



LHH

▶ **Build Your
Online Brand**

Why a Powerful, Professional
Digital Presence Will Keep
You Front and Center

Lee Hecht Harrison



No resulta sorprendente que el cambio sea un desafío. Pero los cambios de trabajo –reinsertarse en el mercado laboral por primera vez en años, competir por una nueva posición, cambiar de carrera – pueden significar una mezcla especial emocionante, estimulante y estresante. Los cambios de trabajo siempre implican una medida de persistencia y optimismo.

Si estás buscando un nuevo trabajo, tenemos una buena noticia, actualmente es más fácil que nunca mostrar tus habilidades, experiencia y cualidades relevantes de una manera poderosa: todo a través del poder de las redes sociales y otras herramientas en línea. La democratización digital – una gran variedad de recursos simples, intuitivos y en su mayoría gratuitos disponibles para todos – implica que cualquier persona pueda crear una historia profesional auténtica y visible. Hacerlo bien requiere una inversión razonable de tiempo y esfuerzo, además de aprender una o dos habilidades nuevas, pero el beneficio vale la pena.

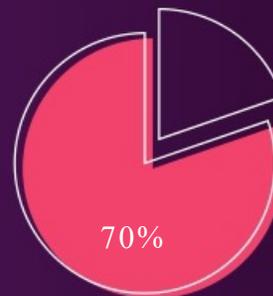




Los empleadores también buscan

La llegada de los medios digitales también implica que los empleadores puedan obtener información fácilmente sobre quiénes son los candidatos y cuáles son sus posiciones – a veces sin tener si quiera una sola entrevista. De hecho, según CareerBuilder, la mayoría de las empresas – el 70 por ciento – investiga a los postulantes basándose en sus redes sociales, actividades y personalidad en línea. Los candidatos más inteligentes hacen completo uso de las opciones en línea a su disposición para superar ese primer obstáculo invisible de la búsqueda laboral. Pero, ¿cómo desarrollar una presencia en línea dinámica y atractiva que te proyecte de la mejor manera y te mantenga en la mira de esas oportunidades ideales? En las páginas siguientes, te mostraremos cómo desarrollar, y

fortalecer – una presentación digital para asegurarle a los empleadores a entender con precisión qué valor podrías aportarles. Te ayudaremos a evaluar tu perfil en línea para determinar qué elementos destacar y dónde debes posicionar tu historia digital, queremos darte las herramientas fundamentales necesarias para que puedas crear una presencia profesional online de otro nivel.





Evaluar

¿Por qué es importante tu reputación en línea?

Tomar riesgos generalmente debe evitarse. Tanto para los candidatos como para los empleadores, es una verdad universal cuando se trata de construir y administrar una reputación en línea las empresas reconocen que las redes sociales se han convertido en una característica siempre activa en la vida de las personas, lo que hace que ambas partes sean potencialmente vulnerables. Se puede tomar solo el comentario errante de un empleado, una crítica ofensiva, o una publicación accidental de la cuenta de Twitter, y de repente las empresas se quedan manejando una crisis de relaciones públicas costosa.

Para los candidatos, eso significa que su historial en las redes sociales puede ser un factor de riesgo reputacional, disminuyendo su empleabilidad si no se administra adecuadamente.

Por el contrario, una presencia digital impresionante o, al menos, una neutral – puede confirmar para los gerentes de contratación que eres

un talento excepcional que podría ser una valiosa incorporación para su organización. Como muestran los datos, tal presencia puede ser el incentivo que lo impulse hacia adelante en el proceso de contratación.

Si una búsqueda digital revela un perfil en desacuerdo con la imagen que presentaste, no te sorprendas si las empresas que no se exponen al riesgo retroceden. (Ten en cuenta: la naturaleza misma de las redes sociales hace que sea fácil publicar en el fervor del momento, por lo que es más fácil de lo que piensas desarrollar una presencia cuestionable).

No tener presencia en línea también puede sorprender; si no tienes un perfil de LinkedIn como mínimo, algunas empresas asumen una falta de conocimientos digitales e incluso pueden llegar a descalificar a los candidatos del proceso de contratación basándose en este criterio.

