Instituto Europeo de Alta Dirección | iead

GUÍA DE AUDITORÍA DE PERFIL

Lo que miran los *headhunters* en tu perfil de LinkedIn *antes de llamarte*

Y lo que ignoran por completo

Un headhunter no lee tu perfil como te imaginas. Lo escanea en unos segundos, filtra por palabras clave y decide si te abre o pasa al siguiente. Esta guía recorre tu perfil de arriba abajo desde su punto de vista: qué mira de verdad, cómo ganar puntos en cada parte y en qué detalles no merece la pena perder el tiempo. Al final tienes un checklist para revisar el tuyo en menos de media hora.

CÓMO USAR ESTA GUÍA

Léela con tu perfil abierto en otra pestaña. En cada apartado, compara lo que tienes con lo que se explica y apunta lo que cambiarías. Cuando termines, pasa el checklist final para no dejarte nada.

Antes de empezar: cómo te busca de verdad un headhunter

Casi nadie te encuentra por casualidad. Quien recluta suele trabajar con una herramienta de búsqueda y parte de un encargo muy concreto: un puesto, un sector, una zona y unos años de experiencia. Escribe unas palabras, aplica filtros y le sale una lista de decenas o cientos de perfiles. Ahí todavía no eres una historia; eres una fila más en esa lista.

El primer filtro es rápido y despiadado. Dedica unos segundos a cada perfil para decidir si lo abre o sigue. En ese vistazo solo ve tres cosas: foto, nombre y titular. Si con eso no queda claro quién eres y a qué nivel, no llega a leer nada más. Entenderlo cambia las prioridades: primero hay que aparecer en la búsqueda, luego salir bien en el listado y, solo entonces, convencer con el contenido.

LA IDEA QUE ORDENA TODO LO DEMÁS

Tu perfil trabaja en dos capas. Primero como buscador: las palabras clave que deciden si apareces. Y después como argumento: lo que te hace destacar una vez te han encontrado. Cuida las dos, y en ese orden.



Empecemos por lo que no importa

Antes de tocar nada, conviene saber qué puedes dejar en paz. Hay métricas y detalles a los que se les dedica muchísimo tiempo y que a un headhunter le dan igual. Empezamos por aquí a propósito, para que no gastes energía donde no cuenta y la reserves para lo que sí mueve la decisión.

- ✕ **El número de contactos a partir de 500**
  LinkedIn ya muestra 500+ y a nadie le importa si son 501 o 4.000. Cuenta la calidad de tu red, no cuántos son.

- ✕ **El Social Selling Index (SSI)**
  Es una métrica de la propia plataforma para tenerte enganchado. Ningún recruiter la mira, ni siquiera la puede ver.

- ✕ **La foto de portada perfecta**
  Ayuda a que el perfil se vea cuidado, pero no decide una llamada. No le dediques horas.

- ✕ **Publicar todos los días**
  Se valora más la constancia con criterio que la frecuencia. Comentar bien de vez en cuando gana a publicar por publicar

- ✕ **El sello All-Star como meta**
  Completar el perfil está bien, pero el indicador de progreso de LinkedIn no es lo que evalúa quien recluta.

- ✕ **Insignias, logros y demás gamificación**
  Son incentivos de la plataforma. En una búsqueda profesional no suman nada.

ENTONCES, ¿QUÉ SÍ CUENTA?

Sobre todo cuatro cosas: las palabras por las que te buscan, los resultados concretos de tu experiencia, la coherencia de toda tu trayectoria y que seas fácil de encontrar. El resto de esta guía va de eso. Y empieza justo por lo primero: las palabras clave.

Las palabras clave: el idioma en el que te buscan

Todo empieza aquí. Quien recluta no lee perfiles al azar: escribe términos en un buscador y solo aparecen los que los contienen. Si las palabras por las que te buscarían no están en tu perfil, no existes para esa búsqueda, por muy bueno que seas. Piensa en tu perfil como algo que hay que hacer encontrable, no solo bonito de leer.

1

CÓMO ENCONTRAR LAS TUYAS

Apunta los puestos exactos a los que aspiras (los que verías en una oferta, no un cargo creativo interno), las herramientas y metodologías que dominas, y los términos propios de tu sector. Un truco rápido: abre tres o cuatro ofertas del tipo de trabajo que quieres y subraya las palabras que se repiten. Esas son las tuyas.

