

6. LA AUTOCANDIDATURA TELEFÓNICA

6.1. Introducción

La autocandidatura telefónica es un método de búsqueda de empleo poco utilizado. No obstante, resulta muy útil para sondear las necesidades de personal en las empresas y anticiparse a un masivo proceso de selección, ya que éstos sólo se suelen llevar a cabo cuando no se dispone de candidatos para ocupar un puesto de trabajo.

La técnica de la autocandidatura telefónica es una técnica a medio y largo plazo, como la de amigos y conocidos. Se trata de contactar con alguien que todavía no se conoce, para que se convierta en un conocido, y posteriormente en un *amigo entre comillas*. Por lo tanto, se podría decir que es una estrategia para incrementar el número de conocidos, en la que se utiliza como herramienta el teléfono.

Habitualmente, al entrar en contacto directo con un conjunto de empresas, éstas no van a tener vacante un puesto de trabajo que coincida con su perfil, sin embargo esa necesidad puede surgir en el futuro.

6.2. Fases en la llamada telefónica

Se distinguen dos fases: preparación y desarrollo.

6.2.1. Preparación

Antes de descolgar el teléfono se deberían tener claro a quién llamar, qué decir, desde donde, y cuando llamar.

6.2.1.1. A quién llamar: ¿a qué departamento? ¿A qué persona?

Ya que no existe un puesto de trabajo que deseen cubrir en ese momento, habitualmente es preferible dirigirse directamente al departamento con el que se desea hablar, antes que llamar al departamento de Recursos Humanos (excepto cuando se desee trabajar en el mismo).

Si llama al Dpto. de Recursos Humanos, y no hay un puesto vacante, le sugerirán que envíe un currículum y ellos se pondrán en contacto con usted cuando surja un puesto con sus características. Para enviar un currículum no hace falta llamar por teléfono.

Si elige llamar al director de producción, contabilidad, marketing, I+D, etc. y les demanda trabajo, le van a remitir al Dpto. de Recursos Humanos, por lo tanto el argumento debe ser otro.

Resulta interesante conocer el nombre y apellidos de la persona con la que quiere contactar, su cargo, empresa, y departamento. Todo estos datos le facilitarán entrar en contacto con dicha persona, y posteriormente mantener una conversación más fluida.

Ésta información puede obtenerse, por ejemplo, a través de la guías profesionales, por citar alguna de las fuentes de información mencionadas anteriormente. Si usted desea hablar con el director de marketing (por ejemplo) puede llamar por teléfono a la empresa y con la excusa de remitirle una documentación escrita preguntar a la telefonista el nombre.

Sería deseable crear un listado amplio de personas y empresas a las que se va a llamar, en un primer momento aquellas en las que se tenga poco interés (así podrá entrenar y adquirir habilidades), para posteriormente abordar organizaciones en las que se éste más interesado.

6.2.1.2. Qué decir

Es aconsejable preparar un guión que le sirva de hilo conductor en la conversación y que le permita abordar todos los puntos de interés. Pero lo primero que debe tener claro es ¿para qué llama por teléfono?. Sí, para buscar trabajo, pero ¿lo va a plantear así?. *Buenos días, soy fulanito, llamo por si tienen un puesto de trabajo para mí.* Ésta estrategia no suele dar buenos resultados, ya que se acabarán recomendando que envíe un currículum vitae. Recuerde el refrán: *Al arte de pedir, la virtud de no dar.*

Antes de llamar pregúntese: *¿Usted qué ofrece?, ¿qué sabe hacer que pueda resultar de interés a otros?* Si encuentra lo que puede ofrecer no tendrá problemas para conseguir una entrevista, pero para ello debe reflexionar sobre sus habilidades y sobre las necesidades de las empresas a las que se dirige.

En otras palabras, primero tiene que reflexionar sobre sus conocimientos y habilidades, lo que sabe hacer, sus puntos fuertes. Después tiene que detectar aquellas empresas con necesidades concretas que usted puede solventar. Por ejemplo, casi todas las organizaciones tienen *"picos de trabajo"* en los que cuentan con colaboradores para superarlos. Las colaboraciones puntuales, en un principio, suelen dar lugar con el tiempo a contrataciones a tiempo completo.

6.2.1.3. Desde dónde llamar

Busque un lugar tranquilo, sin ruidos, desde el que realizar las llamadas. Así podrá tener una conversación sin ningún tipo de interferencias que dificulten la comunicación.

6.2.1.4. Cuando llamar

Los días y horas de llamada más favorables para hablar con una determinada

persona varían de una organización a otra, la secretaria es la persona que mejor puede orientarle sobre cuando localizar a la persona de interés, pregúntele.