Entonces, ¿cómo empezar? Afortunadamente, no es difícil. Verifica los consejos a continuación, además de las útiles banderas rojas que debes evitar.



Según The Manifest, es por eso que:

98%

De los empleadores hacen una investigación de antecedentes en línea sobre los candidatos

79%

De los profesionales de recursos humanos han descalificado a los candidatos como resultado de lo que han encontrado en las redes sociales

90%

Observan los perfiles de redes sociales de los candidatos como parte del proceso de evaluación.



Iniciar el proceso con una mini auditoría

Como cualquier ejercicio que requiere evaluarse objetivamente, investigar tu propio perfil digital puede sentirse un poco incómodo. Eso es natural, pero no es una razón para retrasarse. En su lugar, comienza con una búsqueda muy simple en Google de tu nombre y selecciona cada resultado para ver exactamente lo que dice.

¿Qué surge cuando miras las dos primeras páginas de resultados? Aunque el 75 por ciento de las personas no miran más allá de la primera página, es importante saber todo lo que figura. Ponte en el lugar de un gerente de contratación. ¿Cuál sería su conclusión luego de examinar los resultados de tu búsqueda?

Cómo evaluar tus resultados:

- **La visibilidad importa.** Examina cuidadosamente los resultados de la búsqueda.

¿Apareces? En el mundo laboral moderno, es normal tener al menos unos pocos logros en los resultados de búsqueda – un perfil de LinkedIn

por ejemplo, o un vínculo a una conferencia.

Pero si tus resultados no muestran nada relevante sobre tu persona, esto dificulta el proceso de investigación.

- **Demasiada información puede ser un tema.** ¿Qué sucede cuando surgen resultados que pueden ser demasiado? Quizás revelen más información personal de lo que te gustaría compartir con un contacto profesional o mostrar en un momento de tu vida que no representa quién eres ahora. Toma nota de estos. Es posible que desees eliminarlos (en el caso de, Facebook, fotos) o preparar una explicación si es necesario.

- **Difícil de diferenciar.** ¿Tienes un nombre común? Si es así, puedes compartir los resultados de la búsqueda con una variedad de "Susan Smith" o "John Browns. No es algo necesariamente negativo, pero implica que tendrás que esforzarte un poco más para diferenciarte de tu entorno digital.

Doppelgangers. (Dobles falsos).

Para ello, agrega contenido nuevo que pueda tener una clasificación más alta en los resultados de búsqueda o, si el tiempo lo permite, crea tu propio sitio web. ¡Tendremos más información sobre esto de aquí en adelante!

- **No del todo en el objetivo.** Los resultados de la búsqueda pueden ser perfectamente sencillos y precisos – pero, ¿muestran la combinación correcta de experiencia, habilidades y personalidad? Como primer paso, actualiza tu perfil de LinkedIn.
- **Totalmente inapropiado.** Si encuentras algo que podría ser perjudicial para tu marca profesional, sabes que muchos países (aunque no los EE. UU.) tienen requisitos de privacidad que incluyen la capacidad de eliminar contenido inapropiado de los sitios web a pedido. La búsqueda de recursos en torno al Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) es un lugar útil para comenzar.

8 banderas rojas que dicen "No me contrates"

¿Qué hace que los gerentes de contratación y los profesionales de recursos humanos se alejen de los candidatos que de otra manera podrían ser prometedores? Cuando se trata de compartir contenido o dar forma a los mensajes de tu marca personal en las plataformas de redes sociales, estas ocho banderas rojas deben evitarse a toda costa.

1. Opiniones políticas extremas
2. Contenido ofensivo (por ejemplo, racista, sexista, antisemita, capazista, anti-LGBTQIA+) en todas sus formas, incluidos comentarios, memes, artículos compartidos, videos, fotos y publicaciones.
3. Problemas de gramática y ortografía: en caso de duda, escribe en un documento de Word y revisa la ortografía antes de copiarlo y pegarlo en línea.
4. Uso obvio de drogas o promoción del uso de drogas.
5. Uso regular de blasfemias y otros peyorativos
6. Falsedades
7. Actividad ilegal
8. Contenido que podría interpretarse como falta de criterio
9. Comentarios innecesariamente negativos (p. Ej., crítica exagerada del servicio al cliente, señalando el error gramatical de otra persona)



¿Cuál es tu historia?

