidatos/as como enemigos/as. Defiende con firmeza tus criterios y lucha por ellos.

Dinámica de Grupo: La isla desierta

Imaginad que os encontráis en un naufragio. A duras penas habéis conseguido llegar a una isla donde tendréis que pasar 3 años de vuestra vida, sin salir de allí. Viviréis en estas condiciones:

- Ocuparéis un espacio físico cuadrado, absolutamente idéntico a la realidad terrestre. Este espacio mide 20 kilómetros cuadrados y está repartido de la siguiente manera:
 - ¼ es un lago con peces;
 - ¼ es una tierra de cultivo;
 - ¼ es un bosque salvaje;
 - ¼ es un terreno sin cultivar.
- El clima del lugar es estival, con una temperatura constante de 30° durante el día y 20° durante la noche. Solo llueve 30 días al año.
- Las únicas personas con las que os relacionaréis durante vuestra estancia en la isla serán los propios miembros del grupo.
- Entre todas las personas del grupo podréis rescatar 3 objetos de los 36 que hay en el barco.

Tenéis que poneros de acuerdo entre todo el grupo para decidir qué 3 objetos de la lista decidís llevaros. Objetos que podéis elegir:

1. Un equipo completo de pesca
2. 2 palas y 2 picos de jardinería
3. 3 raquetas de tenis y 20 pelotas
4. 2 guitarras
5. 20 pastillas de jabón
6. El cuadro de la Gioconda
7. 10 películas y un proyector de pilas
8. Una mochila para cada persona del grupo



9. 100 rollos de papel higiénico
10. 1 vaca y 1 toro
11. 100 cajas de conservas surtidas
12. 10 libros de literatura clásica
13. 100 botellas de bebidas alcohólicas
14. 1 jeep nuevo
15. 1 barca de remos
16. 10 barras metálicas
17. 100 cajas de cerillas
18. 1 caballo de 6 años
19. Una buena cantidad de penicilina
20. 100 paquetes de tabaco
21. 3 barajas de cartas
22. 1 gato siamés
23. Artículos de tocador y de belleza
24. Semillas de diversas clases
25. 1 máquina de escribir
26. 5 armarios llenos de ropa
27. 25 fotografías de personas queridas
28. 5000 hojas de papel para escribir
29. 1 fusil y 100 balas
30. Un equipo de pinturas al óleo y 30 tubos de recambio
31. 100 discos y un tocadiscos de pilas
32. Un Cadillac y 4000 litros de gasolina
33. Material para hacer un reportaje fotográfico
34. 2 tiendas de campaña de 3 plazas cada una
35. 3 camas muy grandes
36. 1 batería de cocina

Dinámica de Grupo: La oficina bancaria

Llega un cliente muy enfadado a una oficina bancaria porque los movimientos en su cuenta no le cuadran, tiene una disputa con el cajero (éste no está en su mejor momento personal) y decide llamar al jefe de zona y, éste al director de la oficina para ver qué había pasado. El cajero es un empleado con una trayectoria intachable de muchos años en la entidad.

1. Si fueras el director de la oficina... ¿Qué harías con el cajero? ¿Qué harías con el cliente?
2. Si fueras el cajero... ¿Qué hubieras hecho?
3. Si fueras el cliente... ¿Cómo actuarías a continuación?



5.32 TÉCNICAS DE SELECCIÓN: TEST PSICOTÉCNICOS

Test psicotécnicos

Los test psicotécnicos miden determinadas capacidades o aptitudes.

TIPOS DE TEST PSICOTÉCNICOS



TEST DE INTELIGENCIA

Los tests de inteligencia en general miden cuál es **la capacidad de razonamiento que tiene una persona en distintas áreas**. Para ello, se realizarán distintos tipos de cuestionario, dependiendo del área a medir.

Los test más frecuentes de este tipo son los de inteligencia en general, los de capacidad de abstracción y razonamiento numérico, así como, los de capacidad para resolver problemas y los de razonamiento verbal. Aunque también se valorará la resistencia a la fatiga.



