

**Guía “Cómo diseñar
un curriculum en la Era Digital:
del curriculum tradicional a la marca personal”**



www.orientamartamouliaa.es

DEL CURRICULUM A LA MARCA PERSONAL, PASANDO POR EL CURRICULUM SOCIAL

El curriculum no ha muerto por mucho que se nos trate de vender la moto. Si bien es cierto que actualmente hay una evolución en la forma de visualizar o demostrar “la trayectoria profesional, los conocimientos, el saber hacer y los valores” del profesional.

Todas las personas que somos orientadoras y asesoramos a profesionales, conocemos muchas empresas que siguen requiriendo un curriculum vitae en los procesos de selección. Y también nos encontramos con una parte de la población que no poseen competencias digitales, y solo disponen de un historial laboral en papel. Principalmente por estos motivos, el curriculum tradicional sigue vivo.

Ahora bien, el curriculum podrá tener un formato u otro dependiendo de si la persona tiene conocimientos digitales, a quién o a qué empresa se dirija, de su ocupación, o de como se quiera diferenciar de los demás. Las nuevas formas de demostrar la propuesta de valor son “el curriculum social” donde toda la información aparece en la red, ya sea en las búsquedas de Google, su propia web/blog, plataformas como LinkedIn o portales de empleo y la “Marca Personal”.

El curriculum vitae es una forma de presentar la trayectoria profesional de las personas de una manera organizada. Con el devenir de los tiempos se ha ido incorporando nuevas formas de presentación, colores, diseños creativos, videocurrículum, portfolio, y nuevos apartados como las competencias y logros, entre otras.

Lo que sí está claro es que **el curriculum se debe personalizar de tal forma que capte nuestra esencia**. Debe contener nuestra trayectoria profesional pero también tiene que mostrar nuestros logros y nuestra propuesta de valor.

A continuación, doy unas pautas generales para romper en cualquier momento, en función de lo que cada profesional estime conveniente para lograr sus objetivos. Porque los orientadores, familiares y amigos podremos dar nuestra opinión más o menos autorizada, pero quien decide, se conoce a sí mismo, sus objetivos y su público objetivo es el propio profesional.



1.SENCILLO Y SIEMPRE CON EL MISMO CRITERIO

El **Curriculum** es nuestra carta de presentación ante clientes, colaboradores, reclutadores o las personas encargadas de hacer el primer filtro. Por lo tanto, la lectura del mismo tiene que ser fácil y ello conlleva que sea claro y sencillo.

Debe tener un orden lógico, el que decida cada persona, pero siempre con el mismo criterio. Es decir, si la experiencia laboral se ordena de lo más actual a lo más antiguo, la formación deberá seguir ese mismo orden.

Una opción que recomiendo de manera general en las personas jóvenes que buscan empleo es que la formación aparezca lo primero en el cv, y en el caso de profesionales con experiencia laboral dilatada, está se encuentre al principio. La razón de dicho orden es que en los jóvenes se valora más la formación, y en el caso de los seniors, la experiencia.

Aunque actualmente, con la revolución 4.0, la adquisición de las nuevas competencias digitales es un valor a destacar en cualquier historial, y máxime si se quiere reorientar la trayectoria profesional. Por ejemplo, si un profesional de la abogacía en asuntos civiles, quiere reorientarse al legal tech, y se cualifica en áreas como el blockchain, chatbots o compliance. Tiene sentido que destaque esas competencias lo primero.

Con esto quiero decir que cada persona debe analizar en que cada momento, cual es la mejor forma de presentar lo que sabe, lo que sabe hacer y su propuesta de valor.

En la mayoría de los procesos de selección la persona que recluta tiene que leer muchos currículos, debe decidir cuales se preseleccionan y cuales se descartan, por lo que, si la forma de presentar la información es confusa, es bastante probable que se desestime. Ya sea en un curriculum tradicional o por ejemplo, el perfil de LinkedIn.

The Ladders ha realizado un estudio en el que ha seguido la mirada de los seleccionadores de personal a la hora de examinar un currículo, y han llegado a la conclusión que raramente dedican más de seis segundos a cada documento; pasado ese tiempo, se han formado una opinión bastante inamovible sobre el destino de sus candidatos.

