



# CÓMO BRILLAR EN UNA ENTREVISTA LABORAL

## **PARTE II: APRENDERSE LA PARTE A AUDICIONAR**

Eddy Arguedas



# BRILLAR EN LA ENTREVISTA

En nuestra experiencia como Talent Hunters, es común escuchar a las personas que toman las decisiones de contratación hablando de quién hace "match" "clic" "fit" con la organización, con un equipo o puesto en particular.

Incluso candidatos son elegidos sobre otros con más años de experiencia o formación, y eso nos deja claro que no son sólo estos factores los que se toman en cuenta en general para hacer la elección de quién obtiene el empleo.

Hace unos veinte años, estaba avanzado en mi formación como cantante de ópera, empecé a asistir a muchas audiciones para buscar ser seleccionado para algún papel, especialmente al principio no lograba ganar los papeles que quería y el feedback que me daban era bien directo sobre todo señalando lo que debía mejorar o no había estado bien.

Lejos de desmotivarme, me proponía aprender para ganar la siguiente audición, y sino la siguiente o la siguiente. Estaba abierto a escuchar lo que me decían, mis puntos de mejora, qué podría ayudarme cuando tuviera la siguiente oportunidad.

Del feedback comprendí que, para ganar una audición, tenía que poner atención a cuatro aspectos:

1. Elegir bien el papel a audicionar, que a uno le quede bien.
2. Aprenderse bien la parte a audicionar.
3. ENSAYAR mil veces la parte a audicionar.
4. Nuestras emociones previo y en la audición.



Cada vez que fallé en una audición, algo de los cuatro puntos me había hecho falta. Cada vez que me fue bien, trabajé en los cuatro puntos.

Ahora bien, si yo les digo que he ganado muchas audiciones, y vengo a decirles cómo ganar audiciones, podría ser interesante para ustedes y generar confianza en caso de que quisieran ser cantantes de ópera.

Pero posiblemente no estas leyendo este documento para saber cómo ganar audiciones, sino cómo brillar en las entrevistas. ¿Por qué le vamos a creer a un cantante cómo ganar entrevistas?

Mi respuesta más sencilla sería que este cantante ha ganado entrevistas para trabajar como Gerente de Recursos Humanos, Administración, Operaciones... y en ninguna de ellas canté, pero apliqué lo que aprendí cantando y hoy lo quiero compartir.

He dividido en **cuatro documentos** los cuatro temas que mencioné, para que podás ir siguiendo cada uno con tranquilidad.

Esta **segunda** entrega es una guía para que revisés lo que la posición pide y tu historia laboral, contar la historia de cara a los nuevos retos es hacer evidenciar nuestra capacidad de sacarlo adelante.

## 2. APRENDER BIEN LA PARTE A AUDICIONAR.

Para el cantante, la partitura es lo que más debe estudiar, aunque también hay grabaciones. Al final debe comprender el ritmo, las notas, aprender en el idioma que corresponda su pronunciación, el estilo musical, el sentimiento, la actuación... ¡Son muchas cosas! Por eso es por lo que se estudia mucho.

¿Qué debemos estudiar para hacer una buena entrevista? Muy pocas personas preparan la entrevista, independientemente de su nivel profesional, de pronto por un exceso de confianza en sus capacidades, o simplemente por desconocimiento.

De alguna manera, las entrevistas son al mismo tiempo un espacio para intercambio de información y un juego de atracción: el entrevistador quiere atraer a la persona correcta, con todo lo que la empresa o la posición tienen por ofrecer, y el candidato quiere ser elegido, porque tiene **ESO**, que puede resolver una necesidad actual de la posición.

Lo que quiero decir es que por lo general las organizaciones no contratan a alguien porque quedó un espacio libre y ya, lo contratan para que dé valor, para que aporte algo, para que resuelva un "dolor".

Y si logramos exponer cómo nosotros podemos resolver el "dolor habitual" que tiene esa posición, damos en el blanco.

Por ejemplo, el propósito de una posición de vendedor es vender, y los "dolores" habituales suelen ser la habilidad para prospectar, para comprender la necesidad de los clientes, la falta de seguimiento en CRM, el incumplimiento de políticas internas y principalmente el incumplimiento de metas.