Ahora que has establecido como punto de partida ver cómo apareces en esa primera búsqueda rápida, puedes ponerte a trabajar. Esta es la parte entretenida: actualizar la información que figura para que refleje tu verdadera identidad. Es una gran oportunidad para contar tu historia personal y profesional de la manera en que debe ser contada.

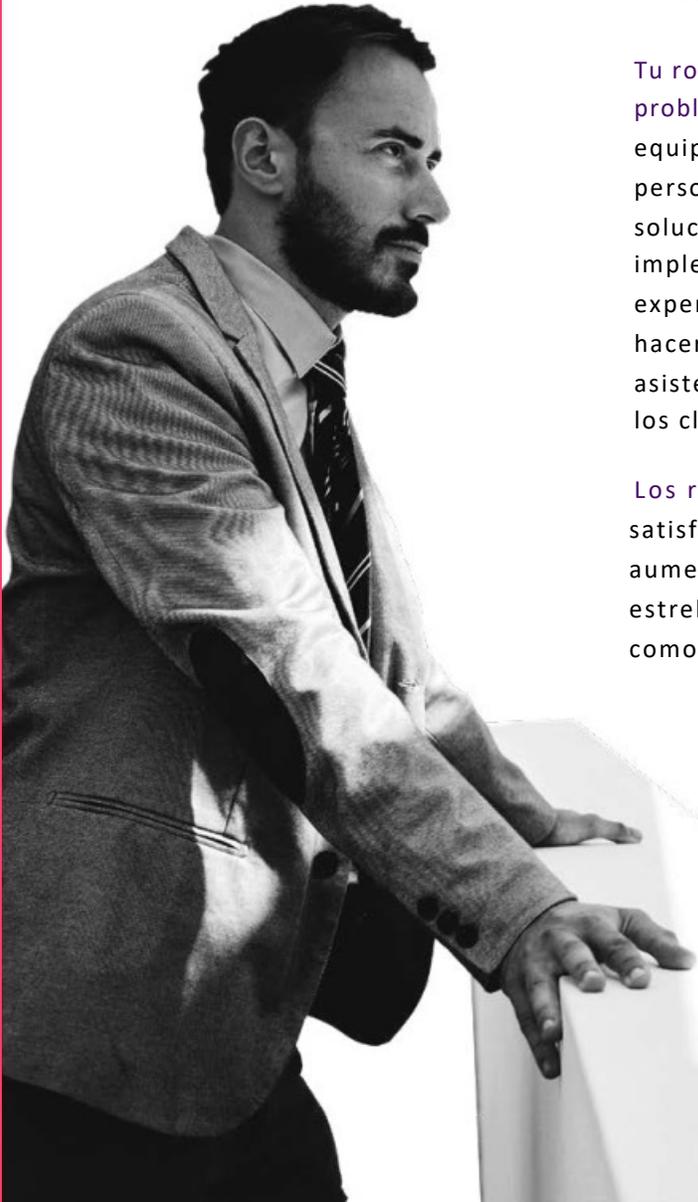
Inicia el proceso identificando los elementos más significativos que podrían respaldar tu próximo acto profesional. Si eres un desarrollador, podrías destacar los últimos lenguajes de codificación que has aprendido y actualizar los proyectos que has dirigido en tu perfil de GitHub. ¿Diseñador gráfico? desarrolla o actualiza un portfolio online para mostrar tu sensibilidad estética y cómo la misma se traduce en proyectos que impulsan los resultados para los clientes. Si trabajas en una gerencia, piensa en momentos de tu carrera que

ejemplificado tu capacidad de liderazgo. ¿Superaste notablemente los objetivos de los ingresos de la empresa o lograste cambiar y mejorar la satisfacción del cliente? Esas son grandes victorias para destacar.