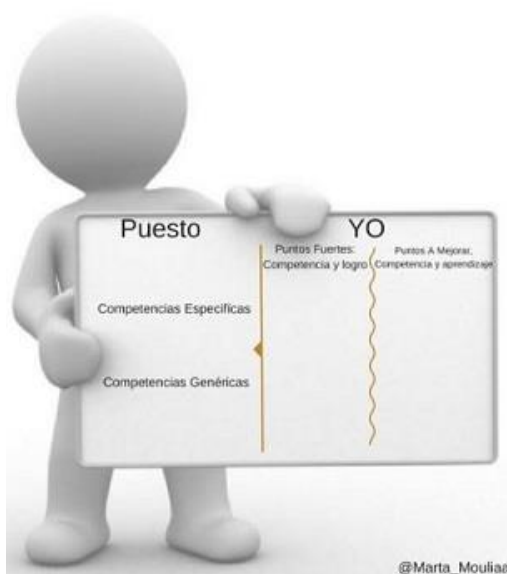
Quizá eso no sea del todo cierto y no se puede generalizar, pero es irrefutable que, si el curriculum no es sencillo y no “saltan los datos a los ojos del seleccionador”, difícilmente llegará esa candidatura a participar en el proceso de selección.

Un truco es identificar las palabras claves de la oferta de trabajo, resaltarlas en el curriculum (siempre que se tengan), y explicarlas (logros) o acreditarlas de alguna forma.

2. AJUSTADO AL PUESTO OFERTADO

Recomiendo, que antes de elaborar el curriculum hagamos un esfuerzo de imaginación y empatía, e intentemos **ponernos en la piel del reclutador**. La persona que hace la selección quiere encontrar profesionales idóneos al puesto.

Para averiguar si somos adecuados para el puesto es recomendable realizar un análisis del puesto de trabajo (si quieres conocer cómo realizarlo clica [aquí](#)) al que queremos optar. Buscar que competencias se requieren para desempeñar dicha ocupación y analizar los puntos fuertes que tenemos respecto al mismo. Una vez que hemos identificado aquellas competencias que tenemos coincidentes con el puesto es el momento de modificar el currículum vitae para adecuarlo.



Profesionales sobradamente preparados

Muchas veces cuando redactamos el curriculum queremos demostrar todo lo que sabemos y nuestra experiencia laboral. Esperamos que el profesional que lo lea pueda comprender lo que tanto esfuerzo no ha costado conseguir, además de todo el potencial que podemos dar. ¿Qué ocurre cuando la formación o experiencia es superior al puesto que se quiere ocupar?

Disponer de **demasiada formación o experiencia** en puestos **donde el cargo es inferior** puede ser motivo para que el Cv sea ignorado y no pase el filtro. Por ejemplo, si la oferta es un puesto de administrativo

contable, el perfil que se buscará será de personas que aparte de disponer la formación adecuada tengan la experiencia de administrativa contable, por lo tanto, quién haya sido responsable o de dirección del dpto. de Administración, Financiero... es bastante probable que no encaje en el puesto, por mucho que esta persona “no le importe” trabajar en tareas con menos responsabilidad. El mismo caso ocurre cuando una Encargada/o de Tienda se presenta para un puesto de dependienta/e o un Jefe/a de taller quiera trabajar de operario/a.

El motivo puede ser que el seleccionador no quiere arriesgarse a que la persona contratada después de un tiempo se cansé con tareas sencillas y rutinarias respecto a su capacidad, y eso genere en él/ella una desidia o insatisfacción que pueda provocar que después de un periodo, la “persona contratada” busque otro trabajo más adecuado a su experiencia y capacidad real.

También se puede dar el caso que, si esa selección tiene que ser validada por la persona que ocupa el cargo “habitual” del candidato, considere que no desea tener un “contrincante” que le quite el puesto o que “cuestione” sus decisiones ante los jefes.

Sin embargo, también hay empresas que tienen personal en el departamento de “Gestión de Talento” que ven a la persona con una visión global e integral, y que antes de decidir conversan con la persona candidata. Considerando como una riqueza y un valor añadido, esa formación o experiencia de más en el/la profesional.

Por lo tanto, cada quién debe valorar de manera individual las circunstancias, a qué tipo de empresa y reclutador/a se enfrenta, y decidir.

Competencias ajustadas al puesto

Vuelvo a insistir que en el caso de que utilicemos el curriculum tradicional para enviar a ofertas de trabajo, se tiene mayores probabilidades de éxito si el **curriculum se elabora para cada puesto en concreto** que enviar el mismo a distintos puestos de trabajo o a distintos niveles profesionales.

Habrà que analizar o reflexionar acerca de las **competencias** técnicas (son las directamente relacionadas con la ocupación) y las genéricas (son las transversales y transferibles a una multitud de funciones y de tareas) del puesto solicitado, y si coinciden o no con las que tenemos y que reflejamos.

Tenemos que ser conscientes que hay muchas personas en el mercado laboral y que competimos con ellas a la hora de conseguir el puesto de trabajo. Si para todas las candidaturas a las que optamos indicamos las mismas competencias es bastante probable que quién realice la selección no considere nuestra candidatura.

