

Horizonte Laboral

letter

Primera Publicación Especializada de Recursos Humanos

Nro. 32 Octubre/Noviembre 2009

laboral@afphorizonte.com.pe

EL PODER DE LA RED DE CONTACTOS

La red es particularmente valiosa para el desarrollo profesional y la administración de la carrera

Cuando hacemos presentaciones de administración y desarrollo de carrera ante diferentes públicos, toda vez que preguntamos "¿Quién de ustedes consiguió su último empleo gracias a que alguien le pasó la voz o lo recomendó?", la enorme mayoría levanta la mano. Año tras año, las estadísticas de DBM en el Perú y a nivel mundial, revelan que la red de contactos es el método más efectivo para conseguir empleo. En el Perú, 90% o más de nuestros candidatos ejecutivos que consiguen empleo, lo hacen por medio de algún contacto de su propia red de contactos o la de DBM.

Y es que en la vida profesional no hay nada tan valioso como la red de contactos. Funciona en el mundo social porque a las personas nos gusta conocer personas que son amigos de conocidos. Es una suerte de "Garantía."

La red de contactos funciona en el mundo de los negocios por el mismo motivo. Las empresas contratan a cada ejecutivo, empleado u operario para resolver algún tipo de problema en particular. Muchas veces, ubicar a la persona correcta no es fácil, o es muy costoso en tiempo y recursos, o conlleva algún tipo de riesgo. A fin de maximizar las probabilidades de ubicar a

la persona correcta y minimizar el riesgo, los gerentes prefieren trabajar con gente que le es referida por alguien a quien conocen y valoran. A quién no le han comentado en algún momento "Se me fue el gerente de tal área, ¿no conoces a alguien bueno que me puedas recomendar?"

La red funciona también por su efecto multiplicador. Todos conocemos gente que a su vez conoce a más gente. Precisamente ahí radica el poder de la red de contactos. Funciona un poco como funcionan los rumores. Una persona le comenta algo a otra, que a su vez le dice a otra, que a su vez lo repite a otra.

Si se hace bien, la red de contactos funciona porque se convierte en un medio publicitario. En marketing se habla mucho del marketing boca a boca. Esa es precisamente la función de la red de contactos: hacer marketing de nosotros mismos y la red es particularmente valiosa para el desarrollo profesional y la administración de la carrera. Pero, esta labor suele ser difícil porque no estamos acostumbrados a publicitarnos, a hablar sobre nosotros mismos, sobre nuestras cualidades. Muchos no sabemos cómo empezar. Aquí algunos consejos:

1. Hacer red es dar reconocimiento. La idea de la red y por qué funciona si se hace bien, es que se usa para conseguir información, recursos o consejos. Eso implica que al contactarle, uno reconoce el valor que tiene esa persona para uno, ya sea porque tiene la información que uno desea, porque es capaz de brindarnos los recursos que uno necesita y porque puede darnos consejos valiosos. Pero el propósito más importante al contactarle es hacer que nos conozca, entablar una nueva relación y, sobre todo, ver en qué podemos ayudar. Toda persona y todo profesional tiene ideas, conocimientos u opiniones que puede y debe compartir generosamente con otros para desarrollarse a sí mismo.

2. Prepare un guión. Todo ejecutivo debe tener un breve guión que le sirva para presentarse en un coctel, en un evento o en una entrevista. Se trata de una breve presentación, que puede ser tan corta como quién soy, qué hago y qué me hace una persona interesante. Es decir, el guión debe conseguir que la persona que recién lo conoce, quiera seguir conversando con usted. Para ello, debe poder adaptarlo a cualquier situación. Puede ser una presentación un poco más larga y detallada si se trata de una entrevista, o más breve y relajada si se trata de un coctel.

Cuidese de no sonar arrogante o acartonado y sobre todo, sea claro, sencillo y sonría. Nada gana más amigos que una sonrisa.

3. Tenga en cuenta cómo se ve y cómo se comunica. Hágase una evaluación objetiva. Cuando conversa con otros ¿Se muestra entusiasta? ¿Proyecta energía? ¿Está relajado o tenso? ¿Cómo es su imagen personal? ¿Vende éxito? Todos queremos estar rodeados de personas exitosas. Usted puede ser muy brillante pero si no lo parece, no logrará el mismo efecto. Recuerde, percepción es realidad. No olvide que la gente quiere asociarse con gente exitosa.

4. Tenga un objetivo claro y prepárese. Si finalmente consigue una cita con el contacto deseado, no le haga perder el tiempo. Tenga muy claro el objetivo de la reunión para evitar irse por la tangente. Debe prepararse para venderse como un verdadero profesional. Antes de la reunión, investigue todo lo que pueda sobre la empresa, la persona, el sector y se mostrará mucho más. Investigue especialmente en qué puede usted serle de utilidad o ayuda a su contacto. De esta manera, se venderá como un profesional hablando con otro profesional. Podrá contribuir de manera importante a la conversación y la



Management
La función principal de un líder en tiempos de crisis



3

Administración de Recursos Humanos
El salario emocional y el marketing de los recursos humanos



4

Relaciones Humanas
Soñar, que importante hacerlo despierto



5

Relaciones Humanas
Atenuando el impacto de la desvinculación



6

Auspiciado por:

AFP Horizonte

Grupo BBVA

laborum.com

ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS



persona se llevará una grata y recordable impresión de la reunión.