Puedes construir tu narrativa personal en torno a uno o más de estos elementos centrales:

Experiencia

La experiencia le indica a un gerente de recursos humanos que tienes lo que se necesita para ofrecer excelencia de manera consistente. Imagina que eres el gerente de recursos humanos a cargo de la contratación para el próximo trabajo que desees. ¿Qué experiencias de tu curriculum vitae lo inspiraría a visualizarte en ese puesto laboral? Asegúrate de que se reflejen de manera destacada donde quiera que estés actualizando tu historia, ya sea en LinkedIn o un sitio web personal.



Recuerda: hay una razón por la que "mostrar" es lo primero en "mostrar y contar". No es suficiente decir: "Tengo experiencia en publicidad después de una carrera de 15 años." o "He logrado muchos proyectos diversos con buenos resultados." Demostrarlo con resultados sucintos y específicos. Asegúrate de que tus ejemplos se refieran a:

El problema o desafío más el motivo por el cual importaba
Los clientes no pudieron entender nuestro nuevo sistema de asistencia técnica.

Tu rol en el manejo del problema te reuniste con un equipo multifuncional de 10 personas para explorar soluciones a la hora de implementar un nuevo día de experiencia del usuario para hacer que el servicio de asistencia sea intuitivo para los clientes.

Los resultados La medida de satisfacción de los clientes aumentó de un a cinco estrellas en un solo mes como resultado.

Educación y nuevas habilidades A las Empresas les gustan los candidatos que han pasado tiempo enriqueciendo y desarrollando sus habilidades. Este compromiso de desarrollo propio demuestra más una mentalidad de aprendizaje, que de complacencia. Sugiere curiosidad intelectual, una buena ética de trabajo y deseo de crecimiento continuo; cualidades que generalmente tienen los empleados excepcionales.

Recuerda: no necesitas tener un nuevo título o certificado basado en habilidades para demostrar tu compromiso con el desarrollo de habilidades o la profundización de tu experiencia. Las clases a través de recursos como LinkedIn Learning, Udacity, Udemy, Coursera o la Universidad donde estudiaste también son excelentes ejemplos.

Pero no te olvides de tener una visión amplia. Otras actividades también cuentan: asistir y presentarse en conferencias de la industria, comenzar tu propio club de lectura profesional, organizar o dar charlas en almuerzos de trabajo y aprendizaje; utilizar tus habilidades profesionales para resolver un desafío único, etc.

Capacidad de liderazgo

La capacidad de liderazgo puede ser difícil de cuantificar, pero es algo que importa profundamente a las organizaciones. Los grandes líderes son excelentes comunicadores, creadores e integradores de equipos y motivadores, poderosos desarrolladores de estrategias y ejecutores excepcionales.

Recuerda: Además de mostrar tu experiencia, proporciona pruebas de tu perspicacia de liderazgo es importante. En lugar de decir: "Soy un líder que fue responsable de cientos de empleados", piensa en lo que hiciste por esos empleados. ¿Fuiste capaz de obtener grandes resultados de ellos que impulsaron algún objetivo de negocio hacia adelante? ¿Los ayudaste a crecer en sus trabajos? ¿Fuiste Mentor de alguien para el éxito? ¿Fuiste Coach de otros que estaban luchando para lograr un mejor rendimiento? Proporciona suficientes detalles para demostrar cómo se ve tu capacidad de liderazgo en acción (pero, de nuevo, que sea sucinto).

Perspicacia técnica

No todos los trabajos requieren habilidad técnica, pero cada vez más muchos lo hacen. Ya sea que se trate de análisis o codificación de datos, Excel o InDesign, que le muestre comprensión y utilizar las herramientas y programas técnicos pertinentes para su campo puede reforzar tu idoneidad como candidato.

Recuerda: demostrar tu perspicacia técnica, en lugar de simplemente enumerar las habilidades técnicas que

tienes – llamará la atención de un gerente de contratación. Los enlaces a proyectos, portfolios online e incluso archivos PDF simples de trabajo técnico que has realizado pueden servir como puntos de prueba convincentes.

Tu declaración de posicionamiento o marca

Una vez que tengas un sentido firme de lo que enfatizarás, elabora tu declaración de posicionamiento o marca (a veces denominada tu "elevator pitch"). Este es verdaderamente el paradigma de "breve y amable". Concéntralo en las tres cosas principales que quisieras que un empleador recordara sobre ti (y ten en cuenta que los lapsos de atención de la gente son muy breves).

