



# CAPACITARTE



## Curso Selección Perfiles IT

### Módulo 3

#### Entrevistas

Es la herramienta fundamental en el proceso de selección. Es un encuentro donde siguiendo ciertas pautas se busca evaluar al candidato.

#### ¿Cómo gestionarlas?

Puntos a considerar:

- Características de los candidatos: Suelen ser generalmente personas muy analíticas, y en algunos casos hasta cierto punto poco sociables y suelen presentar una cierta distancia o pueden sentirse molestos a la hora de ser entrevistados y/o evaluados.
- Escasez de talentos que hay en el mercado laboral. Considerando todo esto, vamos a buscar respuestas acordes, no sin antes aclarar que estamos hablando de las generalidades del perfil, podemos encontrar candidatos que no respondan a este estereotipo.
- Imagen de la empresa sea: esta imagen la empezamos a construir desde el momento del reclutamiento. Tomando conceptos del marketing tradicional, podemos hablar de momentos de verdad, que son todas aquellas instancias en que el candidato va a tener contacto con nuestra empresa y va armando su propia imagen. No sólo debemos tener en cuenta el transmitir los valores.
- Falta de comprensión del sector: Por esto, debemos asegurarnos antes de comenzar las entrevistas entender claramente qué esperan nuestros candidatos.

- Empatía: ponernos en el lugar del otro. Debemos tener claro qué esperan los perfiles tecnológicos de un puesto de empleo. Estos puntos los hemos visto en el módulo uno. Una de las cuestiones fundamentales es estar ofreciéndoles proyectos desafiantes, entonces a la hora de armar nuestra estrategia para gestionar las entrevistas, debemos revisar cómo le estamos comunicando los proyectos que van a formar parte de su trabajo.
- Empresa Innovadora.: que les gustaría escuchar de la empresa que están recibiendo la propuesta. Eviten cualquier término que refiera a estructura, a normas, a conceptos rígidos o con poca innovación.
- Motivación: que le impulsa o le motiva a la hora de apostar por un determinado puesto de trabajo. Además de los nuevos retos y oportunidades, como consideran la posibilidad de crecer y aprender, cuanto peso tiene la flexibilidad horaria en la toma de su decisión, etcétera.

## Planificación

La planificación la vamos a dividir en dos grandes instancias:

- ⇒ Llineamientos para el perfil: vamos a planificar las entrevistas que vamos a tener con todos los candidatos de esa misma búsqueda.
  - preparar el speech para la venta de nuestra propuesta
  - características atractivas para estos perfiles.
  - Diferencias con a nuestros competidores
  - valor diferencial
  - principales desafíos.
  - Condiciones de contratación
- ⇒ Planificación para cada candidato:
  - Optimizar Información: informarnos sobre las empresas en las que trabajó, los puestos que ocupó y cualquier tecnicismo con el cual debamos familiarizarnos.
  - Alinear propuesta con candidato
  - Formulación de preguntas

## Ejemplo práctico

Conociendo la siguiente información de una empresa X:

### Misión

Proporcionar las tecnologías más innovadoras pensadas para responder las necesidades de nuestras empresas clientes, con el objetivo de incrementar su competitividad y productividad. Para esto, implementamos soluciones prácticas y desarrollamos nuevas herramientas creativas. Nuestro trabajo se ve apalancado en el aprovechamiento de las nuevas redes.

### Visión

Buscamos estar comprometidos con los problemas de nuestros clientes de forma transparente y eficaz, y así convertirnos en su socio de confianza. Queremos ser una empresa de referencia en el cambio de la tecnología y la sociedad, dando a conocer las posibilidades de los estándares y tecnologías libres. En teoría, y en pocas palabras, la misión de una organización es la razón de ser de la misma, y la visión es que es lo quiere lograr en un determinado tiempo.

Análisis interno	 <b>Fortalezas</b>	 <b>Debilidades</b>
Análisis externo	 <b>Oportunidades</b>	 <b>Amenazas</b>

Por otro lado, tenemos información de la matriz FODA de la organización, que nos permite conocer nuestras Fortalezas y Debilidades, así como las Oportunidades y Amenazas que presenta nuestro mercado.