De, no pida. Muchos piensan que hacer red de contactos es pedir algo. ¡Grave error! No se trata de pedir nada. Se trata de dar y de compartir. En un mundo de reciprocidad, usted recibirá sin pedir. Si uno va a una reunión sólo a pedir y decir, difícilmente estará sentando las bases para una reunión de largo plazo. Cuando termina la reunión, quiere haberle dejado algo a la persona con quien se entrevistó,

ya sea un simple dato, información valiosa o conocimientos, las posibilidades son muchas. La idea es dar porque es la única manera que uno impactará en la persona lo suficiente para que lo tenga presente en el futuro.

6. Asista regularmente a eventos. Esté con empleo o sin empleo, siempre debe mantenerse visible, conociendo a nuevas personas y haciéndose conocer. El éxito en la vida no deriva del empleo que uno tiene o de las posiciones que uno ha tenido. El éxito deriva

de las personas que lo conocen a uno. El valor que uno puede agregar está directamente relacionado a la cantidad de gente que conocemos y nos conocen. Los eventos son una maravillosa oportunidad para conocer a otras personas, de diversos sectores y funciones. No olvide intercambiar tarjetas y hacerle seguimiento a las personas con quienes desea mantenerse contactado en el tiempo. Suerte.

Por Patricia Cánepa
Consultora Senior, DBM Perú
laborum.com

AJUSTES EN ESTRATEGIA

Si lo peor de la crisis ya ocurrió, las empresas vuelven a tener más espacio para el largo plazo. En el último Harvard Business Review, tres investigadores de McKinsey se refieren a 10 tendencias que toda empresa debiera considerar en sus planes estratégicos: 1) la creciente presión en los recursos naturales. Por ejemplo, para el 2030, el 40% del PBI global y 85% de la población mundial se ubicarán en regiones donde la demanda de agua superará a la oferta; 2) un eventual retroceso en la globalización. No se completará la Ronda Doha, resurgirán las medidas proteccionistas y eventuales controles a los flujos financieros; 3) la menor confianza en las empresas. Los negocios dependen de la confianza: una declinación de ésta a escala global complicará la actividad empresarial; 4) el mayor rol de los gobiernos. El contexto regulatorio será más rígido y exigente y el sector público demandará más bienes y servicios que en el pasado reciente; 5) una mayor inversión en herramientas de gestión. El avance en la potencia de computación, la mayor disponibilidad de data, y algunos nuevos modelos matemáticos vienen transformando muchos aspectos de la gerencia de arte en ciencia; 6) los patrones



(Continúa en la página 4)

Cuál es tu Coeficiente de Red de Contactos?

Alcance algún tiempo, ExecuNet, el selecto portal de búsqueda ejecutiva para los niveles corporativos más importantes, publicó una breve prueba que le permitirá determinar su coeficiente de red de contactos, la cual repetimos a continuación. Sólo debe marcar Si o No para luego revisar la tabla de puntajes y calcular su puntaje total para conocer su coeficiente.

Preguntas	Respuestas (Si/No)
¿Tiene contactos en su agenda con quienes no ha hablado en más de un año?	
¿Cuando busca trabajo, empieza su red llamando al gerente de recursos humanos de la empresa de su interés?	
¿Cuando tiene que encontrarse con un contacto, suele practicar de antemano cómo iniciará la conversación?	
¿Cuando se entera de algo que puede serle útil a personas en su red de contactos, establece contacto con ellos y se los comunica?	
¿Siente que se queda sin palabras durante sus reuniones de red?	
¿Si no está empleado, cuenta con tarjetas personales?	
¿Participa regularmente en reuniones profesionales o gremiales?	
¿Durante reuniones sociales, en qué mano sostiene su vaso?	
¿Cuando habla sobre su trayectoria profesional, tiende a empezar con su último trabajo?	
¿Cuando está en reuniones de red de contactos, le dedica suficiente tiempo a conversar con colegas que no ha visto hace tiempo?	

PUNTAJE TOTAL:
Fuente: ExecuNet.
Según ExecuNet, los siguientes puntajes indican su coeficiente de red de contactos

- 160 puntos o más: Tiene un dominio maestro de la red de contactos.
- 140 puntos o más: Está muy bien encaminado en la red de contactos.
- 80 puntos o más: Posee buenos instintos para hacer red de contactos.

TABLA DE PUNTAJE	
Pregunta 1: SI, 10 puntos	NO, 20 puntos
Pregunta 2: SI, 10 puntos	NO, 20 puntos
Pregunta 3: SI, 20 puntos	NO, 10 puntos
Pregunta 4: SI, 20 puntos	NO, 10 puntos
Pregunta 5: SI, 10 puntos	NO, 20 puntos
Pregunta 6: SI, 20 puntos	NO, 10 puntos
Pregunta 7: SI, 20 puntos	NO, 10 puntos
Pregunta 8: IZQUIERDA 20 puntos / Derecha 10 puntos	
Pregunta 9: SI, 10 puntos	NO, 20 puntos
Pregunta 10: SI, 10 puntos	NO, 20 puntos