Si logramos presentarnos, con evidencia (ojo, no hay que mentir) como solución a estos "dolores" habituales, logramos más brío tanto en nuestra hoja de vida como en la entrevista.

### **El puesto y nuestra historia**

Muchas veces el perfil de puesto está dibujado en los anuncios de empleo, a nivel de requisitos y de responsabilidades.

Lo primero sería revisar cómo esa posición hace sentido con su propósito y sus fortalezas. ¿Le parece atractiva? ¿Por qué? ¿Me acerca o me aleja de mi propósito? ¿Me puede ayudar a hacer brillar mis fortalezas?

En este punto suelo escuchar muchas suposiciones, asumimos o fantaseamos con cómo puede ser, y fantasear es bueno porque nos permite visualizar las cosas que nos gustan (y las que no).

Pero luego tenemos que ir a buscar alguna evidencia en la realidad de si lo que suponemos existe o podría existir, o del todo no. Acá podemos obtener algunas de nuestras preguntas para la entrevista, tipo: ¿en esta posición se participa de proyectos estratégicos? ¿Se atienden clientes finales o es una posición interna? ¿Qué impacto esperan de la posición a nivel interno/externo? ¿Cuáles son los objetivos más retadores de la posición?

Partamos de que esto es por lo general lo que tenemos. Mi recomendación es que para cada uno de los requisitos revise si cumple, sea la formación, la experiencia específica que solicitan o las habilidades.

A partir de ahí, una metodología bastante difundida, es la entrevista STAR. No es que en todas partes vayan a pedir presentar su información siguiendo este modelo, pero incluso en los lugares donde no, va a causar una buena impresión si lo sigue.

STAR es un acrónimo, acá lo que significa:



Entonces preparar una entrevista siguiendo este método consiste en buscar en nuestro pasado, evidencia de cómo cumple cada uno de los requisitos de experiencia que le solicitan.

Por ejemplo, si solicitan experiencia en prospección de clientes, siguiendo con el ejemplo de ventas, tengo que pensar en cuando he prospectado en trabajos anteriores. Y luego armar mi ejemplo:

Situación: trabajo en Los Patitos S.A. y las ventas habían bajado **un 40%**, nuestros clientes habituales estaban comprando menos de los productos y la gerencia hace ocho meses puso metas de prospección de clientes nuevos y por ende en ingresos provenientes de éstos.

Tarea: identificar nuevos clientes para aumentar las ventas a clientes nuevos. Habitualmente teníamos en promedio, 4 clientes nuevos cada mes por cada agente, la meta fue tener al menos 10 clientes nuevos.

Resultado: para el primer mes logré subir un 50% de nuevos clientes (6) pero ya para el segundo y en adelante mi promedio fue un 300% de aumento mensual (12 clientes). Este incremento en clientes se tradujo en un aumento de ventas de **18% en los primeros seis meses**. Esperamos seguir viendo resultados para recuperar los números.

Acciones: hice un plan, a sabiendas que para lograr un cliente nuevo tenía que tener al menos 10 prospectos, aumenté mi base de prospectos con referidos de mis clientes actuales a quienes además ofrecí descuentos en sus compras por referencias. Calendaricé espacios de llamadas y visitas y modifiqué la forma de presentar nuestros productos organizando eventos para poder atender prospectos de forma más masiva.

Como se puede desprender en este ejemplo, traté de usar cifras, y ser puntual, ir a los datos y acciones. Hay que entender que, en las entrevistas, si hay muchos puntos por cubrir no podemos ampliar al nivel de mucho detalle en una respuesta, salvo que el entrevistador nos lo pida.

El método STAR se utiliza no sólo para comprobar experiencia puntual, sino también competencias, por ejemplo: análisis crítico, comunicación asertiva, liderazgo transformacional, aprendizaje auto-dirigido... y muchísimas más, les recomiendo googlear el diccionario de competencias de Spencer y Spencer.

Hagamos unos ejercicios para practicar:

1. *En la posición que estamos buscando es muy importante que la persona tenga la capacidad de aprender de forma autónoma, investigando y generando conocimiento útil para la organización. ¿Puede darnos un ejemplo de esto en sus trabajos anteriores?*

**S**ituación: \_\_\_\_\_

---

---

---

**T**area: \_\_\_\_\_

---

---

---

**R**esultado: \_\_\_\_\_

---

---

---

**A**cciones: \_\_\_\_\_

---

---

---



2. Muchas veces el trabajo en este giro de negocio se enfrenta a presiones por parte de los clientes y la respuesta que dan nuestros proveedores, ¿puede darnos un ejemplo de trabajo bajo presión de sus trabajos anteriores?