TEST DE APTITUDES ESPECÍFICAS

Miden el nivel de **capacidad para aprender un determinado trabajo y predicen el desempeño futuro**.

Los distintos tipos de cuestionarios que pueden medir las aptitudes de los candidatos son: capacidad mecánica; aptitudes administrativas; atención y percepción; psicomotores; aptitudes espaciales.



TEST DE PERSONALIDAD

Son capaces de **medir las diferentes reacciones que puede tener una persona ante determinadas situaciones** o ambiente.

Estas pruebas se clasifican en: cuestionarios de personalidad (miden el carácter, la afectividad...); cuestionarios de intereses (miden las preferencias o inclinaciones de las personas sobre un área determinada); pruebas proyectivas (trazan el perfil de una persona y su carácter, en función a las respuestas que se dan ante estímulos ambiguos).

En este tipo de pruebas no faltan los test que intentan medir nuestra forma de ser respecto al perfil que se requiera para el puesto. Es decir, tratan de conocer tus rasgos de personalidad.



➤ QUÉ EVITAR REFLEJAR EN LOS TEST DE PERSONALIDAD

- No muestres excesiva preocupación por tu salud, los nervios, cuestiones morales o contagios.
- Ten cuidado con un excesivo número de respuestas de cualquier tipo (negativas, positivas o ambiguas "no sé"). Tan malo es una cosa como la otra.
- De todas formas, tranquilo/a: los test de personalidad no son capaces de descubrir tus secretos más recónditos. Su validez es limitada y las psicólogas y psicólogos lo saben.

➤ CONSEJOS PRÁCTICOS PARA ENFRENTARTE A LOS TEST PSICOTÉCNICOS

- Existe un cierto aprendizaje en este tipo de pruebas a base de entrenamiento, es conveniente estar familiarizado con ellas.
- Acude descansado/a y relajado/a y con el tiempo suficiente (5-10 minutos), pero no excesivo, ya que puede dar sensación de ansiedad.
- Cuida la apariencia externa
- Lee muy bien y escucha atentamente las instrucciones.
- Los test de aptitudes e inteligencia general tienen un tiempo limitado para realizarlos, no pierdas el tiempo y procura autocronometrarte. Deja para el final las preguntas dudosas y no te agobies con el tiempo.



5.33 TÉCNICAS DE SELECCIÓN: LA ENTREVISTA DE SELECCIÓN

La entrevista de selección es la prueba que nunca falta en un proceso de selección, pues en ella se ve TODO: el saber, el saber hacer, el saber estar, el querer hacer y el poder hacer.



Definición

“La entrevista de selección es un proceso de comunicación interpersonal entre un/a (o varios/as) entrevistador/a y un/a (o vario/as) candidato/a, durante el cual, el entrevistador/a informa al candidato/a sobre el contenido de la práctica y la organización, y lo que es más importante, recoge información que le permita evaluar sus posibilidades de desempeñar las funciones y tareas de forma correcta.”



5.34 TÉCNICAS DE SELECCIÓN: LA ENTREVISTA POR COMPETENCIAS

Muchas organizaciones han incorporado sistemas de gestión de recursos humanos basados en las competencias. La Gestión por Competencias se centra en **comportamientos observables** y facilita la comparación entre el perfil de exigencias del puesto y el perfil de competencias, para que una persona muestre los comportamientos que integran las competencias requeridas para una ocupación, es necesaria la presencia conjunta de los siguientes elementos:



- el **SABER** (conocimientos: formación y experiencia),
- el **SABER HACER** (aptitudes: inteligencia, personalidad,...),
- el **SABER ESTAR** (actitudes: competencias, valores, motivaciones),
- el **QUERER HACER** (motivaciones),
- el **PODER HACER** (factores favorables facilitadores para poder desarrollar el trabajo)

Las preguntas realizadas en la entrevista conductual o por competencias, llevan a los/las candidatos/as a hablar de sus experiencias profesionales anteriores, de lo que realmente han dicho o hecho, ya que se le pide al/a candidato/a que describa cosas tales como “una experiencia que haya tenido”, “ocasiones en que.....” y “ejemplos de...”. A diferencia de las preguntas teóricas con este tipo de preguntas formuladas **se persigue la descripción de acciones reales** y no de sentimientos, opiniones o teorías. No se buscan generalidades ni lo que el/la aspirante cree que haría si... Sólo importa lo que ya ha hecho en alguna situación concreta de su pasado reciente. Las preguntas sobre comportamientos no llevan al candidato/a a la respuesta correcta, porque **no hay respuesta correcta**.