Esto es lo que necesitas saber sobre branding statement (or elevator pitch):

- Necesitas trabajar en ambas formas: en forma escrita y oral. (Como un paréntesis, practicarlos en voz alta antes de una entrevista. Tu discurso será una gran respuesta a la típica frase de las entrevistas, "Cuéntanos un poco sobre ti").

- Mantenlo simple, informativo y memorable.

Incorrecto: Soy Kylie. Soy un ejecutivo de ventas experimentado y una persona.
Me gradué de la Universidad de Texas en 2005.

Bien: En los últimos 16 años como ejecutivo de ventas, he excedido mi cuota de productividad cada trimestre, pero eso no es lo que hace que me excepcional en mi trabajo. En ese mismo período, mis puntuaciones de satisfacción del cliente aumentaban constantemente en la empresa, reflejando el esfuerzo que tomo para construir la satisfacción real del cliente. Es por eso que gané el Premio al Mejor Vendedor del Año durante doce años, incluido el año pasado.

- Debe ser personal. No demasiado, pero no tengas miedo de adaptar tu tono para sentirte genuino con tu personalidad y congruente con la oportunidad de trabajo que estás buscando. Piensa en el tono. ¿Tiene más sentido un tono conversacional que uno formal? ¿Con qué nivel de detalles personales te sientes más cómodo? ¿Estás siendo suficientemente detallado para proporcionar credibilidad, pero muy minucioso y con un registro elevado como para mantener el interés?



¿Pueden las empresas legítimamente comprobarlo en las redes sociales?

Muchos candidatos se preguntan si las empresas pueden investigarlos en las redes sociales y tomar decisiones basadas en lo que encuentran.

En una palabra, sí.

Según la [Sociedad de Recursos Humanos](#) la administración (SHRM), los empleadores pueden usar las redes sociales como parte del proceso típico de verificación de antecedentes. Pero se aplican las mismas protecciones legales. No pueden usar legalmente lo que encuentran para descalificar a los candidatos en función de "características protegidas" como raza, edad, religión o creencias, discapacidad, etc.

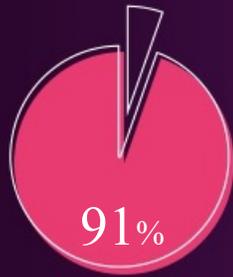
Como parte del proceso, la [National Law Review](#) aconseja que las empresas no deben pedirle sus contraseñas de redes sociales, en realidad es ilegal en algunos estados, sino que deben confiar en lo que es público. Algunos pueden enviarte una solicitud de amistad pero no estás obligado a permitirles un acceso tan confidencial.



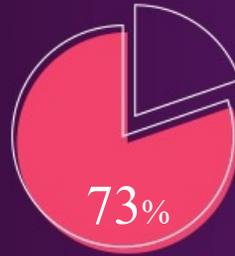
Contratación social a simple vista

Las redes profesionales sociales son la fuente #1 de contrataciones de calidad (LinkedIn Business Solutions Hiring Statistics)





de las empresas utilizan las redes sociales para reclutar y contratar talento ([CareerArc](#))



de 18 a 34 años de edad, encontraron su último empleo a través de una red social ([Aberdeen Group](#))



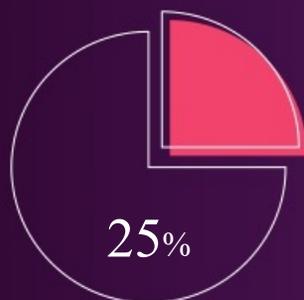
de los empleadores utilizan las redes sociales para investigar a los candidatos para puestos de trabajo, y el 57% ha encontrado contenido que les hizo rechazar a los solicitantes. ([CareerBuilder](#))

Los tres tipos principales de contenido social objetable (CareerBuilder):

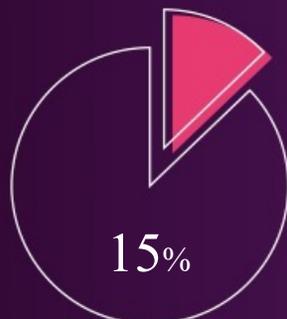
#1 Fotos o videos provocativos o inapropiados