**S**ituación: \_\_\_\_\_

---

---

---

**T**area: \_\_\_\_\_

---

---

---

**R**esultado: \_\_\_\_\_

---

---

---

**A**cciones: \_\_\_\_\_

---

---

---

Y este ejercicio tenemos que realizarlo para todas las características que nos pide el perfil de puesto y para aquellas características o logros de nuestra historia que nos interesa exponer con claridad.



## Información de la organización y la industria.

No está demás investigar todo lo que podamos sobre la organización en la que estamos aplicando. De hecho, nos ayuda bastante a poder hacer el enlace de cómo nuestra experiencia y conocimiento pueden colaborar a una organización en particular.

Como cantante uno averigua lo que pueda del estilo de trabajo del director, cómo es la orquesta, y eso ayuda a preparar la audición mejor. Hay preguntas que a veces uno no se hace pensando sólo en el arte, como si cierta productora es buena paga, y a la larga es algo que uno tiene que saber también, ino todo es acerca de cantar y ya!

En el contexto laboral en general, qué preguntas que podríamos hacer o buscar responder (buscando en internet, por ejemplo):

- **¿A qué se dedica la organización? ¿Cómo es que genera valor?**

Esta pregunta es fundamental, no es lo mismo una ONG que una transnacional de consumo masivo. A qué se dedica la organización y cómo genera valor, sea social o financiero (o ambos) nos ayuda a tener una mejor idea de si coincide con nuestra visión de mundo, lo que queremos para nosotros mismos. Nos permite también ser más congruentes con nuestras respuestas adecuándolas al objetivo de la organización.

- **¿Cuál es la misión, visión de a organización? ¿Cuáles son sus valores? ¿Cuál es su imagen en el medio?**

Eventualmente no queremos estar trabajando en un lugar del que desconocíamos aspectos que podrían afectar incluso nuestra propia imagen profesional.

Por eso además de ver la página web de la empresa, sus redes sociales, podemos explorar foros como indeed.com o similares, y más fácil todavía googlear "cómo es trabajar en \_\_\_\_\_" o incluso sólo poner el nombre de la empresa y ver qué noticias hay asociadas al lugar.

- **¿Cuánto tiempo lleva la empresa operando en el lugar? ¿Es una empresa local con diferentes oficinas?**

Nos ayuda a dimensionar la organización, y nos permite preguntar en la entrevista dejando ver que hemos hecho "nuestra tarea".

- **¿Cómo están las finanzas de la organización?**

En organizaciones del sector financiero suele ser información pública al punto que podemos ver sus estados financieros,

como le ha ido en los últimos años a nivel de balance de resultados, esto claro si estamos en la capacidad de entender estos números o asesorarnos al respecto. Para ciertas posiciones como las estrictamente financieras o contables e incluso de administración general, no debe ser una dificultad comprender esta información.

Adicionalmente muchas empresas cotizan en alguna bolsa de valores, especialmente las transnacionales, estas también tienen información pública pero además ya posiblemente alguien ha hecho la tarea por nosotros y podemos buscar análisis en internet.

Para posiciones comerciales, de mercadeo o gerenciales en general, entender no sólo cómo está la empresa sino también la industria, da una mejor idea de cuáles pueden ser las dificultades o las oportunidades que están enfrentando, y nos permite incluso llegar a entrevistas con ideas al respecto, lo cual nos va a hacer ganar un montón de puntos por proactividad, por nuestro análisis crítico pero principalmente porque permite visualizar que entendemos el quehacer en un universo organizacional donde la empresa no está sola, y debe atender los temas de competencia.

