

“El currículum ya no sirve, es una herramienta de banda estrecha”

Empleo ♦ Lo dicen los expertos: hay que configurar una marca personal atractiva

T.R.
truz@negocio.com

“Una buena noticia y una mala. ¿Por cuál empezamos?”. Así avanzó el discurso sobre personal branding (marca personal) del experto en la materia Andrés Pérez, ayer en Madrid. Convocaba el evento la red social Vladco, que reunió a un buen número de jóvenes ávidos de futuro profesional. Dos decenas de caras de diferente cuantía por cursos de postgrado estaban en juego.

Pérez, como manda la tradición, empezó por la mala. “Esto está reventado. El sistema se ha roto en trescientos mil pedacitos”. Y continuó con la buena. “Esto está reventado. La ventaja de que os lo hayan quitado todo es que no hay barreras para vosotros”, continuó.

El motivo del encuentro: la presentación de un estudio sobre búsqueda de trabajo a través de redes sociales, práctica extendida en la actualidad entre más del 50% de la población española.

Asumiendo que esto es así, los esquemas de cualquier candidato a algo en la vida tienen que cambiar de raíz. Pérez lanzaba preguntas a su auditorio y éstas se equívocaban en las respuestas, muestra de que la mentalidad debe dar un giro. “No os tenéis que vender vosotros, tenéis que vender vuestro trabajo. No somos empleados, sino profesionales que venden un servicio. Vuestra empresa será vuestra profesión; vuestro producto: vuestro trabajo”, explicó.

De propina, dio una segunda buena noticia, “desde hace 20 años tenemos internet”, y una

segunda mediano mala, “el primer paso que tenéis que dar es el más difícil: hay que diseñar un plan. No es una cuestión de física nuclear ni de dinero, sino de tiempo, trabajo y esfuerzo”.

Y por los datos que se desprenden del estudio, hay mucha gente que necesita dar el paso, no porque carezca de empleo, sino porque está descontento con el propio. “Seis de cada 10 empleados desearía cambiar de trabajo y seis de cada 10 creen que podrían optar a un mejor puesto”, expuso el presentador del evento, que arrojó otras muchas cifras acerca de la situación nacional. “Seis de cada 10 directores de Recursos Humanos utiliza las redes sociales. Un consejo es no sólo estar en ellas, sino participar generando contactos. El 80% de estos directores tiene en cuenta esos contactos”, añadió.

Mitos fuera

En cuanto a la intervención de Jesús Pérez podría decirse que tiró por tierra algunos mitos, como el de los currículos plagados de títulos, cursos y alianzas: “¿qué le importa eso a nadie? Lo que quiere un director de RRHH es saber qué puede hacer el candidato con todo eso. El currículum ya no sirve para nada, es una herramienta de banda estrecha”, sentenció.

Lo fundamental es, según Pérez, saber qué es lo que se puede ofrecer, descubrir a dónde se quiere llegar. “Si no sabemos eso no sabemos qué es lo que necesitamos. Hay incluso que echar-

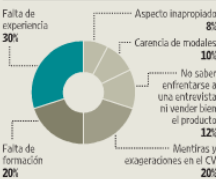
LA BÚSQUEDA DEL TESORO

Pautas para conseguir el éxito



Fuente: Vladco.

Aspectos que llevan al fracaso



Infografía@negocio.com



Los ganadores de 20 becas para la realización de masters ▼



Juan Antonio Sagardoy, Sr.

Cambios radicales para salir del agujero

Jornada

La Fundación Sagardoy para combatir el elevado desempleo juvenil

El desempleo juvenil en España duplica el de la Unión Europea. En torno a este asunto tuvo lugar ayer la presentación de un informe que analiza las principales medidas para combatir el problema. Detrás de las propuestas, el Instituto de Relaciones Laborales y Empleo de la Fundación Sagardoy, que señala dos ámbitos de actuación: legislación laboral y Seguridad Social.

El proyecto, titulado *Propuesta de medidas urgentes en materia de empleo juvenil*, aboga por un cambio radical de los antiguos contratos de prácticas para la formación por un nuevo contrato de ingreso y fomento del empleo juvenil.

Entre otras muchas propuestas, aparecen la extensión de la duración del periodo de prueba en jóvenes, la modificación de la regulación del régimen de programas de cooperación educativa por robotaría, la flexibilización de las reglas laborales y el refuerzo del régimen de protección social. ♦ REDACCIÓN

el morro. Tratar de quedar a comer con un contacto, con personas importantes. Algunos dirán que no, pero mucha gente va a decir que sí”.

Comenta el experto con sentido del humor que “cualquier minutito puede llegar a donde le dé la gana” pero que el problema de la marca personal no suele ser la marca, sino lo personal. “Hay que olvidarse de las excusas, tirarse a la piscina”.

Como consejo, “hacer un dominio con el nombre propio, darse de alta en Blogger hoy mismo, participar en foros y redes, darse a conocer”. Y como colofón final a la divertida exposición, una frase grandilocuente: “No hay que ser grande para empezar, pero hay que empezar para ser grande” ♦