2

DÓNDE COLOCARLAS

Reparte tus dos o tres palabras principales por los sitios que más pesan en la búsqueda: el titular, las primeras líneas del extracto, los cargos y descripciones de la experiencia, y las aptitudes. Usa los términos tal y como los escribe el mercado, e incluye variantes cuando tengan sentido, por ejemplo la versión en español y en inglés, o responsable y manager.

3

EL ERROR QUE HAY QUE EVITAR

No amontones palabras clave ni repitas lo mismo diez veces. Se nota, se lee fatal y no ayuda. La idea es que los términos correctos estén presentes de forma natural dentro de frases que cualquiera entiende, no una lista de etiquetas apiladas.



1

FOTO DE PERFIL

Es lo primero que se ve y lo que más marca la primera impresión. Nadie busca una foto perfecta; buscan una señal de que hay una persona real y profesional detrás.

Lo que revisan

Que haya foto (los perfiles sin foto se saltan casi siempre), que transmita cercanía y seriedad, un encuadre de cara y hombros, la mirada a cámara y un fondo que no distraiga.

Cómo ganar puntos

Una foto reciente, con buena luz y nítida, ropa acorde a tu sector y una expresión natural. La cara debería ocupar en torno a la mitad del encuadre. Una foto hecha con el móvil junto a una ventana funciona de sobra.

Lo que no les importa

Que sea de estudio caro, los filtros o una portada muy trabajada. El fondo artístico no suma; la claridad sí.

2

TITULAR

Después del nombre, es lo que más pesa en las búsquedas, y aparece en cada resultado del listado. Por defecto LinkedIn pone tu puesto actual y casi nadie lo cambia, así que aquí hay una ventaja fácil de aprovechar.

Lo que revisan

Si el titular deja claro qué haces y a qué nivel, y si contiene las palabras exactas por las que alguien te buscaría en tu sector.

Cómo ganar puntos

Junta rol, especialidad y sector o valor. Por ejemplo: Responsable de Marketing | Performance y CRM en formación online. Escribe lo que tecletaría un recruiter en el buscador y asegúrate de que esos términos están ahí.

Lo que no les importa

Las frases motivacionales, los apasionado de, el exceso de emojis y los cargos inventados tipo ninja o gurú. Ocupan sitio y no aportan búsqueda.

3

EXTRACTO (ACERCA DE)

El primer bloque en el que puedes contar tu versión. Muchísima gente lo deja vacío, y un extracto en blanco se lee como un perfil abandonado.

Lo que revisan

Las dos primeras líneas, que es lo único que se ve sin desplegar. Si en ese arranque queda claro quién eres y hacia dónde vas, y si aparecen tus palabras clave.

Cómo ganar puntos

Abre con una primera línea concreta que enganche, resume tu trayectoria en tres o cuatro líneas y cierra diciendo hacia dónde te diriges. Escríbelo en primera persona, como hablarías en una entrevista.

Lo que no les importa

Que sea larguísimo o que suene a nota corporativa. Se valora más la claridad que la grandilocuencia; un texto sincero gana a uno hinchado.

4

EXPERIENCIA

El corazón del perfil, y donde se decide de verdad si te llaman. El fallo más común es describir funciones en lugar de resultados.

Lo que revisan

La coherencia de tu recorrido, cuánto tiempo pasas en cada puesto y, sobre todo, qué conseguiste, no solo qué hacías.

Cómo ganar puntos

Acompaña cada puesto con dos a cuatro líneas de impacto medible: cifras, porcentajes, alcance. Gestioné campañas dice poco; reduje el coste por lead un 22% en seis meses dice mucho. Añade contexto útil, como el tamaño del equipo o el presupuesto que llevabas.

Lo que no les importa

Enumerar todas y cada una de las tareas del puesto, o un cargo rimbombante que no deje claro qué hacías en realidad.

5

APTITUDES Y VALIDACIONES

LinkedIn usa las aptitudes para cruzarte con las búsquedas. Es posicionamiento puro: si no tienes la aptitud por la que filtran, no apareces.

Lo que revisan

Si tus aptitudes principales encajan con el puesto que buscan, y en especial las tres que tienes destacadas arriba.

Cómo ganar puntos

Prioriza las aptitudes técnicas y de sector que de verdad importan para tu objetivo, deja arriba las tres más relevantes y consigue validaciones de gente creíble que haya trabajado contigo.

