

8. AUTOCANDIDATURA POSTAL

8.1. Introducción

La autocandidatura postal, como en el resto de modalidades de autocandidatura, el demandante toma la iniciativa en la búsqueda de empleo, en éste caso se dirige a la empresa enviando por correo una carta de presentación y un currículum vitae, sin existir una oferta de empleo vacante.

El objetivo de la autocandidatura postal consiste en anticiparse a un futuro proceso de selección, para que cuando surja tengan en cuenta su candidatura a la hora de cubrir el puesto. Los candidatos que participan en un proceso de selección no siempre se consiguen a través de ofertas de empleo en prensa o en internet, en los puestos en los que se disponga del número de candidatos necesarios, porque hayan enviado su candidatura de forma espontánea, por ejemplo, la oferta no sale a la luz pública, la empresa se pone en contacto directamente con aquellos que en su día enviaron su currículum.

Cuando usted envía su currículum vitae a una organización, ésta suele grabarlo en una base de datos y archivar el documento, para posteriormente recuperarlo y ponerse en contacto con usted cuando surge un puesto que coincida con sus características.

Usted puede enviar su currículum vitae y una carta de presentación a una sola empresa, en la que está muy interesado, o a un conjunto amplio de empresas. En éste segundo caso se habla de "*mailing*".

8.2. Fases

Se pueden señalar distintas fases principales en la autocandidatura postal: detección de necesidades, selección de empresas y recopilación de direcciones y contactos,

elaboración de la carta de presentación, envío de la carta, y seguimiento.

8.2.1. Detección de necesidades

La eficacia del mailing no se basa tanto en la cantidad, sino en una buena detección de necesidades, por ejemplo, si se envía a los colegios privados de Madrid para trabajar como profesor, y no se tiene ningún contacto, es muy probable que el éxito sea nulo. ¿Qué empresas están contratando personal con características similares a las tuyas? ¿cuáles pueden hacerlo a medio plazo?

Si observa y escucha adecuadamente detectará quién tiene necesidad de sus conocimientos y habilidades. Leer la prensa diaria, o los periódicos de economía, o revistas especializadas de su sector le darán muchas pistas sobre donde dirigirse.

8.2.2. Selección empresas y recopilación de direcciones y contactos

Para conseguir las direcciones de las empresas que le interesen le resultarán de gran utilidad los directorios de empresas que se editan anualmente, los directorios de la Cámara de Comercio e Industria, además de otras fuentes señaladas anteriormente donde también aparecen los nombres de las personas responsables de selección de personal.

Cuando tenga la lista de empresas, seleccione aquellas que coincidan con sus intereses y rechace las que tengan incompatibilidades con su disponibilidad.

8.2.3. Elaboración de la carta

La carta de presentación debe acompañar al currículum vitae, éste refleja su historial formativo y laboral, y en la carta usted expresa porqué se pone en contacto con una

organización, qué desea de la misma, y qué les puede ofrecer.

Las cartas deben adaptarse a las empresas a las que se envían, y por lo tanto el contenido debe cambiar de unos casos a otros. Respecto a la estructura, se presenta un modelo que puede mantenerse de forma sistemática, siempre que la justificación que se hace del mismo le convenza suficientemente.

8.2.3.1. Estructura de la carta

Existen muchos modelos de carta de presentación, a continuación se presenta uno de ellos a modo de ejemplo.

En dicho modelo se pueden distinguir los siguientes apartados:

- **Cabecera.** En ella figurarán los datos de la empresa a la que va dirigida. Cuando se trata de una candidatura espontánea se dirigirá al Director de Personal o de Recursos Humanos. Al nombre del destinatario se deberán añadir el cargo, departamento y la dirección. Toda ésta información amplia las posibilidades de que la carta llegue a la persona adecuada.
- **Ciudad y fecha.** Ciudad y fecha del día en que el demandante escribe la carta.

Toda la parte superior de la carta, la que mejor se ve y la más importante en términos perceptivos, está dirigida a su interlocutor: su nombre, su magnífico puesto, su maravilloso departamento, y su estupenda empresa.

- **Fórmula de cortesía.** Para dar entrada al texto de la carta se introduce una pequeña fórmula de cortesía al receptor de la carta. Los tratamientos más habituales son Muy Sr/a mío/a o Estimado/a Sr/a

- Párrafos. Dónde se incluye el texto con el contenido que se quiere transmitir.
- Fórmula de despedida. Utilizar una fórmula habitual de despedida: atentamente, saludos, etc.
- Firma. Todas las cartas de presentación serán firmadas por el remitente.
- Datos del remitente. Nombre, dirección y teléfono de contacto.