La entrevista conductual intenta obtener del/a candidato/a “ejemplos conductuales”, es decir, **hechos específicos sobre su vida laboral, formativa, familiar,...** relacionados con las competencias requeridas en el puesto de trabajo. **Estas experiencias vividas se usarán como predictores de conductas futuras** en el puesto de trabajo que se pretende cubrir.

Algunas recomendaciones para contestar a este tipo de preguntas:

- Escucha con atención.
- Tómate un tiempo prudencial para pensar las respuestas.
- Contesta en un espacio de tiempo comprendido entre treinta segundos y dos minutos.
- No entiendas estas preguntas como un desafío o ataque a tu persona.
- Tienes que ser específico/a en las respuestas, si utilizas rodeos darás la sensación de estar ocultando algo.



Ante preguntas muy abiertas como "hábleme de usted" sigue estas indicaciones:

- Orienta hacia tus logros profesionales.
- Demuestra que te has preparado la entrevista y que este tipo de preguntas no te cogen por sorpresa.
- Da a entender que te has molestado en conocer la empresa.
- Acompaña tus explicaciones con entusiasmo y buen lenguaje corporal, sin exagerar, no sobreactúes.

No es recomendable:

- Hacer hincapié en deberes y responsabilidades en vez de logros y resultados.
- Empezar hablando de los trabajos pasados y después del actual.
- Hacer referencias al currículum vitae repitiendo la información que en él se detalla.
- Hablar de trabajos anteriores sin mostrar la conexión con el puesto para el que presentas tu candidatura.
- No dar importancia a los trabajos anteriores.
- No utilizar ejemplos.
- No hablar de tus propias habilidades.
- Emplear menos de un minuto en responder a este tipo de pregunta.

EJEMPLOS DE PREGUNTAS ESPECÍFICAS Y CÓMO ENFOCAR SU RESPUESTA

➤ ¿Por qué crees que eres un/a buen/a candidato/a para el puesto?

- Relata tu experiencia
- Relaciónala con el puesto
- Procura estar al día en tu formación
- Señala tus habilidades

➤ ¿Qué destacarías de ti y qué debes mejorar?

- Empieza siempre por lo positivo. Para ello puedes ayudarte de: lo que tienes y que ese trabajo requiere; proporciona ejemplos de éxitos y logros alcanzados que cubren las necesidades del puesto,...
- Para expresar algún punto débil a mejorar: no tienes por qué contarlo todo sobre tu personalidad (complejos, inseguridades,..); destaca uno o dos pero que no tengan línea directa con los requisitos del puesto.

➤ ¿Cuánto quieres ganar?

- Deja que sea la empresa la que te haga una oferta inicial.
- No contestes con una cantidad exacta (puedes, por ejemplo, facilitar un intervalo "realista" y adaptado al convenio, al actual mercado laboral.....o bien facilitar un intervalo adaptado a tu valía anterior en el último puesto pero sé prudente y realista.....entiendes que empiezas de 0 en otra compañía y debes demostrarlo)



➤ **¿Por qué dejaste tu anterior trabajo? ¿y los anteriores?**

- Sé siempre honesto/a.
- Pero en ningún caso le cuentes al/a entrevistador/a que fuiste despedido sin más.

5.35 LA ENTREVISTA: EJEMPLOS

Te proponemos visualizar algunos vídeos con buenos y malos ejemplos de entrevista, aquí tienes los enlaces.