#2 Beber o consumir drogas

#3 Comentarios discriminatorios, sobre la raza, género, religión



de las contrataciones recientes consiguieron sus trabajos por la red en línea ([Clutch](#))



de los solicitantes de empleo utilizaron las redes sociales para encontrar su próximo trabajo ([Clutch](#))

Iniciar el proceso con una mini auditoría

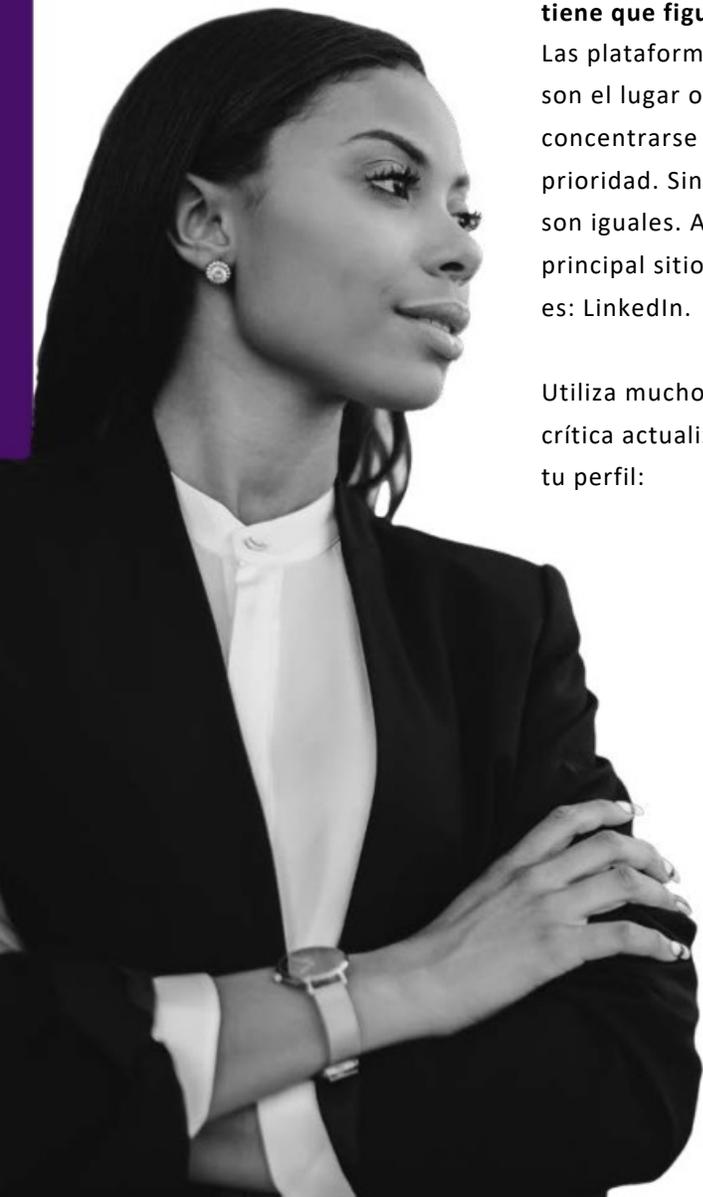
Sabes lo que figura en las redes sobre tu persona. Sabes lo que quieres decir de ti mismo. Ahora bien, ¿dónde lo dices?

En el único lugar digital donde tiene que figurar

Las plataformas de redes sociales son el lugar obvio para concentrarse – y deben ser tu prioridad. Sin embargo, no todos son iguales. A nivel profesional, el principal sitio donde concentrarse es: LinkedIn.