Por ejemplo, no son las mismas competencias las que se requieren a un/a Auditor/a financiero/a que a un/a Técnico/a Comercial. La persona auditora requiere la competencia técnica de un grado en administración, economía o similar además de una experiencia laboral financiera, y competencias transversales como la preocupación por el orden y la calidad, pensamiento conceptual y analítico, planificación y organización, entre otras. En cuanto al comercial, su competencia técnica iría más encaminada a la experiencia laboral ya que la formación la determinará el tipo de producto o servicio que venda. Y las competencias transversales principales que se requieren son capacidad de negociación, persuasión, comprensión interpersonal y habilidades sociales.

Si queremos reflejar **nuestra trayectoria profesional en una plataforma** como LinkedIn debemos poner el foco en nuestra propuesta de valor, así como señalar los logros tanto de nuestra experiencia laboral como de las competencias que decimos que tenemos.

Las palabras clave que definen nuestra propuesta de valor deben aparecer en el titular, extracto, y a lo largo de la formación y experiencia. Los algoritmos premian la repetición y es un indicador más que hace que nuestro perfil se posicione.

Si se quiere ahondar en el tema de las competencias que se requiere para determinados puestos recomiendo “[el buscador de ocupaciones](#)” de la web de Barcelona Activa, así como su “[diccionario de competencias](#)” y la web de la Comisión Europea sobre la clasificación de capacidades, competencias, cualificaciones y ocupaciones [ESCO](#). También aconsejo la lectura del documento de Fundación Adecco “[Eres lo que te gusta](#)” una guía para que los jóvenes descubran en sus aficiones, habilidades y competencias para el empleo.

3. EXTENSIÓN DEL CURRICULUM VITAE

Cabe decir que el curriculum vitae es algo vivo y que no tiene nada que ver la trayectoria profesional de un estudiante que busca su primer empleo que, de un senior, ni la forma de presentarlo. Al estudiante con una hoja es suficiente, pero quizá a alguien con una trayectoria extensa necesitará escribir más porque ha vivido más.

Volvemos a las reglas generales, lo normal son dos folios, pero considero que es una pauta y no un dogma de fe. La extensión será la que necesite la persona, si bien es cierto que debemos seguir la primera norma "sencillo y que se encuentre la información".

Mi recomendación en el caso de vidas profesionales extensas o con mucha información es crear un curriculum vitae y un Anexo. El curriculum será lo más sencillo posible, y en el caso que el seleccionador esté

interesado en el candidato o candidata podrá leerse el anexo, donde puede constar de manera más detallada: ponencias o formación que ha impartido, recomendaciones, proyectos o trabajos que ha realizado con explicaciones más precisas o imágenes...

También se puede incluir enlaces en el caso que la persona candidata disponga de una web, o de una URL donde tenga la información recogida, un portfolio virtual.

4. EL CV CIEGO

El objetivo del curriculum ciego es que el talento del profesional destaque, eliminando cualquier dato como la edad, el género, la nacionalidad, el lugar de residencia/nacimiento o la foto, que pueda dar lugar a una discriminación por parte de los reclutadores en los procesos de selección.

El anonimato en el currículum en las personas senior, minorías o mujeres, y para determinados puestos o sectores hace que las posibilidades de tener una entrevista, aumente. El objetivo, conseguir pasar ese primer filtro en los procesos de selección y poder tener acceso a una entrevista de trabajo. Algunas empresas lo tienen incluido en su responsabilidad social corporativa.

Pero según mi opinión, de nada sirve un Cv ciego si no se cambia antes de mentalidad. Las personas responsables de recursos humanos, así como quién toma la última decisión de contratación deben evitar las discriminaciones y los prejuicios cuando entrevista a candidatos/as y toma la decisión de contratación.

Es preciso que las personas que toman dichas decisiones sean conscientes de sus estereotipos y sesgos, como detectarlos y combatirlos. Porque de nada valdrá evitar ese primer filtro, si se traslada esa criba a la entrevista.

La valoración de la idoneidad de la persona candidata debe estar unida a su trayectoria laboral, competencias, capacidades y valores. Considero que el talento no tiene etiquetas y que la diversidad en la empresa es su riqueza.

5. EL CURRICULUM SOCIAL

El curriculum social y la marca personal son la antítesis del curriculum ciego. Donde se valora la candidatura del profesional conociendo de antemano todos los aspectos de ella que aparecen en internet.

A nadie le sorprenderá que el personal responsable de los procesos de selección pueda investigar las publicaciones de quién va a contratar, de manera previa a la entrevista o posteriormente, si dicho profesional publica su vida personal y profesional en las redes sin ninguna restricción en el acceso.