BUENOS EJEMPLOS

Buen ejemplo: Presentación https://www.youtube.com/watch?v=Q_2FSs_w0N0

Buen ejemplo: Puesto de trabajo y empresa https://www.youtube.com/watch?v=iGQYv_4AfTE

Buen ejemplo: Información personal <https://www.youtube.com/watch?v=rnByHxMZHno>

Buen ejemplo: Formación <https://www.youtube.com/watch?v=Rx3Hb3DfzpA>

Buen ejemplo: Experiencia laboral <https://www.youtube.com/watch?v=ikqBI3YQcaU>

Buen ejemplo: Despedida <https://www.youtube.com/watch?v=iATGZD8NBxA>

MALOS EJEMPLOS

Mal ejemplo: Presentación <https://www.youtube.com/watch?v=8QtGzGQF4aw>

Mal ejemplo: Puesto de trabajo y empresa <https://www.youtube.com/watch?v=Tp2GXRZZCK4>

Mal ejemplo: Información personal <https://www.youtube.com/watch?v=cd0MxIVIpAs>

Mal ejemplo: Formación <https://www.youtube.com/watch?v=NTNrOAEIaBY>

Mal ejemplo: Experiencia laboral <https://www.youtube.com/watch?v=R0JVsIOjHlg>

Mal ejemplo: Despedida <https://www.youtube.com/watch?v=R4ImuknWF18>



5.36 TÉCNICAS DE SELECCIÓN: PRUEBAS PROFESIONALES

Pruebas Profesionales

“Las pruebas profesionales constituyen un modo de comprobar la formación o adiestramiento, los conocimientos adquiridos y el nivel de dominio de las tareas de un puesto. Su utilización se justifica cuando las tareas son específicas o técnicas.”

Como son utilizadas para medir tareas específicas o técnicas, a diferencia de los tests, la **medida de dicho nivel suele ser absoluta y discriminatoria**. En ella sí cabe el concepto de **APTO o NO APTO**. Los tests aprecian las diferencias existentes entre las personas en su predisposición y la aptitud para determinadas tareas. Los exámenes comprueban el nivel de conocimientos y/o destrezas que se poseen; por tanto, las preguntas tratan sobre aspectos que se deben conocer para desempeñar adecuadamente el puesto al que se aspira.

Este tipo de pruebas deben cumplir una serie de requisitos que permitan cubrir los objetivos de evaluación de los conocimientos del/la candidato/a.

Estos objetivos deben de ser:

- **objetivos** (que su valoración sea única).
- **valorables**.
- **inéditos** (no conocidos por el examinado/a, a fin de evitar su preparación previa).
- **ilustradores** (que exploren de la forma más completa posible la gama de conocimientos que se precisa comprobar).



➤ TIPOS DE PRUEBAS

Las pruebas profesionales se pueden plantear de diversas formas: exámenes orales, escritos y exámenes prácticos. Éstos tienen como objetivo comprobar los conocimientos y experiencia que el/la candidato/a posee en una actividad o función. La prueba consiste en la realización de una tarea concreta hasta la obtención de un resultado observable.

➤ EJEMPLOS DE PRUEBAS PROFESIONALES

- Escribir un informe
- Pruebas de nivel de inglés
- Cambiar una rueda
- Movilizar a una persona encamada
- Pruebas de nivel de informática



5.37 TÉCNICAS DE SELECCIÓN: PRUEBAS NOVEDOSAS

En los últimos tiempos con la era de las **nuevas tecnologías** y el **networking** se va innovando y poniendo en práctica con métodos más creativos otro tipo de técnicas novedosas y algo más informales sin perder su objetivo: elegir al candidato o candidata más idóneo para el puesto.

Veamos algunas de ellas:

➤ ELEVATOR PITCH:

Toma su nombre de una supuesta situación en la que, en lo que dura un viaje en un ascensor (1 minuto) debes de convencer a tu interlocutor/a sobre tu proyecto, negocio, idea... Debes tener claro que la finalidad no es vender sino generar un proyecto, lograr una entrevista o reunión. Si después de ese minuto tu interlocutor/a quiere saber más habrás conseguido tu objetivo. Para ello debes tenerlo muy interiorizado, esto se conseguirá teniendo un **mensaje bien estructurado, claro y directo**.