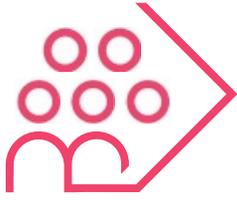
Utiliza mucho esta plataforma crítica actualizando regularmente tu perfil:

- Las imágenes toman una historia de bueno a excelente. Un perfil excepcional siempre incluye la foto de perfil correcta. Elegir una foto actual. Tu rostro debe abarcar el 60% del marco y nadie más debe estar en la imagen. Utiliza algo simple y profesional: valiéndote solamente de uno o dos colores. Que se vea amable y accesible. No te olvides de cambiar el banner detrás de tu foto de perfil, que es personalizada. Usa ese estado real para mostrar algo relevante para tu campo; investiga sitios gratuitos como Unsplash.com para las opciones.
- Incluye un título que atraiga el interés. Encontrarás tu título justo debajo de tu nombre. Este es el lugar perfecto para sintetizar tu elevator pitch personal con un par de frases cortas y convincentes. En la sección "Acerca de" justo debajo, puedes exponer en el titular en algunas frases memorables, añadiendo algunos puntos de prueba.





- Asegúrate de que tu perfil esté siempre actualizado y completo. A medida que escaneas tu perfil de LinkedIn, asegúrate de que no falte ninguna información nueva y totalmente actualizada, desde representar completamente todas tus posiciones relevantes hasta agregar ejemplos de tu trabajo en la sección "Destacados".
- Las recomendaciones añaden algo extra. ¿No hay recomendaciones en tu perfil, o solo las que reflejan posiciones más antiguas? No hay problema. Simplemente pedile a un par de colegas o ex gerentes de confianza que compartan su perspectiva sobre tu rendimiento y potencial. Si sabes exactamente lo que te gustaría que incluyeran, no dudes en hacer una recomendación a ellos de una manera sutil ("Recuerdo nuestro trabajo juntos en este proyecto y me encantaría destacar los buenos resultados que logramos").
- Construir comunidad. La comunidad proviene de la participación, del compromiso que muestra pensamiento, cortesía, curiosidad intelectual y un interés genuino en los demás. Dedicar tiempo cada semana a hacer las cosas que construyen comunidad y fortalecen tu red:
- Sigue, likea, comenta y comparte el contenido de otros. Solo asegúrate de mantenerlo profesional, desde lo que dices hasta lo que compartes. Tampoco tienes que hacer esto todos los días. Un par de veces a la semana es un gran principio para establecer como objetivo.
- Publica tu propio contenido. Lee un gran artículo de noticias sobre tendencias de la industria? Compártelo con unas pocas palabras sobre lo que esto significa según tu opinión. ¿Solo logras una nueva certificación profesional? Suena como una razón para actualizar tu red de contactos.
- Únete a grupos de LinkedIn. Hay poder en la comunidad y la funcionalidad de Grupos en LinkedIn permite unirse a conversaciones con Profesionales afines. Puedes elevar tu experiencia en varios temas, desarrollar tu red profesional y aprender a lo largo del camino.
- Considera escribir. LinkedIn ofrece la posibilidad de publicar artículos de cada autor. Estas publicaciones de formato más extenso son una excelente manera de enfatizar tu experiencia en temas específicos. Pero deben responder a una pregunta clave que cada lector tiene: "¿Qué gano yo?" Por lo tanto, asegúrate de que si escribes, siempre valga la pena el tiempo de los demás. Casi no hace falta decirlo – pero revisa cuidadosamente. Los errores gramaticales, los problemas estilísticos y la ortografía ya que podrían socavar los grandes puntos que estás logrando.



Efectuar un reclamo en las redes sociales

LinkedIn podría ser el ejemplo de las plataformas de las redes sociales profesionales pero eso no significa no haya otros a considerar.

Twitter y Medium son dos sitios que deberían estar primeros en tu lista. Con Twitter, no necesariamente tienes que twittear todo el tiempo – pero un perfil básico te permite seguir a las empresas, a los líderes, influencers, reclutadores y hashtags relacionados con los empleos que sean de tu interés. Y te ayuda a estar al tanto de las noticias de la empresa, por lo que estarás bien informado mientras empiezas a tener entrevistas con gerentes de RRHH o de contratación. Simplifícalo: reutiliza algunos de tus Contenido del perfil de LinkedIn para la foto de perfil, y biografía.

Medium es otra gran opción. Al igual que los artículos de LinkedIn, Medium ofrece un lugar para publicar contenido de formato extenso. Pero no es un requisito escribir. Es más que suficiente crear un simple perfil y adoptar la misma estrategia de "seguir, me gusta, comentar, compartir" tanto para LinkedIn como para Twitter. Sigue a personas relevantes para tu carrera profesional, likea contenidos que

hayan escrito, comentalos reflexivamente, y compártelos para que otros puedan leerlos también.