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La empresa cuenta con el personal capacitado para llevar a cabo los objetivos planteados.</li> <li>2. El departamento cuenta con las herramientas tanto de hardware como software para implementar los sistemas deseados.</li> <li>3. Somos un equipo joven con ideas innovadoras para el desarrollo de actividades y proyectos.</li> <li>4. En base a los contactos podemos obtener clientes muy fuertes e interesados en nuestro servicio.</li> <li>5. Totalmente actualizados con las últimas tecnologías.</li> <li>6. Nuestro grupo de trabajo está capacitado para afrontar nuevos retos.</li> <li>7. Dispuestos a ofrecer soluciones tecnológicas de calidad</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Miedo o ansiedad del personal por el desarrollo del nuevo negocio.</li> <li>2. No se cuenta con la experiencia como las demás empresas ya insertadas en el mercado laboral.</li> <li>3. Como nuevo negocio no contamos con los suficientes clientes.</li> <li>4. Por ser un nuevo negocio las demás empresas sienten un grado de desconfianza al momento de optar por nuestros servicios.</li> <li>5. Poca experiencia del grupo en el área laboral.</li> <li>6. Falta de personal capacitado para el desarrollo de proyectos.</li> </ol>
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Existencia de gran variedad de sistemas en el mercado que pueden ser adaptados a las necesidades internas de la empresa.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El surgimiento de nuevas empresas en el ramo.</li> <li>2. La inconformidad de los clientes por</li> </ol>

2. La necesidad de la pequeña y mediana pequeña empresa de implementar tecnologías para el tratamiento de su información.
3. Se cuenta con muchos negocios que aun aplican procesos ordinarios al tratamiento de la información.
4. Los servicios y productos de la competencia suelen elevarse mucho de precio ya que la competencia es poca.
5. tecnologías las cuales se pueden implementar en el negocio.
6. Generación de actualizaciones tanto de software como hardware que conllevan a más ventajas.
- servicios o productos que no han llenado sus necesidades.
3. La recesión económica lo que afecta a la empresa a la inversión.
4. La conformidad de los negocios en seguir utilizando técnicas ordinarias para el tratamiento de la información.
5. Estrategias mercadotécnicas de las competencias.
6. Hackers.
7. Generaciones de virus cada vez más destructivos

Debemos tener en cuenta que este análisis lo vamos a realizar una vez, y luego puede ser revisado si se producen grandes cambios.

*Es ser líder de tu vida*

Por otro lado, veremos que de las amenazas y debilidades también podemos detectar palabras claves, como ser: con la debilidad: Falta de personal capacitado para el desarrollo de proyectos, podemos apuntar a que el candidato va a ser protagonista de los proyectos. En las amenazas, los hackers o los virus pueden ser un gran desafío, para este tipo de perfiles.

El speech podría decir:

*Somos una empresa con un equipo de jóvenes profesionales, contamos con todo lo necesario en materia de hardware y software, para afrontar los cambios constantes,*

*trabajando por proyectos, asignados de acuerdo a las capacidades y motivaciones de cada colaborador.*

Y en este último punto, nos podemos apalancar para el diseño del valor diferencial: brindamos la posibilidad que cada uno elija participar de un proyecto, por su propia motivación.

## **Implementación**

En el momento inmediatamente anterior, previa a recibir al candidato vamos a:

- ⇒ repaso del curriculum vitae, para tenerlo bien presente,
- ⇒ repaso todo lo que pudimos averiguar en la planificación.

Cuando recibimos al candidato, debemos generar el ambiente de comodidad acorde, para dar inicio a nuestro encuentro, y rápidamente pasar al speech pensado para la venta de nuestra propuesta.

Con todo nuestro trabajo previo, a la hora de conocer al candidato nos podemos focalizar sus competencias y conocimientos necesarios y en su motivación.

Por último, cerramos la entrevista, explicando cómo continuamos y dando lugar a que evacúe todas sus dudas.

## **Tipos de entrevistas**

Que son más convenientes utilizar para este tipo de perfiles:

- Entrevistas no presenciales todas aquellas que se realizan a través de algún dispositivo tecnológico de comunicación.

- Entrevista telefónica, que, si bien se utiliza desde hace muchos años, actualmente se toma como un filtro inicial muy asiduamente.
- Videoconferencias
  - Skype
  - Hang Out
  - Whastapp
- Entrevistas secuenciales, el candidato es entrevistado secuencialmente por varios supervisores y cada uno de ellos lo califica en una forma estandarizada previamente de evaluación. Al finalizar toda la secuencia, las evaluaciones se comparan antes de tomar una decisión.
- Entrevista en panel, en otros casos se denomina comité o con jurado supone que puede ser entrevistado por varias personas a la vez en el mismo encuentro.
- Entrevistas técnicas normalmente son llevadas a cabo por un representante del área que solicitó la búsqueda.
  - preguntas espontáneas
  - cuestionario pre armado
  - test
  - pruebas de aplicación

## Screening

Una metodología particular es el denominado screening, que parte aquellos requisitos que hemos detectado como excluyentes, por ejemplo, el no dominio de un idioma o de un software específico, en este caso vamos a utilizarlo estas características son detectadas a través de filtros progresivos que se inician con el análisis del curriculum y se confirman con procedimientos como las entrevistas vistas anteriormente como no presenciales o pruebas específicas, mayormente con acceso a una plataforma online, con un tiempo determinado para realizarlo.

