

Americaeconomia.com, 7 de Enero de 2011

Errores y aciertos del video-CV

No es masivo, pero se utiliza con mayor fuerza en Estados Unidos y Europa, y en América Latina intenta repuntar con una tibia recepción. A continuación expertos en el tema explican en qué está hoy.

Daniela Arce

Todo comienza con dos pasos básicos: tomar la cámara y apretar Rec. Así de fácil es darse a conocer en el mercado laboral. Una especie de adaptación a los nuevos tiempos y que incluye una evolución del clásico currículum, pero ahora mediante un vídeo. El interesado se graba, expone su formación, experiencia y aspiraciones. Todo, para lograr posicionarse en el cargo de sus sueños.

Algunos consideran que la historia se remonta a fines de 2006 cuando un estudiante de la Universidad de Yale, ilusionado con ingresar a una empresa, se grabó y subió su vídeo a Youtube. Si bien, no fue bien recibido por el resto de los internautas, que se burlaron de él, la iniciativa se expandió por Estados Unidos y Europa.

Otros, en cambio, le asignan la procedencia a los actores, quienes cambiaron el tradicional book de fotos y currículum en papel por un vídeo-book con fragmentos de las obras en las que han participado.

Practicar el desplante

Pararse frente a una cámara para algunos puede ser una actividad más de su vida, pero para otros simplemente es una prueba de fuego de sus capacidades para hablar en público. Es también una de las habilidades más trabajosas para la mayoría de los profesionales y, por ende, de un eficaz líder.

Justamente el video ayuda a practicar el desplante que no solo debe poseer un profesional de la actuación o a las comunicaciones. En Trabajando.com Chile mencionan que del total de inscritos en esta plataforma y que suben videos, 51,8% corresponde a comunicadores audiovisuales, 16,7% a diseñadores gráficos, 12,3% a periodistas, 10,5% a arquitectos y 8,8% a arquitectos.

Según un reciente estudio elaborado por IBM, denominado "Working Beyond Borders", una de las características que debían poseer los empleados para adecuarse a las tendencias de mercado a largo plazo es tener buenas relaciones comunicacionales. Y las empresas lo agradecen: junto con el dominio de los conocimientos técnicos se precisa que los profesionales sepan expresarse.

En Vitaevisión Network, empresa madrileña de networking profesional, los postulantes pueden crear un portafolio para buscar trabajo, ampliar los contactos y promocionar su talento mediante un vídeo.

Marcos Queijeiro, director de contenidos de Vitaevisión.com, explica que mediante este sistema se puede destacar el talento del postulante. Al ser un medio poco masivo se genera una ventaja frente a todos los CV que, generalmente, quedan apilados en una mesa o en una bandeja de email.

“Unas pocas preguntas ayudan a afinar más a quién llamar para una entrevista o no. Sirve para ver si el candidato se pone nervioso, si mira a la cámara, si desarrolla bien la respuesta, etc”, dice David Monreal bloguero y responsable de innovación de [InfoJobs España](#).

“Creo que será cada vez mas usado, por un tema de evolución en tecnologías y como complemento al CV escrito. Nos permite ver variables presenciales básicas como dicción, formalidad/informalidad, o capacidad de síntesis para destacar lo que al candidato le parece relevante por ejemplo”, dice Paulina del Río, directora Onboarding y cuentas clave de [SommerGroup](#)[®], empresa de búsqueda de ejecutivos.

Para los solicitantes de empleo que se sientan cómodos frente a una cámara, un video de formato corto, de entre uno y tres minutos, puede ser un gran punto de diferenciación en el mercado de trabajo”, aporta Sherrie A. Madia, directora de comunicaciones de [The Wharton School](#).

Algunas empresas y consultoras, incluyendo algunas de reclutamiento, intentan contagiar con esta tendencia a los ejecutivos senior. Como tienen poco tiempo, un formato de pregunta y respuesta le viene bien.

Pero no es un asunto sencillo. “Los altos ejecutivos no son especialmente reticentes, pero hay que tener en cuenta que es algo aún novedoso. El problema con los seniors es que están menos acostumbrados a las nuevas tecnologías y les parece algo complicado. Es entonces cuando nosotros les decimos que lo pueden hacer en su casa u oficina con la webcam del ordenador”, afirma Queijeiro.

El bajo “rating”

A pesar de que en otras latitudes este sistema ha estado al límite de ser calificado como el reemplazante del currículum, en Latinoamérica la respuesta ha sido bastante fría. Al menos así lo confirman en [Trabajando.con Chile](#), [Bumeran](#) y la productora argentina [VideoMaking](#).

En esta última cuentan que hace tres años implementaron un sistema de grabación. Consistía en colocar en ferias de reclutamiento una cabina donde se internaba el postulante y respondía frente a una cámara, manipulada por el mismo, algunas preguntas, lo que demoraba unos cinco minutos.