A./A. Luís García García
Director Selección de Personal
Dpto. de Recursos Humanos
PEPE, S.A.
C/El Pez, s/n
28001 MADRID

Madrid, XX de febrero de 20XX

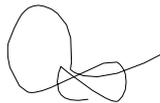
Estimado Sr. García:

PRIMER PÁRRAFO

SEGUNDO PÁRRAFO

TERCER PÁRRAFO

Atentamente:



Juan González López
c/ La Alegría, 13
28005 MADRID
Tel. 91444 55 44

8.2.3.2. El contenido de la carta

Primer párrafo. El objetivo de éste primer párrafo es captar la atención del destinatario. Para ello, la información que se incluya debe despertar su interés. Se pueden resaltar datos sobre su empresa, los productos que comercializa, las políticas de la organización, sobre actividades de la persona a la que se dirige. Debe ser información reciente y actualizada. Se pretende interesar al lector, llamar su atención, y provocar que siga leyendo. Si envía 200 o 300 cartas simultáneamente puede redactar tres o cuatro primeros párrafos distintos, en función de las características de las empresas a las que se dirige.

Segundo párrafo. El principio de éste párrafo debe conectar con el anterior, es decir, enlazar los aspectos más significativos de su currículum vitae con la información señalada anteriormente. Si la empresa está implantando una nueva política de recursos humanos, el candidato puede estar especializado en comunicación interna y formación de personal, por ejemplo. Tiene que expresar qué puede aportar a la empresa, recalcando los aspectos más significativos de su currículum vitae. Debe presentarse como una persona que sabe hacer, que conoce el producto o el servicio, y que puede ser útil dentro de esa organización. Al final de éste párrafo puede insinuar su disponibilidad para colaborar con esa empresa.

Tercer párrafo. En éste último párrafo tiene que sugerir como realizar una nueva toma de contacto, por ejemplo que usted llamará por teléfono, o que espera que le llamen para mantener una entrevista. Finalice éste apartado dando las gracias.

8.2.3.3. Consejos

El papel más usual es el DIN A-4 blanco, sin rayado ni cuadriculado, y por una sola cara. Se enviarán siempre originales, no fotocopias, entre otros motivos porque todas las cartas han de ir personalizadas.

Utilice un lenguaje claro y conciso, sea cordial y respetuoso, positivo, hable de sus habilidades, evite gerundios y participios, utilice verbos activos, y evite un tono demasiado efusivo y coloquial.

8.2.4. Envío de la carta

Una vez redactada la carta se elegirá el sobre en el que se enviará. El sobre americano le permite realizar sólo tres dobleces. Si elige éste tipo de sobre, procure que la carta quede por su parte visible.

Si va a enviar un mailing, el número de envíos suele ser elevado, por ello es aconsejable utilizar sobres y sellos autoadhesivos.

8.2.5. Seguimiento

La combinación de técnicas hace tiempo que los expertos en marketing las utilizan, combinan publicidad en prensa, televisión, vallas, etc., y con resultados óptimos. Usted puede hacer lo mismo, tras enviar la carta puede llamar por teléfono para intentar concertar un mayor número de entrevistas y recoger información adicional sobre las necesidades del sector.

La confección por primera vez de un mailing de unas 250 cartas, es decir la búsqueda de direcciones y personas de contacto, grabarlas en el ordenador, redacción de la carta, redacción del currículum vitae, impresión, ensobrar, pegar

sellos, y pegar etiquetas con destinatario y remite (o escribirlas a mano) lleva aproximadamente una semana de trabajo, y tiene un coste de unos 100 euros. La respuesta media que se obtiene, entendiendo como tal las entrevistas a las que le convoquen, está entre el 1% y el 3%, en función de las empresas que seleccione, las necesidades de personal que tengan, y lo atractivo que resulte su perfil profesional.

Tenga en cuenta que en torno al 15% de las cartas que envié le serán devueltas por error en la dirección. No será un problema suyo, simplemente no hay base de datos de direcciones que no tenga éste porcentaje de error. Si lo que desea es contactar con 250 empresas, por ejemplo, aumente el número de envíos postales.

Recuerde que la autocandidatura postal es una técnica a medio plazo, por ello alguna de las empresas a las que ha enviado su currículum pueden ponerse en contacto con usted pasado un año o más del envío, cuando surge la necesidad.

8.3. Miedos y dificultades y discusión

Los miedos y dificultades de las personas en relación a ésta técnica de búsqueda de empleo pueden etiquetarse de argumentos para no utilizar la autocandidatura postal y contra-argumentos para utilizarla.

