

# WeWow OUTPLACEMENT!



Lo que no dices también construye  
reputación: del candidato a la empresa

En cada proceso de selección, el candidato suele invertir horas en perfeccionar su CV, en actualizar su LinkedIn o en practicar respuestas inteligentes para la entrevista. Sin embargo, más del 80% de la decisión final no se juega en las palabras, sino en lo que no se dice. Postura, mirada, voz, pausas, entorno y hasta el olor transmiten señales que pueden abrir o cerrar puertas antes de la primera frase.

Pero este principio no aplica solo a los profesionales en transición. También las empresas envían mensajes silenciosos en la forma en que despiden y acompañan a sus colaboradores. Y esos mensajes pesan tanto como un comunicado oficial o una campaña de employer branding.

La búsqueda de empleo y el cierre de una relación laboral comparten algo esencial: ambos son escenarios de comunicación invisible, donde la reputación se construye o se erosiona más allá de lo explícito.

## El candidato: la estrategia invisible en la búsqueda de empleo

La presencia auténtica no es una pose ensayada, sino la coherencia entre lo que uno cree de sí mismo y lo que proyecta. Amy Cuddy, profesora de Harvard, lo explica en El poder de la presencia: la verdadera confianza surge cuando somos conscientes de nuestros valores y logramos expresarlos sin máscaras.

En una entrevista, la seguridad se percibe en segundos:

- La manera de entrar a la sala o conectarse a una videollamada.
- El apretón de manos o el saludo inicial.
- El tono de voz y el ritmo de las pausas.
- La capacidad de escuchar y de leer al interlocutor.

No es casualidad que muchos candidatos técnicamente calificados sean descartados en fases finales. El entrevistador no solo evalúa competencias, también busca señales de liderazgo, credibilidad y energía. Y esas señales rara vez se transmiten con palabras.







## El entorno también habla

En un mercado híbrido, donde entrevistas virtuales son cada vez más comunes, el entorno se ha convertido en una carta de presentación silenciosa. Un fondo caótico en Zoom o un escritorio desordenado puede contradecir el discurso de alguien que se describe como estructurado y organizado. La psicología ambiental lo explica con claridad: los espacios proyectan valores. Orden, disciplina, profesionalismo, apertura... o, en sentido contrario, caos, descuido y falta de dirección.

## El momento oportuno y la lectura del otro

La persuasión no consiste en hablar más, sino en elegir el momento correcto. Un candidato que insiste con su pitch cuando el entrevistador está distraído pierde terreno, mientras que aquel que sabe esperar y adaptarse a la energía de la conversación transmite inteligencia emocional.

La estrategia invisible consiste en calibrar constantemente: observar gestos, tonos y silencios para responder en el momento exacto.

## Apariencia, efecto halo y reputación

Estudios en psicología social confirman que en los primeros segundos se construye una impresión difícil de revertir. Este fenómeno, conocido como efecto halo, hace que atribuyamos cualidades positivas o negativas basándonos en un solo rasgo observable, como el arreglo personal.

No se trata de superficialidad, sino de coherencia. La forma en que un candidato se presenta es una extensión de su disciplina, su cuidado personal y su respeto por el proceso.

## Para las empresas: el employer branding silencioso

Así como un candidato transmite sin palabras, las empresas también comunican con lo que hacen (o no hacen) al despedir a un colaborador.

\* En un contexto donde las reseñas en Glassdoor, LinkedIn y redes sociales amplifican  
\* cada experiencia, la forma en que se maneja una desvinculación pesa tanto como una  
\* campaña de atracción de talento.

Un despido frío, sin acompañamiento, deja cicatrices visibles en la reputación de la  
\* marca. En contraste, una empresa que invierte en programas de transición profesional  
manda mensajes claros:

- Valoramos a nuestra gente más allá del contrato.
- Cuidamos la dignidad en cada etapa de la relación laboral.
- Nuestra reputación como empleador se respalda con acciones, no solo palabras.

## Outplacement como estrategia de reputación

Cuando una empresa ofrece programas de transición, no solo ayuda a que un colaborador se recolocque más rápido. También fortalece su propio capital reputacional en tres dimensiones:

1. Atracción de talento: los mejores candidatos quieren trabajar en lugares que cuidan a su gente, incluso en los momentos difíciles.
2. Cultura interna: los que se quedan perciben que la organización es coherente y humana en sus decisiones.
3. Reputación externa: clientes, inversionistas y sociedad observan con lupa la forma en que se trata al talento.

El impacto es medible. Estudios globales señalan que más del 70% de los candidatos evalúan la reputación de una empresa antes de aceptar una oferta. Y en ese análisis, la experiencia de salida es tan relevante como el onboarding.

## La narrativa compartida: embajadores silenciosos

Un colaborador que vive una transición acompañada no solo mejora su empleabilidad, también se convierte en embajador de la marca. Hablará de la empresa que lo trató con respeto, que invirtió en su futuro, que entendió que el valor del talento no termina con un contrato.

Por el contrario, una experiencia negativa se comparte en promedio con el doble de personas que una positiva. Y en la era digital, ese eco puede multiplicarse en segundos.







## Conclusión: lo invisible es lo que más pesa

La búsqueda de empleo y la gestión de una salida comparten un mismo principio: lo que no se dice es lo que más comunica.

- \* Para los profesionales, significa entrenar la presencia, la coherencia y la inteligencia emocional.
- \* Para las empresas, significa entender que el employer branding no se construye solo con campañas de atracción, sino con la forma en que se acompaña al talento en cada etapa de su ciclo.
- \* Porque al final, tanto para candidatos como para organizaciones, la reputación no se mide en discursos, sino en la huella invisible que dejamos en los demás.



 sandramichelsen  
 +52555 4327279  
 smichelsen@wewow.com.mx  
 www.wewow.com.mx