6.2.2. Desarrollo

En éste apartado conviene seguir algunos consejos respecto a la llamada propiamente dicha. Hemos visto que hacer, ahora es el turno del "cómo".

6.2.2.1. El lenguaje verbal y el no verbal

La voz refleja el estado de ánimo. Sientese en una silla, mantenga un ángulo de 90° y una posición cómoda. No se atropelle al hablar, intente pronunciar cada palabra correctamente, hable con voz alta (pero sin gritar), de forma clara y pausada.

Sonría mientras habla, aunque su interlocutor no pueda verle, dicen que la sonrisa se transmite a través del teléfono.

Hable de forma positiva, exponga de forma breve y concisa el motivo de su llamada, sin dejar de lado en ningún momento los formalismos necesarios en estas situaciones.

6.2.2.2. Pasar los filtros

Telefonistas y secretarias pueden ser percibidas como obstáculos o como alidadas. A las primeras simplemente hay que pedirles que nos pasen con... A las segundas, si se llama en repetidas ocasiones, hay que "*ganárselas*" para obtener información útil. En muchos casos son ellas las que propician que su jefe/a se ponga al teléfono

Después de preguntar por la persona que desea hablar, le pedirán que se identifique...

- "*¿de parte de quién?*"
 - *Juan Díaz.*
- "*¿de que empresa?*"

- *Soy farmacéutico o soy un particular*

No responda *“es personal”*, le pasarán la llamada, pero cuando su interlocutor descubra que no es una llamada personal desatará su ira.

A continuación le preguntarán por el motivo de su llamada: *¿Qué quería?*

Responder a ésta pregunta requiere hacerlo de forma clara, concisa y técnica. *¿Para qué desea hablar con esa persona?* No hace falta que de mucha información, pero sí la suficiente para conseguir que su interlocutor le pase con la persona que desea. Procure que su argumento despierte el interés.

6.2.2.3. Hablar con el interesado

Si consigue que le pasen con la persona que desea, en primer lugar verifique que realmente es ella (con volver a repetir su nombre será suficiente). Después vuelva a hacer una pequeña presentación, empezando por su nombre y primer apellido, su titulación o especialización profesional. Posteriormente, exponga de forma breve el motivo de su llamada. Si la argumentación que tiene preparada es larga, haga pausas, busque en su interlocutor el asentimiento, un sí, una respuesta, algo que le permita verificar que le está escuchando con interés. Si puede, hagale preguntas que le involucren en la conversación. Tiene que despertar su interés, recuerde que su objetivo es intentar concertar una entrevista.

Si no consigue hablar con la persona que desea, piense que esa persona puede estar reunida, de viaje, o simplemente no estar. Hay que averiguar cuándo se la puede localizar. Aunque le pidan su teléfono, debe ser usted quien vuelva a llamar, ya que habitualmente ellos no lo harán.

Si consigue concertar una entrevista procure que queden claros el día, la hora y el lugar de la cita, asegúrese de que los datos anotados son los correctos antes de despedirse.

Si no consigue la entrevista, trate de conseguir información adicional de su interlocutor, datos que pueda utilizar en otras llamadas.

6.3. Ventajas e inconvenientes de la llamada telefónica

6.3.1. Ventajas

- El porcentaje de personas que utilizan ésta técnica de búsqueda de empleo resulta muy bajo, comparado con otras técnicas.
- Se consigue una comunicación directa en la que puede presionar a su interlocutor, ya que se tiene la posibilidad de conversar con él.
- Se obtiene información de forma inmediata, es decir, en cada llamada telefónica se consigue retroinformación sobre los resultados obtenidos.
- Si se compara con la autocandidatura personal, técnica que también permite la comunicación directa con el interesado, el teléfono permite ahorrar tiempo, ya que evita desplazarse al lugar de trabajo, en muchos casos con poco éxito.
- Permite consultar un guión o esquema durante la conversación.
- Nadie le ve, lo que le permite estar cómodamente en su casa.

6.3.2. Inconvenientes

Algunas personas que buscan empleo señalan una serie de inconvenientes respecto a la utilización del teléfono como herramienta de búsqueda. Entre ellos mencionan la baja utilidad para individuos tímidos, que no pueden ver a la otra persona, que es caro, etc.

Si usted es tímido: entrene. Llame primero a empresas en las que no tiene mucho interés en trabajar. La timidez o el miedo al teléfono se pierde a medida que se practica.