La demanda fue excelente en un principio, pero luego decayó. Desde hace siete meses que no tienen nuevos pedidos, argumentando que se crean muy pocas presentaciones en comparación con los CV por papel.

“Nuestra postura era que eso se soluciona poniendo otra cabina, puesto que así se hace el doble y con otra el triple. No entiendo por qué no funciona. Es un método muy certero que hace la diferencia con el leer un currículum, así se puede saber más del profesional”, explican en [VideoMaking](#).

Una tendencia que Bumeran experimentó de cerca, puesto que a contar de 2007 incorporó a la plataforma un servicio para que los usuarios subieran su CV por medio de un vídeo. La idea no prosperó.

“A través del tiempo vimos que no era una opción que agregara valor, por la cultura latina. En todos los países donde actúa Bumeran al principio era novedad, pero luego no. Ya no esta vigente. Estuvimos más de un año con

este sistema habilitado para que las empresas y los candidatos pudieran utilizarlo, pero el nivel de uso fue bajísimo”, dice Inés Rodríguez, country manager de Bumeran Argentina, y quien antes lideró las operaciones en Brasil y en Chile.

“Por el momento no hemos detectado en las necesidades planteadas por las compañías que atendemos, dentro de las que están las Top 500 y organizaciones medianas y pequeñas. Los requerimientos pasan por la velocidad, mayor dosificación e interacción con los postulantes, que se logre agilizar proceso. Eso gana”, concluye Rodríguez.

En Trabajando.com Chile, en tanto, la incorporación del vídeo ha sido lenta. Alrededor de cinco mil usuarios lo han subido a su perfil y siempre como complemento al papel. Lo paulatino lo explican en la bolsa de empleos porque las empresas no se lo exigen a los postulantes.

¿Cómo sobrevive?

Pese a la tibia acogida que ha tenido, tanto reclutadores como profesionales no se dan por vencidos y muchos se plantean cómo integrar el video-CV de forma más amable.

“Puede ser una buena herramienta para la selección de cargos masivos o posiciones no estratégicas de una compañía, ya que en los otros puestos la entrevista por competencias es la que nos permite identificar a los mejores, a los que podrán agregar valor a la organización, y eso no se identifica por el video”, dice Ximena Rodríguez, socia y gerente de clientes SommerGroup®.

“Es muy útil cuando tienes que mostrar habilidades comunicativas, buena presencia, etc. Pero sólo cuando ya has pasado una primera fase de selección curricular y el reclutador necesita conocer este tipo de detalles de los candidatos”, dice Monreal. de InfoJobs España.

Para Quijeiro, de Vitaevisión, es la forma que se va a imponer en el futuro. “Facilita mucho el proceso de selección y sólo se llama a una entrevista laboral a aquellos que ya han demostrado cierta desenvoltura en el vídeo-CV, y que es de gran importancia en puestos de cara al público, por ejemplo”, dice.

Reclutamiento 2.0

Y si bien la mayoría lo coloca como el complemento del actual CV, el video-CV es una más de las tantas que se han sumado a los clásicos procesos de búsqueda de personal.

La competencia por los mejores talentos es muy dura, por lo que los reclutadores deben utilizar todas las herramientas a su disposición. Hoy en día la página web de una organización debe tener vínculos directos o "puntos de contacto" para permitir a los solicitantes participar con ellos aún más”, dice Madia, de Wharton.

Por lo mismo, Bumeran decidió implementar una plataforma web llama Empllogger para que los postulantes se inscribieran y pudieran interactuar con pares y empleadores.

“En la economía actual, los reclutadores deben ser más inteligentes que nunca con sus contrataciones y el espacio en línea ofrece una visión mucho mejor. De hecho, en empresas de EE.UU el 75% de los reclutadores tienen la

obligación de trabajar en la investigación de los demandantes en línea” agrega Madia.

Cómo hacer uno:

No ser auténtico o demasiado confiado, aparentando arrogancia, pueden ser algunos de los errores que cometen los postulantes. A estos se suma la falta de soltura y el miedo a hablar en público, o el olvidar aspectos claves como la trayectoria profesional.

Por lo mismo, a continuación los expertos nos entregan algunos consejos para quien esté interesado en realizar uno.

Imagen y síntesis: seriedad y vestir de forma profesional causará una buena impresión. Junto con esto hay que saber presentarse y no olvidar las preguntas básicas que cualquier empleador haría. “Decir nombre y apellidos, estudios, breve repaso de la trayectoria profesional, enseñar muestras del trabajo realizado, despedida y, muy importante, poner en la pantalla el nombre y una forma de contacto- teléfono y correo electrónico”, dice Queijeiro.

Duración: optar por un tiempo de máximo cinco minutos, de forma que los reclutadores puedan ver el video completo. Más tiempo puede provocar que la persona repita información.

Ser claro y auténtico: hacer contacto visual con la cámara, ser genuino y agradable. Se debe manejar la expresión y los movimientos que espontáneamente se realizan mientras se habla.