Debemos tener en cuenta que no es un llamado por teléfono espontáneo, vamos a coordinar un horario determinado, para que el candidato pueda atendernos en un lugar tranquilo, sin mucho ruido ni interrupciones.

Y por último debemos tener claro con qué objetivo realizamos ese Screening, si es para verificar conocimientos, para aclarar dudas sobre el candidato, etc.

## El impacto generacional

El concepto generación se refiere a un grupo de edad que comparte a lo largo de su historia un conjunto de experiencias formativas que los distinguen de sus predecesores.

En primer lugar, se ha extendido la edad, tanto en expectativa de vida, como de edad laboral, en líneas generales las personas trabajan hasta una edad más avanzada; sumado a que la insuficiencia en los haberes jubilatorios hace que muchas personas posterguen su retiro.

En segundo lugar debemos considerar como ha cambiado la actitud de los jóvenes hacia el trabajo, hecho que no había ocurrido con otras generaciones, no de manera tan significativa.

Por lo tanto, nos encontramos en presencia de la convivencia de cuatro generaciones en las empresas y con diferencias muy importantes en su manera de percibir y relacionarse con el mundo en general, y el laboral particularmente. Históricamente habían coexistido de dos a tres generaciones en el ámbito laboral, y la generación entrante solía adecuarse más a las normas establecidas.

Estas consideraciones van a tener un impacto en las empresas actuales, desde la retención de talentos, el reclutamiento y la selección, evaluando las distintas motivaciones que se pueden en juego. Veamos las características de las cuatro generaciones.

## Generación Y

Los rangos de años suelen variar de autor a autor, pero podemos definir aproximadamente entre 1980 y hasta el 2000, el período en que nacieron los que conocemos como generación “Y” o “Millenials”.

Esta generación posee un conjunto diferente de experiencias en sus infancias con respecto a la generación de la posguerra y de la generación “X”, han crecido con las vidas totalmente planificadas.

En sus primeros años fueron testigos de la Globalización, de la Guerra del Golfo, la masividad de Internet y una creciente prosperidad económica.

Dentro de los conceptos culturales, manejan el precepto de la interactividad y cuestionan lo establecido. Se los caratula como egocéntricos, brillantes y de buena preparación académica.

La elección de carrera no está definida por el salario, sino por el estilo de vida.

Sus valores predominantes son el respeto por la diversidad y la autenticidad.

La tecnología es algo natural, son nativos digitales, y están conectados todo el tiempo en la virtualidad. Buscan lo inmediato y se identifican con los teléfonos celulares, los mensajes de texto, y todo tipo de tecnología portátil.

En cuanto a su comportamiento laboral, le dan menos importancia al dinero que otras generaciones. Les gusta sentir pasión por lo que hacen, trabajan muy bien en equipo. Pueden trabajar en cualquier momento, de noche o de día, alternando trabajos con viajes, fines de semana con días laborales.

Buscan que se les respete ser originales en el trabajo y esto incluye su estilo personal en cuanto a vestimenta.

En cuanto a su interés por los proyectos, hay que tener en cuenta que deben ser desafiantes, pero de corto plazo, ya que tienden a aburrirse fácilmente.

Si desde la empresa le logra demostrar que el proyecto tiene sentido, habrá acertado en la misma esencia, logrando de este modo sacar lo mejor de sí.

## Generación Z

Recién está asomándose al mercado laboral, esta generación tiene patrones de conducta parecidos, algunos servirán para afianzar alguna estrategia, en otros casos se deberá pensar en nuevas.

En primer lugar, están dispuestos a comprometerse, pero a cambio quieren reconocimiento de su formación, y no sentirse subestimados como el cincuenta y cuatro por ciento de la generación "Y" se sienten.

Van a aportar cambios en un futuro en las empresas, gracias a sus particulares habilidades digitales y mentalidad ágil.

Muestran preferencia por compañías grandes

Al nacer en contacto con la revolución tecnológica, sobre todo en materia de las telecomunicaciones, son autodidactas, creativos y sobreexponidos a la información.

Vivenciaron los estragos de las crisis económicas, aspiran a sueldos bajos, en muchos aspectos se asemejan más a la generación de sus padres, la generación X, buscarán una experiencia de empleado que concuerde con sus valores.

