

¿Por qué a mí nunca me ha llamado un headhunter?

El desarrollo de la carrera profesional depende en ocasiones también de los golpes de suerte.

Pero los cazatalentos no llaman por azar. Hay modos de lograr llamar su atención, y deben ser considerados parte de nuestro trabajo diario

Maite Piera

Executive Coach certificada por la International Coach Federation (ACC), MBA IESE y licenciada en Administración y Dirección de Empresas. www.coachingvirtual.net





¿ Por qué a mí nunca me ha llamado un *headhunter*? Ésta es la pregunta que recientemente le hacía un amigo a otro. Lo cierto es que ambos tenían una carrera brillante: buen expediente académico, acceso a un trabajo bien remunerado en una compañía multinacional, carrera progresiva en un área funcional (uno en finanzas, el otro en logística) y dos experiencias laborales distintas. Sin embargo, los *headhunters* parecían olvidarse siempre de uno de los dos..., y el “olvidado” no entendía bien qué había hecho para merecer este rechazo o ignorancia por parte de los cazatalentos, esos seres tan deseados que, a veces, parecen existir sólo en las películas.

LA BUENA SALUD LABORAL

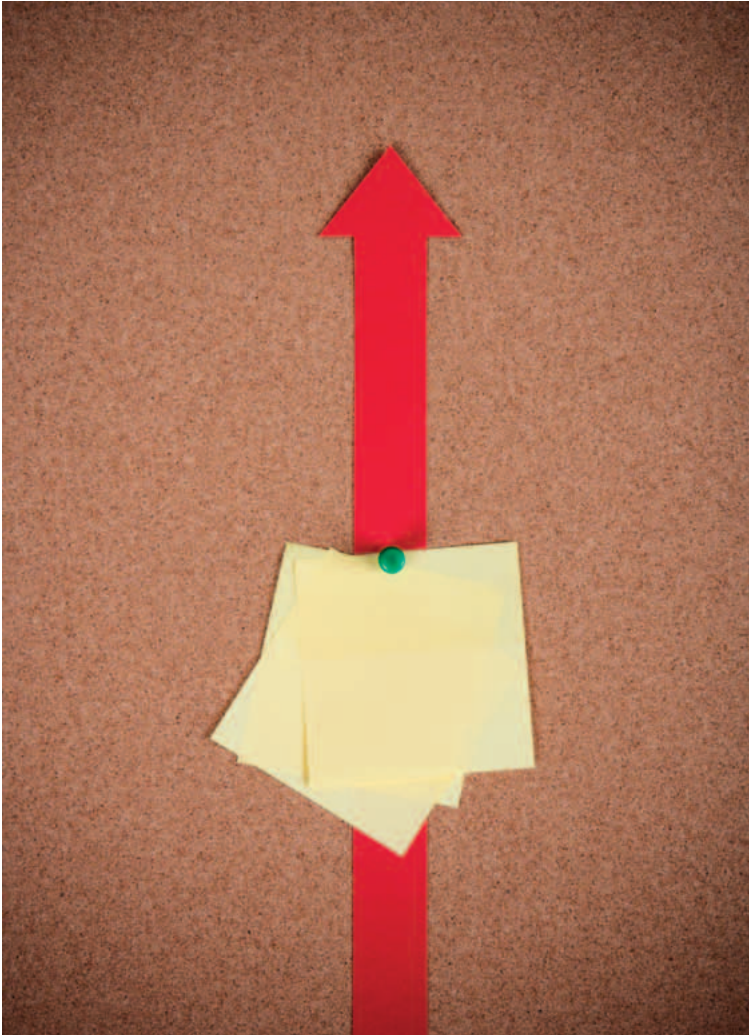
Las personas, en general, no solemos preocuparnos de nuestra salud, excepto cuando tenemos síntomas de que algo no va bien. Y parece que damos aún menos importancia a los síntomas que van apareciendo de “mala salud laboral”. Por poner algunos ejemplos, seguro que muchos lectores habrán oído frases como éstas de amigos o compañeros: “No me entiendo con mi jefe: sé que a la mínima que haga algo mal, me echará”, “Mi empresa va fatal, ya no pagamos a los proveedores, sé que cerraremos en breve” o “No puedo dormir por las noches, el estrés del trabajo puede conmigo, no puedo más”. Pero la mayor parte de los síntomas de mala salud laboral suelen ser ignorados por los empleados. Esto se debe a un interés por mantener el statu quo por encima de todas las cosas. Después de oír durante años esta frase: “Más vale malo conocido que lo bueno por conocer”, esta manera de pensar ha arraigado ya dentro de su mente, y en muchos casos predomina sobre otras maneras de hacer que, quizá, serían mejores para el bienestar conjunto de la organización.