La información se utiliza para conocer mejor a los/las candidatos/as y poder contrastar la información que se dispone. El curriculum social consta de tres apartados:

- Publicaciones: No solo lo que compartimos sino también nuestros comentarios y lo que nos gusta. Sirve para averiguar cualidades y competencias del candidato, así como gustos y valores.
- Contactos, sirve para conocer su red de personas, de quién se "nutre" intelectualmente, quienes le dan valor como candidato/a, si crea relaciones, recomendaciones, networking, etc
- Marca personal, como los demás le perciben, cuál es su reputación.
- Web/ Blog, en caso de tener.

En el Informe Redes Sociales y Mercado de Trabajo de Infoempleo y Adecco señala que recursos humanos a la hora de seleccionar candidatos/as recurren a las redes social para consultar sus perfiles: el 31 % siempre y el 34% de vez en cuando. Es decir, el 65% suelen acceder al curriculum social. Por norma general, se consulta la actividad y reputación del candidato antes de la entrevista.

En cuanto a la cuestión de si han reconsiderado a algún/a candidato/a preseleccionado/a después de ver sus perfiles en redes sociales, un 36% señaló que empeoró su opinión. Y un 33% ha rechazado a un candidato/a por su actividad en redes sociales.

En el lado positivo, el 21% de las empresas seleccionaron a candidatos por sus actividades en redes sociales. Y un 70% considera que el candidato activo en redes sociales tiene más oportunidades laborales que el inactivo.

6. MARCA PERSONAL

La marca personal es tu mejor curriculum. Las empresas, clientes, seleccionadores, profesionales te identifican como profesional excepcional porque hay unos talentos y características personales que te diferencian y te hacen único/a.

La marca personal es como los demás perciben quién eres, tus valores, tu saber hacer, tus competencias, capacidades y que te permite ser identificado por el entorno. En el ámbito laboral genera confianza, te diferencia del resto de tu competencia, atrae a tus potenciales clientes o reclutadores, te hace ser un referente o y en definitiva te facilita más oportunidades para ser elegido.



Maquiavelo decía: “todos ven lo que pareces, pocos palpan lo que eres”. Por eso es tan importante que como nos perciben los demás refleje la realidad de nuestra identidad. No existiendo interferencias ni distorsiones entre lo que somos y lo que parecemos o nuestra reputación.

Las claves en marca personal de manera resumida son tener claro en primer lugar los talentos que nos diferencian, para ello es preciso el **Autoconocimiento**. Detectar qué competencias te hacen único o excepcional como profesional y también cuales son aquellas que deberíamos cultivar y que quizá se tengan en un grado menor. Analiza tus valores y define tu identidad ¿Si no te conoces, qué huella vas a dejar? También es importante que descubras como los demás te perciben.

El segundo paso sería definir la **Estrategia** a seguir. Establecer tus objetivos profesionales, el ¿para qué lo quieres conseguir? Conocer cuál es tu foco. Diseñar la propuesta de valor que haces como profesional, confeccionar el mensaje que quieres transmitir, identificar a tu público objetivo y el sector al que te diriges.

Y por último, **el plan de comunicación** y visibilidad de tu marca que vas a utilizar, tanto offline como online. Sin olvidarse que junto a cada plan se deben medir los resultados y hacer un seguimiento de principales KPI's.

Si quieres profundizar más sobre marca personal te aconsejo que sigas a grandes profesionales expertos en la materia como son Andrés Pérez Ortega, Guillem Recolons o Eva Collado, entre otros profesionales.

7. HERRAMIENTAS PARA CREAR CV

Plataforma de cv



Plantillas Curriculum Vitae

[Curriculumvitae10](#)



[Curriculum online INAEM](#)



[CV Maker](#)



[Do you buzz](#)



[Europass](#)



[Kinzaa](#)



[LiveCareer](#)



[Microsoft Office](#)



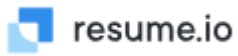
[Modelocurriculum](#)



[My perfect Resume](#)



[Onlinecv](#)



[Resume.io](#)



[Resumup](#)



[Visual CV](#)



[Visualize.me](#)



[Zety](#)

Herramientas de diseño con plantillas de cv



[Canva](#)



[Freepik](#)



[Easel.ly](#)



[Genial.ly](#)

www.orientamartamouliaa.es

Sígueme en las redes ¿Conectamos?



[@Marta_Mouliaa](https://twitter.com/Marta_Mouliaa)



<https://www.linkedin.com/in/martamouliaa/>



<https://www.facebook.com/MartaMouliaaOrienta/>