

DESTÁQUESE

CAUTIVE LA ATENCIÓN CON SU CURRÍCULUM

El currículum es la primera impresión que usted transmite a un potencial empleador. Es un breve recuento (1–2 páginas) de su experiencia, sus calificaciones y sus logros. El objetivo de su currículum es cautivar el interés del lector de forma tal que desee hablar con usted.

La mayoría de los currículums reciben un primer vistazo rápido del lector de entre 5 a 15 segundos. Su currículum deberá generar un impacto tal que cautive la atención del posible empleador. No hay una forma genérica de enfocar un currículum — siempre intente confeccionar cada currículum de un modo personalizado para que se ajuste lo mejor posible a las calificaciones requeridas por el empleo en cuestión.

El empleador desea conocer: “¿Qué puede hacer usted por mí?” ¿Cómo puede mejorar las operaciones de mi empresa? ¿Puede hacerme ganar dinero? ¿Hacerme ahorrar tiempo? ¿Mantener contentos a mis clientes? Su currículum no sólo debe exhibir las capacidades que usted tenga, sino que también debe mostrar sus éxitos.

Recuerde: Su currículum es el reflejo de lo que usted es y de su trabajo.

Asegúrese de que su currículum sea una fiel representación de usted.

Conozca los dos tipos de currículums: **Cronológicos y funcionales.**

Cronológicos

Un currículum cronológico enumera los trabajos relevantes en orden inverso, con el más reciente primero. Este formato es el más popular, el más fácil de preparar y generalmente tiene éxito.

Funcionales

Un currículum funcional enumera las experiencias de trabajo en cuanto a una o más “funciones” específicas, tales como “finanzas, servicios administrativos o de atención a clientes”. Enumera las contribuciones importantes hechas en cada función. La experiencia laboral se lista al final. El currículum funcional no hace énfasis en fechas ni posiciones. No muestra una progresión descendente, pone el énfasis en las capacidades transferibles. Es fácil cambiar su objetivo para reflejar algo diferente de su experiencia.

Danielle A. Trainer

1080 Trainer Trail, Houston, Texas 77001832 – 555 – 3595 dtrainer0520@yahoo.com

Trainer with ABC Management Company

Summary

Conscientious, degreed professional with over 15 years experience in training, recruiting and marketing. Presented materials to groups of 10-75 customers and staff. Proven record of developing and implementing training programs to address essential corporate goals which resulted in a 19% increase in staff productivity.

Areas of Expertise

Training & Development Skills

- Trained and educated professionals, potential clients, volunteers and general public
- Prepared and delivered 5-10 monthly presentations to groups of 10-75
- Developed 20 separate training manuals and handbooks with 10-30 pages for sales training
- Implemented a variety of presentations – lectures, audio visuals, encouraged audience participation
- Proficient in Microsoft Office and multiple learning management systems
- Placed in “Top 5 Sales Representative” for National Insurance Company within 2 years

Recruiting Skills

- Procured and retained an average of 5 new blood donor groups per month
- Identified potential commercial insurance clients and arranged meetings to analyze needs
- Prospected personal and commercial financial services clients, making up to 100 contacts per day
- Solicited sponsors and underwriters for non-profit culinary endowment

Marketing and Customer Service Skills

- Developed and implemented marketing plans for blood donor groups
- Communicated with 150 key blood group contacts within designated territory to maintain relationships
- Managed up to 40 blood drives per month, and up to 1,400 units of blood collected per month
- Reviewed client portfolios, analyzed risks versus goals to determine appropriate investment strategies
- Gathered data from potential commercial insurance, created submission and developed proposal
- Provided commercial insurance account servicing for \$500,000 premium book of business
- Developed and coordinated public awareness events, activities and media campaign
- Managed and serviced professional membership database of 1,200

Work History

- Donor Recruitment Consultant, Gulf Coast Regional Blood Center - Houston, TX 2004 – Present
- Financial Advisor, UBS Financial Service - Omaha, NE 2002 – 2004
- Commercial Insurance Sales Representative, Wausau Insurance Company - Omaha, NE 2000 – 2002
- Personal Insurance Agent, Intermountain Insurance Services - Avon, CO 1998 – 1999

Other Relevant Experience

- Commercial Insurance Account Manager, Arthur J. Gallagher & Co. - Denver, CO
- Marketing/Public Relations Director, Colorado/Denver Veterinary Medical Associates. - Denver, CO

Education

- Bachelor of Science, Business Administration with Marketing Specialty, University of Nebraska - Omaha, NE

(continuado en la otra cara)

DESTÁQUESE

CAUTIVE LA ATENCIÓN CON SU CURRÍCULUM

(Continuado)

Hágalo fácil de leer:

El formato de su currículum

Utilice un formato lógico para que les sea más fácil a los lectores darle un vistazo rápido, y elimine toda posible confusión.