En general, existen dos perfiles totalmente antagónicos, pero igualmente perjudiciales para la salud laboral: el perfil de los empleados con trabajos “de base”, técnicos; y el perfil del profesional que sólo tiene tiempo para trabajar.

Y ENTONCES, ¿QUÉ BUSCA UN ‘HEADHUNTER’?

El *headhunter* empieza su base de datos con la lista de sus amigos, lógicamente. ¿Dónde ha estudiado un *headhunter*? Dependiendo de la edad, tendrá >>>

Hay personas que pasan totalmente desapercibidas a los ojos de un 'headhunter', y, por tanto, nunca reciben ninguna llamada telefónica que les invite a pensar en una nueva oportunidad profesional



➤➤➤ más acceso a un grupo joven de profesionales o, por el contrario, se codeará con los presidentes de las grandes empresas del país. Por tanto, haber estudiado en un centro reconocido o ser miembro de un determinado club de prestigio o de una organización exclusiva siempre le puede ayudar a acceder a ciertos profesionales.

Aparte de su red de amigos y conocidos, los *headhunters* también se nutren de personas que van cono-

ciendo a través de entrevistas durante su vida laboral, personas interesantes que ven en sus despachos, generalmente debido al anuncio de una vacante que tienen que cubrir para uno de sus clientes. Si un candidato consigue un trabajo a través de un *headhunter*, es posible que, en el futuro, le vuelvan a llamar para poder acceder a más contactos.

PERFILES TRANSPARENTES PARA UN 'HEADHUNTER'

Hay personas que pasan totalmente desapercibidas a los ojos de un *headhunter*, y, por tanto, nunca reciben ninguna llamada telefónica que les invite a pensar en una nueva oportunidad profesional.

Los perfiles "transparentes" para un *headhunter* se pueden agrupar en varios estereotipos. Algunos de ellos se asemejan a los empleados con problemas de "salud laboral" que hemos descrito anteriormente:

- **El trabajador incansable.** Los trabajadores incansables son personas de gran éxito profesional. Suele tratarse de personas brillantes que entraron en el mundo laboral gracias a su buen expediente académico o a su mente brillante. Generalmente llevan años de trayectoria ascendente, promoción tras promoción, cada vez con más responsabilidad, y alrededor de los 30 años tienen equipos a su cargo, con jornadas de trabajo de dedicación plena. Empiezan temprano su jornada laboral y llegan a casa tarde. En muchas ocasiones, pasan noches fuera de casa viajando por el mundo, ya que bajo su responsabilidad suelen aglutinar distintos países o zonas geográficas. Estos trabajadores incansables no tienen ningún tipo de contacto "social" local. Sólo interactúan con personas dentro de su empresa, generalmente superiores o subordinados, y, en caso de salir a cenar, siempre se trata de cenas de trabajo previamente acordadas, con clientes o colegas, en distintas ciudades. Las conversaciones giran, generalmente, alrededor del trabajo. Estos profesionales son "transparentes" a los ojos de los *headhunters*..., ya que nadie puede hablar de ellos. Nadie les conoce, tienen un círculo muy limitado de amistades que ya no cultivan y no dejan ningún rastro "local". Su vida está entregada al trabajo, a asumir más responsabilidad y a crecer en la pirámide a través de largas horas de trabajo.