Para elaborar un Elevator Pitch debes **responder a estas 6 preguntas**:

- ¿Cuál es el producto o servicio?
- ¿Cuál es el mercado?
- ¿Cuál es el modelo de negocio?
- ¿Quién está detrás de la compañía?
- ¿Quién es tu competidor?
- ¿Qué ventaja tienes sobre él?

Pautas para realizar un Elevator Pitch

- Cubrir las preguntas básicas: quién, qué, cómo, cuándo, dónde, por qué...
- Procurar “venderte” primero tú, luego la empresa y luego el producto o servicio.
- Haz hincapié en la experiencia previa que pudiera servir al proyecto.
- Agrega notas de color o anécdotas personales (muy breves) que puedan ilustrar tus valores o la manera de pensar.
- Contar a quién te quieres parecer y en qué te diferencias de ese líder.
- Dar una idea de cuán ambicioso es el plan para intentar despertar interés.
- Explica claramente lo que necesitas de la otra persona.
- No olvides contar los beneficios para los/las consumidores/as (tu propuesta de valor)
- Apertura a sugerencias y consejos.
- Entusiasmo y pasión, así como mostrarte tal cual eres, no intentar proyectar una imagen diferente.



➤ CAFÉ & JOBS:

Es una reunión de ambiente distendido ya que consiste en la típica entrevista de trabajo pero con la peculiaridad de que esta se realiza en un bar o una cafetería, ideal para darse a conocer a profesionales de Recursos Humanos que buscan cubrir puestos vacantes en los procesos de selección que tienen abiertos. Estos encuentros **reúnen de una manera distendida a profesionales de Recursos Humanos y personas que buscan empleo**. Todo ello, tomando un café. La idea es no hacer cribas de candidatos por un mero papel, sino que los descartes se hagan conociendo el perfil del posible trabajador/a.

Ventajas

- Un ambiente relajado y cálido
- Oportunidad de tener varias entrevistas
- Sesiones de networking
- Entrevista de 5-10 minutos
- Posibilidad real de encontrar trabajo
- Eventos en diferentes ciudades españolas
- Talleres informativos
- Inscripción gratuita

➤ SELECCIÓN POR REDES SOCIALES:

LinkedIn, Facebook y Twitter son las redes sociales que más valoran los/as técnicos/as de selección y las que más revisan antes de contratar a un nuevo trabajador. La **presencia en internet** es más importante que nunca en la era del reclutamiento 2.0, por eso conviene cuidarla al máximo.

Para concluir con las técnicas novedosas te proponemos ver este vídeo con un ejemplo ilustrativo sobre un Elevator Pitch, para que tomes consciencia de lo que necesitas y cómo despertar el interés del otro.

"Elevator Pitch. Tienes 20 segundos" https://www.youtube.com/watch?v=2b3xG_Yjgyl



5.38 CONCLUSIONES: MARKETING PERSONAL II

Llegados a este punto es hora de que pienses en tu propia estrategia de marketing personal.

- **TEN CLARA TU ESTRATEGIA:** Recuerda tu punto de partida, tu punto de llegada y tus pasos a seguir. ¿Qué es lo que quieres conseguir?
- **TU PROPUESTA DE VALOR:** En este punto ya sabes cuál es tu Marca Personal, por lo tanto tu tarea principal se proyecta en tu propuesta de valor. Piensa en tu “slogan” que ya tienes y empléalo siempre, eso será lo que te haga único/a y diferente ante el resto de candidatos/as.
- **MANTÉN LA CALMA, PON ATENCIÓN:** Mantén la calma, pon atención a lo que te pregunta el entrevistador, no interrumpas, tómate tu tiempo para responder, investiga sobre la empresa y sobre el puesto y, muy importante, resalta tus aptitudes, conocimientos, logros y contribuciones a trabajos anteriores (saca tus “ases” y emplea tu propuesta de valor).