Si lo considera caro, compare el número de contactos personales que puede hacer en una hora con el número que conseguirá con cualquier otra técnica de búsqueda.

Si el teléfono no le gusta, hay otras técnicas de búsqueda activa que también ofrecen buenos resultados, por ejemplo la autocandidatura personal. Su mayor o menor utilidad viene dada en muchas ocasiones por el sector de actividad o el tipo de empresas que ofrecen esos puestos. Ir a empresas de gran tamaño, por ejemplo, sin concertar primero una entrevista a través del teléfono, suele ser perder el tiempo, ya que nadie le recibe.

Claro, que si no quiere trabajar, no llame. ¿O cree que la montaña vendrá a usted?. Espere, espere, espere... Y todo seguirá igual.

Para que las cosas cambien es preciso que uno haga algo para ello.

Venga, escoja las 10 primeras empresas a las que llamará por teléfono, y busque información sobre ellas y las personas que le interesan.

7. AUTOCANDIDATURA PERSONAL: IR A LAS EMPRESAS

7.1. Introducción

La auto-candidatura personal consiste en ir a las empresas a buscar trabajo. Al ser una modalidad de autocandidatura no existe un puesto de trabajo vacante que se desea cubrir. Se trata de visitar empresas por si a medio o largo plazo surge la necesidad de contratar un profesional con características similares a las suyas.

Si usted quiere buscar un puesto de mecánico en talleres de reparación de vehículos, difícilmente va a encontrar muchos anuncios en prensa que lo soliciten. Este tipo de puestos se cubren a través de personas conocidas o acudiendo a los propios talleres y poniendo de manifiesto su interés por trabajar en los mismos. La autocandidatura personal resulta clave para acceder a muchos puestos de trabajo, fundamentalmente en pequeñas y medianas empresas. Por ejemplo, para trabajar en una asesoría laboral, que no suele recurrir a técnicas de búsqueda de candidatos que les suponga un coste económico.

Llegar, causar buena impresión, ofrecer lo que se sabe hacer, y demostrar que se conoce el negocio y la terminología de la profesión, suele ser el primer paso para empezar a colaborar en pequeños trabajos o para ser contratado a medio o largo plazo, y si hay suerte en un corto espacio de tiempo.

7.2. Fases

7.2.1. La Planificación

7.2.1.1. Confeccionar una lista de empresas

Lo primero que hay que hacer para utilizar la técnica de “ir a empresas” es definir a que tipo de organizaciones les pueden interesar las habilidades que posee. En las empresas grandes resulta más difícil llegar y ser recibido si no existe una cita previa o no se conoce al interlocutor, por ello es más recomendable dirigirse a empresas

pequeñas o medianas. En las grandes resulta más útil utilizar otras técnicas como la autocandidatura telefónica.

En el apartado de fuentes se señalan distintos métodos para confeccionar una lista de empresas, desde las páginas amarillas a las Cámaras de Comercio.

7.2.1.2. Agenda de búsqueda

Conviene hacer un plano con la ubicación de las empresas que se quieren visitar, y organizar dichas visitas en función de la proximidad geográfica. Así podrá visitar un mayor número de empresas diariamente, y ahorrará desplazamientos.

7.2.1.3. Preparación de cada visita

Antes de presentarse en una empresa debe recoger información sobre la misma. Internet suele ser una buena vía, y si son muy pequeñas... *la aventura es la aventura.*

Sin embargo, lo que debe tener claro previamente es lo que va a decir, su argumento para despertar el interés de su interlocutor y conseguir empezar a colaborar con la organización. Realizar un guión, planteando por escrito su argumento, le servirá de ayuda posteriormente. Al igual que con la autocandidatura telefónica, detectar necesidades que usted pueda paliar es la clave del éxito.

Además, debe preparar un currículum vitae actualizado, una carpeta, y elegir la ropa adecuada. En función del puesto de trabajo que se vaya a realizar tendrá que elegir llevar una vestimenta u otra, por ejemplo en el ámbito de trabajos de oficina nunca *va a quedar mal* por llegar con corbata y chaqueta, aunque se encuentre con que los empleados visten informalmente. La situación inversa le puede convertir en el centro de las miradas.

7.2.2. La visita

Una vez en la empresa pregunte por el gerente, el director, el dueño, o el encargado de contratación de personal, y solicítele cinco minutos de su tiempo. Usted no *va pidiendo*, va a ofrecer algo que usted sabe hacer y que a ellos les puede resultar útil.