- **¿Cómo es la estructura organizacional? ¿A quién le reporta la posición? ¿Es una posición nueva? Si no, ¿Qué pasó con la persona que estaba anteriormente en la posición?**

Algunas de estas preguntas se podrían preguntar en los contactos iniciales, por lo general telefónicos, si no obtenemos esta información de previo no hay que preocuparse, se puede preguntar en el momento oportuno de la entrevista así como las siguientes:

- **¿Cuáles son los principales retos que considera usted tiene la posición en este momento? ¿Cómo son los procesos de evaluación de desempeño o rendición de cuentas? ¿Cómo manejan la formación y desarrollo para una posición como esta?**

## Contando nuestra historia.

El currículum suele dar cuenta de la experiencia que hemos tenido y los logros. Los reclutadores van a buscar comprender esos logros (use el modelo STAR) pero también factores que han generado cambios de posición o de organización.

A veces hemos cambiado de empleo porque hay otro con un reto más interesante, por mejores condiciones, para seguir aprendiendo... y todas esas son razones bonitas de compartir en una entrevista.

Cuesta un poco más contar las historias que tienen algún tipo de dolor: no nos sentíamos satisfechos, nos sentíamos frustrados, no nos llevábamos bien con el jefe/compañeros/clientes, un proyecto no salió bien, no llegábamos a la meta de venta o a cumplir los objetivos, tantas razones verídicamente injustas que puedan ocurrir. ¿Cómo hablamos de estas cosas sin quedar como empleados malagradecidos, conflictivos, con problemas con la autoridad, no competentes...?

Al contar nuestra historia es fundamental no mentir. Hay personas que mantienen algún dolor o resentimiento hacia algún hecho de la historia, mi recomendación es que manejen ese dolor sin culpar a la organización, a su antiguo jefe, a sus compañeros.

Esto no significa que no puedo hacer referencia honesta a situaciones, pero hay que preparar cómo lo vamos a decir.

En general se comprende con facilidad cuando los movimientos han sido estructurales, es decir, cierre de una empresa, despidos masivos... aún así el entrevistador podría tener la pregunta de por qué no te retuvieron si no toda la gente se fue. Hay que estar preparado para esa pregunta.

También se entiende cuando la nueva posición es un reto mayor que la anterior, o la organización tiene fama de ser mejor que la anterior como lugar para trabajar y crecer.

Crecimiento, es la razón favorita que los entrevistadores quieren escuchar, y hay que decirlo cuando es así.

Por crecimiento quiero decir profesional. A veces está implícito el tema del dinero, es decir, ganar más. Cuando ganar más dinero se da como la principal razón, es claro que el candidato no se mueve por un propósito más trascendente, y coincidiremos en que no queremos que nos quieran por nuestro dinero, sino por la maravilla de una vida juntos, y en el trabajo lo propio.

Los temas de conflicto, claro que podemos exponerlos, los entrevistadores suelen comprender que no siempre las cosas funcionan con armonía, está bien comentar elementos objetivos que no estaban funcionando, con asertividad, pero no parece necesario mucho detalle. Este es uno de los puntos que hay que practicar, como veremos en el apartado siguiente.

Cuando preguntamos en la entrevista sobre los motivos de salida, estamos buscando comprender qué es lo que ha hecho que la persona se sienta atraída a cambiar de posición, o qué hace que una persona deje de estar enganchada en su trabajo.

De fondo queremos saber si podemos ofrecerle algo que calza con sus expectativas o no, así que ayuda exponer las razones, y en caso de que no parezcan positivas, por ejemplo, una salida por que no se llegó a las metas, exponer todos los esfuerzos que se hicieron para poder llegar, la coyuntura empresarial o de sector que lo pueda explicar y el aprendizaje que se obtuvo de la experiencia.

A la hora de contar la historia, si hacemos del propósito personal un gran hilo conductor, nos ayuda a exponer lo que hemos hecho con más sentido, más congruentemente. Incluso, cuando hemos dado un "desvío", por ejemplo, un trabajo que no hacía tanto sentido para nuestro propósito, poder explicar que nos ayudó a pensar en los siguientes pasos hace sentido.

# Contactanos



@funtivityWL



@funtivity



<https://funtivity.biz>

Natalia Rodríguez  
+506 8375-9458  
[nrodriguez@funtivity.biz](mailto:nrodriguez@funtivity.biz)

Eddy Arguedas  
+506 8701-4717  
[earguedas@funtivity.biz](mailto:earguedas@funtivity.biz)

Enmanuel León  
+506 7147-2262  
[eleon@funtivity.biz](mailto:eleon@funtivity.biz)