- **El trabajador "de base".** Este perfil se podría definir como antagónico al anterior, ya que, en este caso, este empleado sí dispone de tiempo libre para realizar otras actividades, porque su jornada está fuertemente marcada por un horario de trabajo definido previamente y limitado. Este trabajador de base realiza un

trabajo “necesario”, pero fácilmente reemplazable, y su permanencia en un determinado puesto de trabajo está directamente relacionada con su experiencia y capacidad de adaptación ante los cambios que van apareciendo dentro del entorno de trabajo (nuevos procesos y tecnologías, cambios organizacionales...). Este trabajador “no es interesante” para un *headhunter*, ya que el *headhunter* puede ofrecer “poca diferenciación” con respecto a otros candidatos ante su cliente. En este tipo de puestos, además, hay un exceso de oferta de profesionales y poca demanda, por lo que un trabajador con este tipo de responsabilidad dentro de la empresa, difícilmente va a recibir otra oferta de trabajo o una llamada de un *headhunter*.

- **Perfiles multifuncionales, profesionales que han cambiado de sector o de función.** Aunque este perfil puede ser muy interesante para muchas empresas, este tipo de profesionales son poco demandados por un *head-*

fenómeno se acusa aún más. Los *headhunters* buscan referencias entre candidatos que ya conocen también en esa misma zona geográfica.

Asimismo, se da en ocasiones el caso de expatriados españoles en búsqueda de una nueva oportunidad de volver a su país. Estos candidatos no suelen recibir llamadas desde aquí. Tendrán que ser muy proactivos, presentándose a potenciales ofertas, para ser considerados. Cuando alguien pasa unos años fuera de un entorno geográfico, deja de estar presente en el mercado, y esto suele pasar factura. Cuanto más años haya estado expatriado un determinado profesional, más difícil será recuperar los lazos profesionales anteriores.

- **Trabajadores que realizan funciones obsoletas, o en sectores en peligro de desaparición.** En algunos casos, es interesante hacer un ejercicio de autoevaluación de capacidades y de perfil, ya que el escaso interés de los *headhunters* puede ser debido a la realización de fun-

Las personas con una vida rica más allá de sus responsabilidades diarias de trabajo suelen ser más visibles profesionalmente. Participar en eventos que implican salir de la oficina para interactuar con personas distintas es algo muy positivo para asegurar el intercambio de perspectivas

hunter. Generalmente, cuando una empresa “cliente” encarga a un *headhunter* cubrir un determinado puesto, pide algunas especificaciones. Y una de ellas es un número determinado de años de experiencia en una determinada empresa o determinado departamento. Aunque el empleado tenga más experiencia, complementariedad de habilidades adquiridas gracias a su experiencia transversal, en distintos departamentos, no entrará dentro del primer filtro realizado por el *headhunter* en el proceso de selección.

- **Trabajadores en el extranjero o en distinta área geográfica.** A menos que el empleado sea muy proactivo, será transparente para los *headhunters* de distinta zona geográfica. Los *headhunters* se suelen basar en una zona geográfica concreta. Muchas veces, ni tan sólo estar dentro de un mismo país es un requerimiento. Para ser considerado por un *headhunter*, lo habitual es residir en la misma ciudad donde se oferta el puesto. Esto tiene que ver con la escasa movilidad geográfica que existe en España, donde, generalmente, los empleados buscan ofertas profesionales en la misma ciudad donde residen. Y cuando tienen familia, este

ciones obsoletas, o no demandadas ya en el mercado, o debido a que el sector donde se encuentra el empleado ha sufrido enormemente, en los últimos años, los cambios en el entorno socioeconómico. Por ejemplo, se puede dar el caso de trabajadores en agencias de comunicación que han visto cambios radicales en su trabajo por la proliferación de redes sociales, a las que no han podido adaptarse; o de empleados realizando tareas técnicas en el sector de la construcción, que ha dejado de ser el pilar de crecimiento del país. En estos casos, dichos perfiles, evidentemente, son transparentes para los *headhunters*, y requieren la reinención de su profesión (o actualización de habilidades profesionales, si es posible) o el traslado a otras zonas geográficas donde exista una demanda creciente de las habilidades concretas que ellos ya poseen.

