

CONSEJOS PARA EJECUTIVOS QUE BUSCAN UN NUEVO DESAFÍO

Según la Association of Executive Search Consultants (AESC), en EE.UU. el 75% de los ejecutivos que buscan cambiar de trabajo lo consiguen a través de sus contactos personales o los de sus familiares y amigos; un 17% respondiendo avisos de prensa; y el 8% restante a través de otros medios, incluyendo head hunters.

Por ello, el ejecutivo que busca un nuevo trabajo debe preparar su campaña focalizándose en sus contactos personales, que es donde encuentran la solución 75% de los ejecutivos que tienen su mismo objetivo; y mirando los avisos en los diarios y revistas, que es como lo encuentran un 17% adicional.

Cada persona que desee encontrar un nuevo trabajo deberá diseñar su propia estrategia. Lo que sigue son algunos consejos que pueden ser útiles. La búsqueda de trabajo no es sencilla y puede resultar muy diferente de unos casos a otros.

Distribuir CV's puede no ser buena idea

Los ejecutivos que desean cambiar de trabajo tienden a preparar un buen CV y circularlo. Esa puede no ser una buena idea. Contratar ejecutivos no está "de moda". Las empresas buscan disminuir su "head count" y mejorar sus resultados. Los empresarios reciben muchos CVs. El solo hecho de que su carta de presentación incluya un CV ya devalúa su candidatura. Los empresarios buscan soluciones a sus problemas. Sólo contratan para conseguir esas soluciones.

Los mailings se usan para vender productos fáciles de entender y de bajo costo (libros, revistas, cursos, etc.). Los ejecutivos no cumplen esos requisitos. Por un lado todo sueldo es un costo significativo para la empresa. Por otro la experiencia de cada ejecutivo es única y difícil de transmitir en un CV. Presentarse a uno mismo con una estrategia de mailings tiene que ser equivocado. No es una venta de volumen. Ningún ejecutivo es un commodity. Cada ejecutivo es único y sirve para solucionar unos problemas determinados. Quienes pueden beneficiarse de esas habilidades son también pocos.

Para encontrar un Comprador, primero entienda bien su "Producto".

Usted es un ejecutivo valioso. En su vida profesional ha conseguido logros. Otros han apreciado su labor. Lo primero que tiene que tener claro es qué habilidades son las que le permitieron prosperar. Con qué cosas que usted hace bien puede beneficiarse un eventual futuro empleador. Sin tener esto claro le será difícil interesar a un empleador.

Repase su trayectoria y resuma los logros que consiguió. Sea específico: "Siendo gerente de ventas conseguí un incremento en ventas de 40% y de participación de mercado de 15%"; "Siendo Gerente de planta reestructuré la producción de forma que disminuimos el personal en un 12% y los costos en un 18%, manteniendo el volumen de producción y mejorando la calidad en un 4%". Todos tenemos logros cuantificables. Analice sus características personales y atributos diferenciadores. Su futuro empleador quiere saber cómo es usted y que es lo que logró; no tanto que posiciones ocupó.

Ningún ejecutivo sirve para todo. Cada uno tenemos unas habilidades y conocimientos que nos hacen buenos para solucionar un tipo de problemas o enfrentar determinadas situaciones; pero que nos hacen menos indicados para encarar otras cosas. El ejecutivo que busca un nuevo desafío debe ser capaz de transmitir que problemas son los que él es bueno solucionando. Ofrézcase para posiciones en las que vaya a tener éxito. No se busque un fracaso.

Muchos asumen el Rol de Consultor

Una vez que haya definido su "producto" investigue qué empresas pueden beneficiarse de utilizarlo. Quien asume el rol de consultor puede acercarse a esas y decirles: "Usted tiene un problema que yo sé resolver. Déjeme ayudarlo." Es muy diferente presentarse con este enfoque que pidiendo un trabajo y adjuntando un CV.

Cada año miles de personas abren empresas. El ritmo se incrementa en épocas de crisis. Las estadísticas dicen que 9 de cada 10 caen antes de los 5 años de vida. Esto descorazona a muchos, que deciden no intentarlo. Sin embargo, es importante entender esta cifra. Muchas de estas "empresas" son consultores que inician esa actividad por haber perdido su empleo. La mayoría acaban encontrando un empleo estable por lo que su empresa desaparece antes de los 5 años. En estas estadísticas también están incluidas las muchas empresas formadas por personas sin la preparación adecuada para ese desafío. Según John Newman, de Babson College, la proporción de éxitos es bastante mayor que la de fracasos en los emprendimientos iniciados por ejecutivos bien preparados y con experiencia. Pero es importante esta aclaración: Para tener éxito es importante asumir ese desafío con ilusión y energía. Pretendiendo la seguridad laboral, los ejecutivos se resisten a convertirse en consultores, pero muchas veces es una buena vía para emplearse nuevamente. Ser consultor

es más inestable que tener un empleo, pero es mucho mejor que no tener ninguno. Pero vale la aclaración: Lo que sugiero es ser realmente consultor y no sólo decir que uno lo es. Un consultor sin actividad no tiene prestigio.