Lo que no les importa

Acumular cincuenta aptitudes genéricas como trabajo en equipo o Microsoft Word, o el número total de validaciones si vienen de perfiles que no tienen que ver con lo tuyo.

6

RECOMENDACIONES

La prueba que no puedes escribir tú, y por eso convence. Un par de buenas recomendaciones dan más credibilidad que cualquier cosa que digas de ti mismo.

Lo que revisan

Si las tienes, de quién vienen (un jefe o un cliente pesan más que un compañero) y si dicen algo concreto o son de relleno.

Cómo ganar puntos

Pide dos o tres a personas con las que trabajaste de cerca y sugiéreles qué aspecto destacar, para que no salgan genéricas. Una recomendación que menciona un logro real vale por diez elogios vagos.

Lo que no les importa

Los intercambios evidentes de te recomiendo si me recomiendas y las recomendaciones vacías, sin ningún detalle.

7

FORMACIÓN Y CERTIFICACIONES

Confirma tu base y, sobre todo, enseña si sigues aprendiendo. Es una de las señales más claras de un perfil al día y con ambición.

Lo que revisan

Que tu nivel formativo encaje con el puesto, si hay formación reciente y si tienes certificaciones propias de tu sector.

Cómo ganar puntos

Incluye la formación relevante y las certificaciones en vigor, y suma los cursos o programas que demuestren que te sigues formando. Una formación reciente transmite movimiento y ganas, justo lo que busca quien recluta.

Lo que no les importa

Cursos de hace quince años sin relación con tu rumbo actual, o el detalle de cada asignatura. Ocupa espacio y no aporta.

8

ACTIVIDAD Y CONTENIDO

Un perfil que se mueve transmite que la persona está presente y es accesible. No hace falta ser creador de contenido, basta con no parecer inactivo.

Lo que revisan

Si has tenido algo de actividad reciente (un perfil vivo da más confianza que uno congelado) y el tono de lo que compartes o comentas.

Cómo ganar puntos

Comentar con criterio en publicaciones de tu sector ya suma. Con algo de actividad cada pocas semanas basta para no parecer un perfil dormido.

Lo que no les importa

El número de seguidores, publicar por publicar o entrar en polémicas. La constancia con cabeza pesa más que el volumen.

9

AJUSTES QUE DECIDEN SI APARECES

Detalles técnicos que casi nadie revisa y que, sin embargo, determinan si entras o no en las búsquedas de un recruiter.

Lo que revisan

A través de sus filtros: tu ubicación, si tienes activado Abierto a ofertas (visible solo para recruiters), el idioma del perfil y la disponibilidad que declaras.

Cómo ganar puntos

Activa Abierto a ofertas en el modo visible solo para recruiters, revisa que la ubicación y el sector estén bien puestos, personaliza la URL de tu perfil y ten el perfil en el idioma en el que quieres que te encuentren, con una versión en inglés si tu objetivo es internacional.

Lo que no les importa

La insignia pública de buscando empleo sobre la foto, que en algún contexto puede restar, o el color de fondo de la cabecera.

Señales que te dejan fuera de la lista

Estos son los motivos más habituales por los que un buen candidato se cae antes de que nadie llegue a leer su experiencia. Míralos con especial atención.



EVITA

- Perfil incompleto o con el titular por defecto que pone LinkedIn.
- Huecos de tiempo entre puestos sin ninguna explicación.
- Incoherencia entre lo que dice el titular y lo que muestran los puestos.
- Faltas de ortografía o errores claros de redacción.
- Una experiencia que solo enumera funciones, sin un solo resultado.
- Foto inexistente, muy antigua o poco apropiada para el sector.
- Ninguna vía de contacto ni señal de disponibilidad.

Cómo dar el primer paso: escribir a quien recluta

Con el perfil a punto, a veces no hace falta esperar a que te encuentren. Escribir tú a un responsable de selección funciona, siempre que lo hagas bien. Estas personas reciben muchos mensajes, así que responden a los que son cortos, concretos y fáciles de contestar.

→ **Personaliza la primera línea**
Menciona algo específico: la empresa, un puesto que han publicado, algo suyo que hayas visto. Nada de un saludo genérico que sirve para cualquiera.