Buscadores

Los sitios buscadores de trabajo ofrecen oportunidades laborales, extrayendo trabajos disponibles de varios sitios de la Web para hacerlos más accesibles. La mayoría tienen opciones para cargar tu CV o crear perfiles y posicionarte mejor, aprovecha la opción si se ajusta a tu estrategia. Pero sé consciente: esto limitará tu habilidad para personalizar tu curriculum vitae para oportunidades específicas.

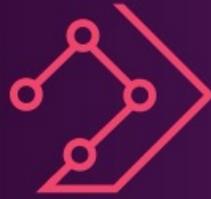
LinkedIn Jobs es el más influyente y probablemente el mejor para usar si tienes tiempo limitado. Es muy simple. Puedes buscar trabajo con solo escribir el tipo de posición en el campo búsqueda en de inicio – o usar la página de LinkedIn Jobs (www.linkedin.com/jobs).

Cuando se utiliza este último, se puede buscar por puesto de trabajo, empresa, habilidad y ubicación. Configura alertas

para que cuando las oportunidades correctas estén disponibles, recibas notificaciones por correo electrónico (y a través de notificaciones en el sitio) y así puedas postularte rápidamente.

No olvides guardar los trabajos que te parecen interesantes para que puedas encontrarlos fácilmente y postularte cuando estés listo.

Mientras buscas las descripciones de los puestos de trabajo, observa las palabras claves y asegúrate de que se reflejen en tu perfil de LinkedIn. A medida que los selectores de empleo y los contratistas busquen talento en LinkedIn, estas palabras claves ayudarán a que te encuentren más rápido y con mayor facilidad. Por lo tanto tu perfil tendrá más posibilidades de ser considerado.



Cómo crear rápido un Sitio web personal

Existe una forma de generar nuevos resultados en tu búsqueda laboral que se alinean precisamente con tu carrera profesional
Storytelling: creación de un sitio web personal.

Incluso un sitio simple te permitirá:

Diferenciarte de otros candidatos

Servir como un reflejo dinámico y fácilmente actualizado de tus habilidades, experiencia y áreas de enfoque actuales.

Destacar tu creatividad y experiencia profesional.

Si eres experto en web, puedes hacerlo tú mismo comprando un dominio a través de Squarespace, GoDaddy y otros proveedores, y luego construirlo desde allí. Pero hay muchas opciones gratuitas, con plantillas fáciles de completar, que también existen. About.me es una manera fácil de hacerlo. Aunque está dirigido a emprendedores y consultores, cualquiera puede desarrollar una página gratuita sobre sí mismos en poco tiempo (nota: puedes abonar un monto determinado para aumentar tu contenido con características adicionales como un portfolio, referencias y recomendaciones).

Utiliza el trabajo que realizaste estableciendo tu narrativa personal (storytelling) como la base de tu sitio web. Busca maneras de integrar imágenes, una buena foto de perfil, ejemplos de trabajo, recomendaciones e incluso videos para hacer que tu sitio se destaque en un campo lleno de competidores.



El camino a seguir

Todos los días las personas son contratadas en nuevos puestos. Son promovidas. Cambian de carrera. Persiguen –y realizan– nuevos sueños. ¿Qué denominador común une estas transiciones exitosas? El posicionamiento de la experiencia, las habilidades y los talentos en un paquete convincente utilizando todas las opciones digitales relevantes.

Los empleadores están en línea porque ahí es donde está el talento: profesionales excepcionales, experimentados y comprometidos como tu. Con los recursos digitales disponibles, puedes asegurarte de que lo que encuentren refleje tu verdadera identidad. El esfuerzo se traducirá en nuevas oportunidades para el crecimiento y el éxito profesional.

¡Comienza hoy mismo!

A red geometric graphic consisting of a large triangle pointing to the right, with a smaller triangle inside it, creating a nested shape. The lines are thin and red.

LHH

+54 11 4382·4044

contacto@lhh-argentina.com.ar

lhh.com.ar