Quizás los más habituales sean no saber a qué empresas enviar la carta, para ello primero hay que aclararse sobre lo que quiere. Una vez que tenga las ideas claras, consulte las fuentes y elija las adecuadas. Otro, consiste en pensar que si no necesitan a nadie apenas hay posibilidades. Recuerde que aunque en ese momento no necesiten a nadie, su currículum pasa a formar parte de su base de datos, de manera que podrán tenerle en cuenta cuando haya un puesto vacante. Cada vez que una empresa utiliza la prensa para buscar personal sus costes aumentan considerablemente. En la medida que dispongan de candidatos suficientes evitan utilizar otros medios. Para estar entre ellos tiene que enviar su currículum. De otro

modo, usted no se enterará de que desean cubrir un puesto.

La autocandidatura postal, como el resto de técnicas de búsqueda de empleo, no se deben usar en exclusiva, sino en combinación con otras. La eficacia no es alta, especialmente si se compara con otras técnicas de búsqueda activa, pero es un medio más a utilizar cuyo coste no es alto y en el que existen probabilidades de ser llamado a una entrevista, y por lo tanto de ser seleccionado.

9. CARTAS DE PRESENTACIÓN COMO RESPUESTA A UN ANUNCIO

1. Introducción

La carta de presentación debe acompañar y presentar el currículum vitae, según Sánchez (1996) *"será nuestra tarjeta de visita que cuente brevemente lo que deseamos de la empresa, ya sea una entrevista o participar en unas pruebas de selección, y que refleje nuestra imagen personal, nuestra formación y capacidades"*

A través de la carta se puede evaluar la capacidad de redacción del candidato, así como analizar los aspectos más relevantes de su currículum vitae en relación con el puesto vacante, por ello es necesario dedicarle el tiempo necesario para ofrecer una adecuada imagen.

9.2. Elaboración de la carta

9.2.1. Estructura de la carta

Existen distintos modelos de carta de presentación, a continuación se presenta uno y se justifica su utilidad. El modelo es similar al presentado en las cartas de autocandidatura, si bien varían algunos detalles.

Referencia: EPDMV 19

Director Selección de
Personal
Dpto. de Recursos
Humanos
PEPE, S.A.
C/El Pez, s/n
28001 MADRID

Madrid, X de febrero de
20XX

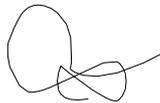
Estimados Sres.:

PRIMER PÁRRAFO

SEGUNDO PÁRRAFO

TERCER PÁRRAFO

Atentamente:



Juan González López
c/ La Alegría, 13
28005 MADRID
Tel. 91444 55 44

El modelo de carta presentado se caracteriza por destacar los datos de la persona a la que se dirige, así como la referencia del puesto ofertado, en el caso de viniera indicada en la oferta de empleo. La referencia, por sí misma, ofrece al seleccionador todos los datos necesarios sobre el motivo de la carta enviada.

9.2.2. El contenido de la carta

La separación en tres párrafos permite distribuir la información en función de los objetivos que se pretenden.

Primer párrafo. En este primer párrafo lo fundamental es exponer de forma muy concreta y clara el tema que se va a tratar. En definitiva, ir al grano. El lector debe captar desde el principio el motivo de la carta, hay que exponer el tema global, sin aportar detalles. Este párrafo debe ser breve y utilizar un tono cortés. Por ejemplo: *«Me complace dirigirme a ustedes para comunicarles mi interés en participar en el proceso de selección que están realizando para contratar un ingeniero de telecomunicaciones».*

Segundo párrafo. En éste párrafo se ofrece la información complementaria. Ya que la carta se envía como respuesta a un anuncio publicado en prensa, ofertando un puesto de trabajo, se puede hacer referencia al día de publicación, diario o revista, puesto que se oferta y mencionar la empresa si ésta aparece en el anuncio. Hay que resaltar las cualidades que se poseen en relación al puesto de trabajo, se trata de hacer un pequeño resumen de su curriculum vitae, destacando aquellos aspectos que más encajan con el puesto ofertado. Al final de éste párrafo puede señalar el interés por trabajar en la organización que ofrece el citado puesto de trabajo.

Tercer párrafo. Es el momento de finalizar la carta, indique que espera del lector. Muestre un aire optimista respecto a la contestación que desea, es

importante que sea breve y conciso. Por ejemplo: *«Agradeceré que se pongan en contacto conmigo en los próximos días para concertar una entrevista. En espera de sus noticias, les envió un cordial saludo».*

9.2.3. Consejos

La presentación debe caracterizarse por ser atractiva y por cumplir con las siguientes condiciones:

- Todas las cartas deben ir personalizadas, y por lo tanto nunca se envían fotocopias.
- Se debe cuidar la limpieza.
- Emplear hojas de papel que tengan una calidad adecuada.
- La tinta ha de ser uniforme y que contraste suficientemente con el papel, se conseguirá que el texto sea más legible.
- La página debe presentar un equilibrio global: texto centrado, márgenes....