Fuente: Escoja un estilo de fuente que sea claro y conservador, y seleccione un tamaño que sea de entre 10 y 12 puntos. Elija un único estilo de fuente y utilícelo a lo largo de todo el currículum. Su nombre puede ser dos puntos más grande.

Buenos ejemplos de fuente incluyen: Times New Roman y Verdana

Estilo de fuente: Las funciones **Negrita**, *Cursiva*, Subrayado y MAYÚSCULAS pueden servir para resaltar determinada información que quiera realzar. Sin embargo, no abuse de ellas, ya que si las usa en exceso no logrará resaltar nada.

Fechas: Utilice un esquema uniforme para todas las fechas. Use años para todos los trabajos si no conoce los meses exactos de todos sus empleos ej.: 2001-2002).

Color del papel: Sea conservador, use papel blanco o de color hueso.

Espaciado: Un margen de 1"– 1.25" para toda la hoja suele ser aceptable; deje abundante espacio en blanco.

Número de páginas: Un currículum tiene generalmente entre 1 y 2 páginas. Su currículum puede tener más de dos páginas si:

Usted está presentando un currículum vitae en lugar de un currículum abreviado (resumé), O usted tiene una extensa lista de:

- Calificaciones técnicas
- Credenciales y certificaciones
- Publicaciones
- Distinciones, reconocimientos, menciones de honor
- Proyectos especiales, etc.

Más allá del tipo de currículum que escoja, confeci-
ciónelo de forma tal que cautive el interés de la
persona que lo lea. La mayoría de los currículums
reciben un primer vistazo rápido del lector de entre 5

a 15 segundos. Es ahí cuando se toma la decisión de seguir leyendo o no. Esto hace que la primera parte del currículum sea de suma importancia. Utilice este espacio para hacer un buen resumen de sus fortalezas y capacidades. Presente el resto del currículum en un formato que destaque sus capacidades utilizando una exposición de logros.

Tenga en claro sus objetivos

Deberá confeccionar su currículum en base a su objetivo. ¿Está buscando trabajo en un área donde tiene experiencia o desea cambiar de ocupación? ¿Acaba de terminar la escuela, o los requisitos del empleo están enfocados en la educación?

Tenga en cuenta lo que esté buscando el empleador cuando seleccione qué incluir en su currículum y el orden de presentación de la información.

Resuma...para diferenciarse

Los gerentes contratantes y los reclutadores de personal son gente ocupada. Una única publicación o anuncio de búsqueda de empleo puede generar miles de respuestas y cantidades de currículums. De modo que tendrá que crear un currículum que lo distinga de entre el montón. Comience por un resumen u objetivo que llame la atención. Puede utilizar una lista con viñetas para cada capacidad o logro — es fácil de ver y se lee rápido. Un resumen bien logrado es útil al usar su red de contactos o en una entrevista.

Manténgalo actualizado

Asegúrese de que su currículum tenga la información de contacto más reciente. Si coloca una dirección de correo electrónico o un número de teléfono en su currículum no se olvide de actualizarlo y asegúrese de que sea preciso.

Decida qué es optativo

Incluir una dirección física no siempre es necesario. El empleador seguramente no necesite conocer su domicilio ni la ciudad en la que vive, a menos que el empleo involucre el traslado. Omitir la dirección puede generar más espacio en el currículum — y en algunos casos permite ajustar el currículum a una página sola, mejorando el impacto.

Workforce Solutions es un empleador/programa de igualdad de oportunidades.
Las personas con alguna discapacidad podrán solicitar asistencia y servicios auxiliares.
Números De Retransmisión De Texas: 1-800-735-2989 (TEXT0-TDD) 1-800-735-2988 (VOZ) • 711