PERFILES DESEADOS POR UN ‘HEADHUNTER’

Realmente, el objetivo (y deseo) de un *headhunter* es conseguir satisfacer siempre a su cliente. El cliente le pide cubrir un determinado puesto, que requerirá unas características determinadas del candidato. Hoy día, debido a la cantidad de candidatos con >>>



Es importante realizar actividades fuera del trabajo que tengan cierta notoriedad. Un empleado con ciertos conocimientos tecnológicos puede decidir darse a conocer en el mundo 2.0

➤➤➤ excelentes trayectorias que se encuentran sin trabajo, es todavía más fácil buscar al candidato ideal. Las empresas pueden decidir años de experiencia, sector, formación..., y con casi total seguridad conseguirán un número interesante de candidatos que cubran esas características.

EL PROCESO DE 'HEADHUNTING'

Por tanto, el *headhunter* inicia el proceso con un buen conocimiento de la empresa (su cliente). Necesita conocer bien la cultura de empresa, sus valores y los

retos para los próximos años. Sin duda alguna, el entorno de trabajo condicionará el tipo de candidato que encaje en ese ambiente. Es importante saber si se esperan cambios en el entorno o si, por el contrario, se necesita un gestor que sea capaz de seguir motivando a su equipo a pesar de los pocos cambios. Además, también tiene que tener información del sector, para saber si el candidato se va a encontrar con dificultades añadidas o, por el contrario, si se trata de un sector en expansión.

Una vez conocida la cultura de empresa, necesita saber cuáles son las características del puesto a cubrir. El *headhunter* tendrá reuniones con los responsables directos del puesto, el jefe superior directo o el director general para conocer el máximo número de personas que van a interactuar con el nuevo candidato. De la empresa cliente también recibirá información sobre qué experiencia necesita tener el candidato, habilidades más destacadas en el puesto, tipo de proyectos que ha podido llevar a cabo en el pasado, conocimiento de idiomas... Y con todo esto empezará su búsqueda.

Después de varias llamadas y de un proceso de selección amplio, presentará a la empresa cliente tres o cuatro candidatos que cumplan con el perfil.

NUEVA ACTITUD: DE VÍCTIMA A RESPONSABLE... SI NO TE LLAMAN, PUEDES LLAMAR TÚ

Hay personas que se pasan los días quejándose de todo, y cuando lean este artículo se sentirán identificadas, porque quizá en varias ocasiones se han preguntado: "Y a mí, ¿por qué nunca me ha llamado un *headhunter*?". Es cierto que nunca han recibido esa llamada, y quizá nunca la recibirán. Es un buen momento para cambiar de actitud, y en vez de esperar a que nos llamen, quizá podamos llamarles nosotros para ofrecer lo que nos hace ser candidatos diferentes.

TRABAJAR TU HISTORIA PERSONAL

Uno de los puntos clave antes de atreverse a dar el paso (en vez de esperar a que un *headhunter* llame) es tener clara nuestra historia. Nuestra historia personal ha de tener unos determinados puntos clave:

- La historia ha de ser lógica, ordenada y con sentido común.
- Ha de ser fácil de recordar.
- Tiene que incluir grandes retos o algo que nos haga especiales.
- Debe ser sencillo explicarla.
- Hay que obviar detalles no importantes o que desmerezcan nuestro perfil.
- Y debe ser corta.