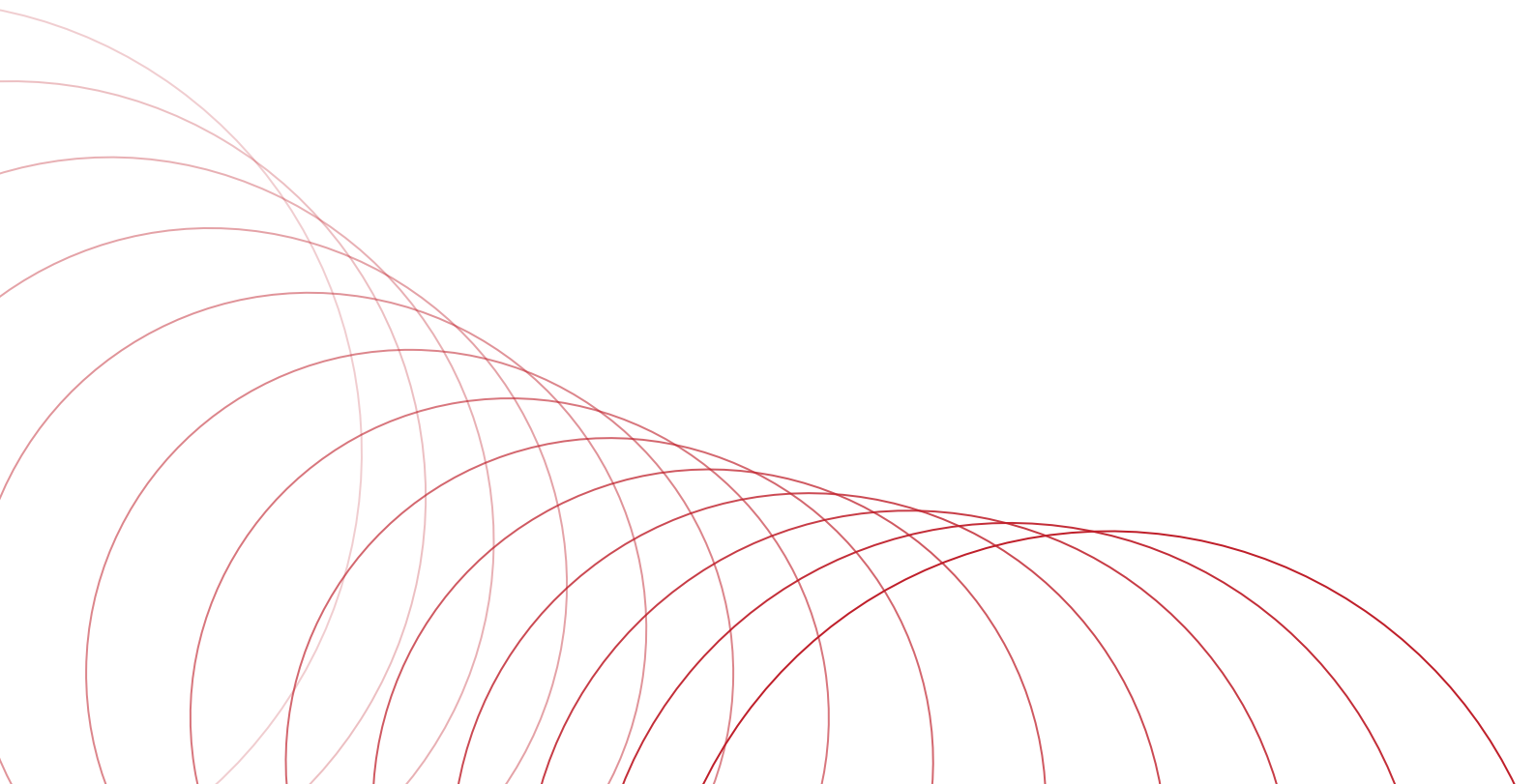
→ **Ve al grano en dos líneas**
Di quién eres y por qué escribes, sin soltar tu biografía entera. Ya tendrás tu perfil para el detalle.

→ **Sé concreto en lo que buscas**
Pedir cualquier oportunidad transmite que no sabes qué quieres. Cuanto más claro seas sobre el tipo de rol, más fácil te lo pones.

→ **Ponle fácil el sí**
Cierra proponiendo un paso pequeño, como una llamada corta, en vez de esperar que sea la otra persona quien organice.