Presentarse ante un posible empleador como una solución a su problema es mucho más atractivo que hacerlo como buscador de empleo. El mismo empresario conocido que no le ofrecería empleo, podría estar dispuesto a contratarle como asesor o recomendarle a un tercero en ese rol. Le resultará más sencillo. Las asesorías generan ingresos y legitiman a la persona por tener iniciativa y actividad profesional. Estar activo mejora las posibilidades de convertirse en deseable para un empleo. Cuando un ejecutivo está desocupado, el posible empleador se siente presionado de saber que tras la entrevista el candidato volverá a su casa a esperar su llamado. Prefiere cortar la relación a sentirse presionado por esa realidad. Es mucho mejor que el potencial empleador piense o sepa que el candidato está profesionalmente ocupado con asesoramientos que le hacen no estar urgido por una solución inmediata. Eso le da la necesaria tranquilidad para sopesar su interés en contratar sus servicios.

Su red de contactos es lo más valioso que tiene. No la mal utilice.

Si 75% de sus oportunidades de conseguir empleo están en sus contactos o los de los suyos, la tentación es grande de contactarles inmediatamente. Pero, precisamente porque su red de contactos es fundamental, no puede mal utilizarla. Cada persona de esa red puede ser útil de una manera diferente. Algunos pueden darle consejos, otros información, otros introducciones, unos pocos tal vez empleo. No se precipite en llamar a quienes pueden darle empleo sin estar muy bien preparado para ello. Use primero a quienes pueden darle información o consejo para perfilar mejor su estrategia. Pídales asesoramiento sobre cómo perfilar mejor su "producto", y sobre como identificar empresas "target" y a los ejecutivos de esas que podrían estar más interesados en su "inventario de habilidades". Definido esto, repase su "directorío de contactos" e identifique que personas pueden facilitarle introducciones a esas personas.

Es mejor no pedir a sus contactos que le hagan una introducción. Si lo hace corre el riesgo de que le introduzcan como alguien que busca trabajo. Es mejor decirles que usted piensa contactar a tal persona y preguntarle si tiene inconveniente en que utilice su nombre para facilitar el contacto inicial. Con esto impresionará bien a su contacto (evitándole tener que pedir un favor) y se asegura presentarse ante su target como usted desea hacerlo: Ofreciéndole una solución a su problema. "Usted se beneficiaría de unos logros que yo sé cómo alcanzar...".

Conseguir un nuevo desafío profesional depende de usted

Conseguir un nuevo trabajo lleva mucho trabajo. Los ejecutivos que después de mucho tiempo en una empresa se encuentran desocupados, generalmente no saben encarar el proceso. Estos eran problemas que solucionaba el departamento de Recursos Humanos...

Por eso, muchas veces caen en la tentación de pretender que otros le encuentren trabajo, ya sea su anterior empleador, agencias de empleo, head hunters o amigos empresarios. Pretender transferir esa responsabilidad a terceros no es realista. El ejecutivo que desea encontrar un nuevo empleo debe encararlo personalmente como una actividad de tiempo completo. Trabaje en la presentación de su "producto" y desarrolle una campaña adecuada para identificar a los compradores potenciales del mismo. Como lo haría para vender los productos de las empresas para las que trabajó. De manera sistemática, con ilusión y con calidad.

Jose Macaya

MACAYA SENIOR EXECUTIVES

Fue fundada en Enero de 2011. José Macaya fue Socio Fundador en 2002 de Macaya & Suarez Battán Asesores, una de las principales firmas de búsqueda y evaluación de ejecutivos senior en Argentina y Chile, que se escindió a fines de 2010. Anteriormente fue Country Manager de la oficina de Russell Reynolds Associates para estos dos países. Tras estudiar un MBA en Harvard Business School trabajó en Citibank en New York, Banco Urquijo en Madrid y Santiago de Chile, Banco Quilmes en Buenos Aires y Lazard Brothers en Londres, hasta que fundó su consultora en estrategia de empresas, que lideró durante 13 años. Es Licenciado en Administración de Empresas de ICADE, Madrid, y autor del libro “Provocaciones sobre Estrategia Empresarial”, publicado por Editorial Temas en Buenos Aires en 2003.

Para conocer más puede ingresar en www.macaya.com.