Qué podemos hacer para desaparecer del anonimato

- **Jornadas, charlas, encuentros sectoriales.** Las personas con una vida rica más allá de sus responsabilidades diarias de trabajo suelen ser más visibles profesionalmente. Participar en eventos que implican salir de la oficina para interactuar con personas distintas es algo muy positivo para asegurar el intercambio de perspectivas, la actualización de conocimientos y, por supuesto, el networking. Es interesante aprovechar los momentos de descanso para acercarse a un ponente o comentar algunos temas con otros participantes, y transmitir así una imagen profesional y adecuada en cualquier conversación.
- **Organizar comidas de networking.** Una actividad interesante, que no requiere demasiada inversión de tiempo, es organizar comidas de forma periódica con personas que quizá hace tiempo que no vemos. Es tan sencillo como recuperar viejos amigos de la universidad y personas que han ido coincidiendo con nosotros en la vida profesional, para mantener el contacto y que no se olviden de nosotros. Para hacer esto es importante una cierta disciplina; por ejemplo, incluir en nuestra agenda profesional un día al mes para una comida de networking. Si la incluimos por defecto, será más fácil que luego se lleve a cabo.
- **Gimnasio u otras actividades postrabajo.** Los gimnasios son lugares donde podemos conocer a personas más allá de nuestro círculo inmediato. Si seguimos una determinada rutina de entrenamiento, asistiendo a unas determinadas horas al gimnasio, acabaremos encontrando siempre a la misma gente. En algunos se realizan también cursos o actividades que permiten más interacción entre los miembros, como charlas o encuentros.
- **Actividad en organización de profesionales.** Es posible que, en algún momento de nuestra vida profesional, alguien nos invite a participar en un determinado grupo, colegio o asociación. Debemos valorarlo muy positivamente, ya que es una manera de mantenernos activos, al día, y de conocer a personas interesantes dentro de nuestros intereses profesionales. Podemos empezar asistiendo de forma periódica a eventos para, a continuación, si se da la ocasión, pasar a involucrarnos mucho más en las actividades del día a día. Cuanto más nos involucremos, más visibles serán nuestra aportación y perfil. Para los miembros de la asociación y para los *headhunters*, que suelen también estar involucrados en distintas asociaciones, esta participación será nuestro modo de destacar.
- **Crear un blog.** Hoy día es relativamente sencillo destacar en la red para posicionar mejor la marca personal propia. En este caso, antes de empezar, lo ideal es decidir primero en qué área de especialidad queremos destacar. Una vez decidido, se construye el plan 2.0 con distintas apariciones en las redes sociales en la dirección propuesta, aportando comentarios en Linked In, recomendando artículos del tema en concreto o generándolos uno mismo.

Para crear una historia coherente es necesario empezar explicando nuestra trayectoria profesional de una manera ordenada, cronológicamente. Algunos detalles de nuestros estudios son suficientes, además de una breve descripción de las distintas etapas profesionales que hemos ido llevando a cabo hasta el momento actual.

La historia tiene que empezar en el pasado ("Antes, lo que yo hacía era..."), explicando el presente ("Actualmente estoy realizando funciones de... en la empresa...") y dejando entrever cuál queremos que sea nuestro futuro ("Estaría dispuesto a cambiar si pudiera acceder a un puesto de... que me permitiera conseguir experiencia en...").

PÓNGASE EN CONTACTO CON UN 'HEADHUNTER' EN SU CIUDAD

Para ello, siempre es mejor buscar a través de nuestros contactos si hay alguna persona que nos pueda poner en contacto con alguno. Quizá podamos realizar una búsqueda en LinkedIn para encontrar contactos en común, o al menos el nombre del *headhunter* con quien queramos comunicarnos, y saber así exactamente a quién dirigirnos. Los *headhunters* suelen estar especializados en sectores, y, por tanto, es importante saber exactamente quién puede ser el encargado de llevar perfiles de sectores afines al nuestro.

Una vez hayamos conseguido el contacto, tenemos que ir a verle. Compartir media hora tomando un café es suficiente para una primera cita, sobre todo si se trata de una reunión puramente de networking, de compartir expectativas y de presentación del perfil para posibles puestos futuros. En esta reunión es importante que la "historia" quede clara y se transmita con sentido común y con coherencia. Por tanto, se tendrá que explicar claramente lo que se ha hecho hasta ahora (profesionalmente) y cuál es el siguiente paso (lógico) que se ha decidido dar. El próximo paso tiene que ser una continuación de lo que ya se ha hecho en el pasado, para que nuestro perfil pueda calar en un *headhunter*. Por eso es interesante invertir un tiempo en revisar la historia y repetirla hasta que suene coherente (y, por supuesto, convincente).

Una vez conseguida la primera cita, las siguientes son más sencillas, y, realmente, si hemos conseguido tener un impacto positivo sobre un *headhunter* y éste considera que somos candidatos de valor, se quedará con nuestra historia y será capaz de retransmitirla a otros. Por tanto, haciendo bien el trabajo de networking con *headhunters* es posible que un día recibamos la gran llamada que casi todo el mundo espera. ■