→ **Cuida el canal**
En LinkedIn, si aún no estáis conectados, una nota breve en la solicitud suele funcionar mejor que un mensaje largo. En correo, el asunto decide si te abren.

→ **Un solo recordatorio**
Si no responde, un mensaje amable a la semana está bien. Insistir más resta más que suma.



Modelos para copiar y adaptar

Los corchetes marcan lo que tienes que cambiar en cada caso. Cámbialo todo: un mensaje que se nota reciclado es peor que no escribir.

LINKEDIN · NOTA BREVE AL ENVIAR LA SOLICITUD DE CONTACTO

Hola [nombre], veo que llevas la selección de [área] en [empresa]. Trabajo en [tu especialidad] y me interesa mucho lo que estáis haciendo con [algo concreto]. Me encantaría estar en contacto por si en algún momento surge algo donde pueda encajar. Gracias.

LINKEDIN · MENSAJE UNA VEZ CONECTADOS

Hola [nombre]:

Te escribo porque he visto que [empresa] está creciendo en [área o proyecto] y es justo el tipo de reto que busco. Vengo de [tu rol o logro breve y concreto] y creo que podría aportar en [algo específico].

¿Tendrías quince minutos esta semana o la que viene para comentarlo? Te dejo mi perfil por aquí por si quieres echarle un vistazo antes.

Un saludo,

[Tu nombre]

CORREO · CON

Asunto: [Tu nombre], [tu perfil, p. ej. Responsable de Marketing] interesado en [empresa]

Hola [nombre]:

Te escribo porque sigo lo que hacéis en [empresa], sobre todo [algo concreto], y me gustaría saber si encajo en vuestros procesos de selección.

En los últimos años he [logro concreto, con una cifra si la tienes] y ahora busco [tipo de rol o reto]. Te dejo mi perfil de LinkedIn [enlace] por si quieres verlo con calma.

¿Te vendría bien una llamada corta esta semana? Me adapto a tu agenda.

Gracias por tu tiempo,
[Tu nombre]
[Teléfono · LinkedIn]

Checklist: revisa tu perfil en media hora

Recorre tu perfil con esta lista al lado y marca cada punto solo cuando puedas responder que sí con sinceridad. Lo que quede sin marcar es tu lista de tareas.

Palabras clave

- [ ] Sé por qué tres o cuatro términos quiero que me encuentren.
- [ ] Esos términos aparecen de forma natural en el perfil.

Foto

- [ ] Tengo una foto reciente, nítida y con buena luz.
- [ ] Se me ve la cara con claridad y miro a cámara.
- [ ] La ropa encaja con mi sector.

Titular

- [ ] Mi titular dice qué hago y a qué nivel, no solo el puesto.
- [ ] Incluye las palabras por las que me buscarían.
- [ ] No hay frases motivacionales ni cargos inventados.

Extracto

- [ ] Las dos primeras líneas enganchan y se entienden sin desplegar.
- [ ] Resumo mi trayectoria y hacia dónde voy, en primera persona.

Experiencia

- [ ] Cada puesto tiene resultados medibles, no solo funciones.
- [ ] Hay cifras, porcentajes o alcance en los logros que importan.
- [ ] La progresión es coherente y sin huecos sin explicar.

Aptitudes

- [ ] Mis tres aptitudes destacadas son las más relevantes para mi objetivo.
- [ ] He quitado las aptitudes genéricas que no aportan.
- [ ] Tengo validaciones de gente creíble.

Recomendaciones

- [ ] Tengo al menos dos, de jefes o clientes.
- [ ] Mencionan algo concreto, no elogios vagos.

Formación

- [ ] Aparece mi formación relevante y las certificaciones en vigor.
- [ ] Se nota que me sigo formando con algo reciente.

Actividad

- [ ] He tenido algo de actividad útil en las últimas semanas.
- [ ] El tono de lo que comparto o comento es profesional.

Ajustes

- [ ] Tengo activado Abierto a ofertas visible solo para recruiters.
- [ ] Ubicación, sector e idioma del perfil están bien configurados.
- [ ] He personalizado la URL de mi perfil.

YA TIENES LA PARTE QUE DEPENDE DE TI

Dejar el perfil a punto es un buen primer paso, y lo has dado. A partir de aquí, lo que hace que una llamada acabe en algo es **tener cosas sólidas que contar**: resultados, criterio y una formación que respalde lo que dices.

Instituto Europeo de Alta Dirección | iead