De acuerdo con un informe de Accenture las características más destacadas en el ambiente laboral de esta generación son:

1. Aprecio por valores empresariales tradicionales
2. Búsqueda de equilibrio entre el trabajo y la vida privada. En esto se mantiene la misma tendencia que con los millenials.
3. Aunque son habilidosos con la tecnología, entienden la importancia del potencial humano en el mundo que vendrá, enfocado en la robótica y a la inteligencia artificial.
4. Como sus predecesores, buscan desafíos con sentido.
5. ¿Qué buscan en las empresas?

Las grandes empresas van a tener mayor oportunidad de atraer a los talentos de esta generación.

Será conveniente trabajar en un ambiente más participativo, donde los proyectos se gestionen conjuntamente; y se rompa las barreras institucionales, permitiendo un aprendizaje más sinérgico, más allá de las áreas o posiciones que se ocupen.

## Generación X

Es la generación nacida entre mediados de 1960 a 1980. Se trata de una generación que son un mix de hijos de los últimos conservadores, aquellos que no les agradaba los Beatles, y de quienes rompieron con todo lo establecido, por ejemplo, los hippies.

Crecieron a la par de la tecnología, pueden dominarla y ajustarse a los cambios que se van dando, aunque siguen buscando el equilibrio con su gusto por la vida al aire libre y los deportes.

Han transitado desde la televisión en blanco y negro a Netflix, desde la cocina de la abuela al delivery online, del balero al iPod.

Quizás por el mix de sus progenitores, tienen como características cierto grado de aburguesamiento, pero aman el rock and roll, valoran las amistades duraderas y añoran los valores que les fueron inculcados cuando eran niños.

Son buenos para adaptarse a los cambios. Más comprometidos en las relaciones interpersonales y laborales que los Y, y más adaptados a los cambios que los boomers.

Internet es visto más que nada como un espacio para desarrollar negocios o informarse y no para juegos o entretenimiento como lo suelen utilizar la generación Y.

Han experimentado importantes cambios sociológicos, desde el hogar, donde son los primeros hijos de familias disfuncionales, puede ser una de las causas por las que dejaron las utopías, y se dedicaron a trabajar, de una manera muy individualista, preocupándose por su propio desarrollo.

Muchos vieron a sus propios padres ser fieles de por vida a empresas, a matrimonios, etc., y consideran que no obtuvieron buenos resultados, por eso, son fieles a sí mismos.

Son más realistas y escépticos que la generación de Baby boomers, intentan que todo tenga una solución o una respuesta inmediata.

Proponen sus propias reglas y plantean cuestionamientos a la autoridad. Son muy competitivos.

A nivel laboral son más colaborativos, les gusta el trabajo en equipo, suelen ser más líderes que gerentes.

Buscan el equilibrio entre la vida personal y laboral. Tienen una consideración sobrevalorada sobre la belleza y la estética en general, suelen chocar con la informalidad de la generación Y, aunque suelen presentar su costado rebelde en su vida personal,

entonces podemos encontrar a una persona muy prolija de traje en la semana, con una camiseta gastada de los Rolling Stone, jeans rotos y zapatillas, los fines de semana.

## Generación Baby boomers

Los Baby Boomers se consideran a los nacidos entre 1945 y 1960. Se los denomina de esta manera ya que nacieron en los años posteriores a la segunda guerra mundial, donde hubo inusual crecimiento en las tasas de natalidad, claro está, en los países impactados por la guerra.

Una de sus características principales es que consideran al trabajo como lo más importante, por eso se los considera adictos al trabajo. En este sentido se enfocan en la productividad y no soportan el ocio.

Valoran los símbolos de status y el crecimiento dentro de una compañía, ingresando desde muy jóvenes, volviéndose fieles a estas, haciendo carrera hasta su jubilación, que buscan aplazar lo más posible, porque el trabajo es su vida.

## Freelancers

Los freelancers, se contratan por proyectos puntuales. Esto está siendo capitalizado tanto por empresas establecidas como por nuevos emprendedores.

Situaciones se suelen dar en este tipo de contratación:

- cuando se necesita tener otro punto de vista, más objetivo o novedoso con respecto a un determinado proyecto,
- cuando es necesario que los colaboradores propios se focalicen en una actividad específica, y así se busca ayuda externa.

Como beneficio de contratar un colaborador con esta modalidad podemos encontrar:

- tercerizar tareas operativas,
- capitalizar la experiencia de haber trabajado para diferentes industrias y empresas,
- rapidez de respuesta, enfocada en el resultado, sin necesidad de responder a horarios, simplemente abocados a la tarea,
- profesionales altamente motivados y responsables con su trabajo,

- costos tienden a ser menores. trabajan desde su casa y cotizan su trabajo por hora o por proyecto.
- impacto en la motivación del equipo interno, brindando su visión no condicionada por políticas o cuestiones internas.