Muéstrese amable, las personas están trabajando, y usted les va a “robar” parte de su tiempo. Tenga paciencia y sonría. Los consejos de autocandidatura telefónica son perfectamente aplicables en éste caso. Si nota que “está de más”, no insista: lo normal es que tengan mucho trabajo. Pregunte cuando sería un buen momento para volver.

Cuando esté hablando con la persona que desea, vaya al grano, sea claro, conciso y concreto para dar una imagen de seguridad y profesionalidad. Muestrese cordial y amable, y resalte su interés por trabajar en esa empresa. Debe centrarse en destacar sus conocimientos y habilidades, así como en la utilidad de éstos en esa organización. Intente conseguir algún compromiso, y al final de la conversación proponga un próximo contacto.

Hay un conjunto de habilidades y actitudes que conviene poner de manifiesto para obtener el máximo partido a ésta técnica de búsqueda de empleo, reflexione sobre ellas.

Iniciativa : Si utiliza ésta técnica demostrará a su interlocutor que la posee.

Autoestima: Para transmitir lo que sabe y lo que sabe hacer es preciso que anteriormente usted mismo se lo crea.

Naturalidad :Dentro de los límites, definidos por la situación,

muestrese natural.

Flexibilidad: Cuando le dicen que venga otro día, tres horas más tarde, cuando no le recibe la persona que usted espera... Sea flexible.

Amabilidad: Muestrese educado, cordial y cortés, sea comprensivo con los demás y tráteles de manera adecuada.

Paciencia : No "tire la toalla" ante la primera negativa por parte de una empresa. La venta directa es la más dura, la que requiere más esfuerzo, pero usted se está vendiendo a si mismo, y puesto que el producto es de primera calidad seguro que acaba logrando un gran éxito. Demuestre su capacidad de resistencia a la frustración.

Dinamismo: Manifieste a su interlocutor su interés por la empresa, sus ganas de trabajar, tendrá más posibilidades de ser escuchado.

Seguridad : Piense antes de hablar, pero cuando lo haga, no dude, muestre su seguridad en si mismo a través de lo que dice. Utilice un tono de voz adecuado, ni demasiado alta ni demasiado bajo.

Sinceridad : No mienta respecto a sus habilidades profesionales, ni sobre sus conocimientos o su experiencia profesional, pero hagalos

atractivos, y si es preciso adornelos.

Optimismo : Nunca pierda la esperanza, piense que al menos está adquiriendo experiencia en relacionarse con otros, en la venta de si mismo. Al cabo del tiempo, lo aprendido le ayudará a conseguir un puesto de trabajo.

Reflexión : Si analiza cada contacto realizado, su conducta y la de los otros, aprenderá de sus aciertos y errores.

7.2.3. Auto-evaluación

Después de salir de cada empresa evalúe su propia conducta, lo que ha hecho bien, lo que podría mejorar en la próxima ocasión, las posibilidades de éxito que tiene, etc. Apunte todo lo que ha pasado en dicha visita, los nombres de las personas que te han atendido, su cargo, la información que le han ofrecido, etc. unalo a la información que tiene de la empresa y que recogió anteriormente. Éstas fichas pueden ser de gran utilidad en el futuro. Anote también los nombres de las secretarias y de las personas a quienes ha visto. Llamar a una persona por su nombre facilita enormemente la comunicación.

7.3. Ventajas e inconvenientes

7.3.1. Ventajas

- Hay menos competencia, es un método de búsqueda de empleo que utilizan pocas personas.
- Conoce y le conocen personalmente al presentarse directamente en la empresa.

- Por su relación coste/efectividad, es un medio económico.
- Dispone de más tiempo y de más recursos para despertar el interés en su interlocutor.
- La mirada y la sonrisa son dos elementos clave que puede utilizar como armas estratégicas con su interlocutor.
- Las habilidades que tiene que poner en juego le serán útiles en múltiples situaciones de búsqueda de empleo, entre otras la de entrevista de selección.

7.3.2. Inconvenientes

Los inconvenientes que pueden asociarse a la autocandidatura personal pueden paliarse en gran medida, por ejemplo si no planifica anteriormente los itinerarios perderá mucho tiempo en desplazamientos, así que planifique.

Con la timidez, la solución es la de siempre, practique primero con empresas que no me interesen. Es cierto que se enfrentará a situaciones frustrantes que requieren paciencia, y que o siempre le escucharán, pero desarrollar ese tipo de habilidades siempre resulta algo positivo, en situaciones de búsqueda de empleo, en entornos laborales, y en la vida misma, así que no debe percibirlo como inconvenientes, sino como experiencias que le aportarán competencias de altísimo valor.

¿Cuáles serán las 3 primeras empresas que visitará?

