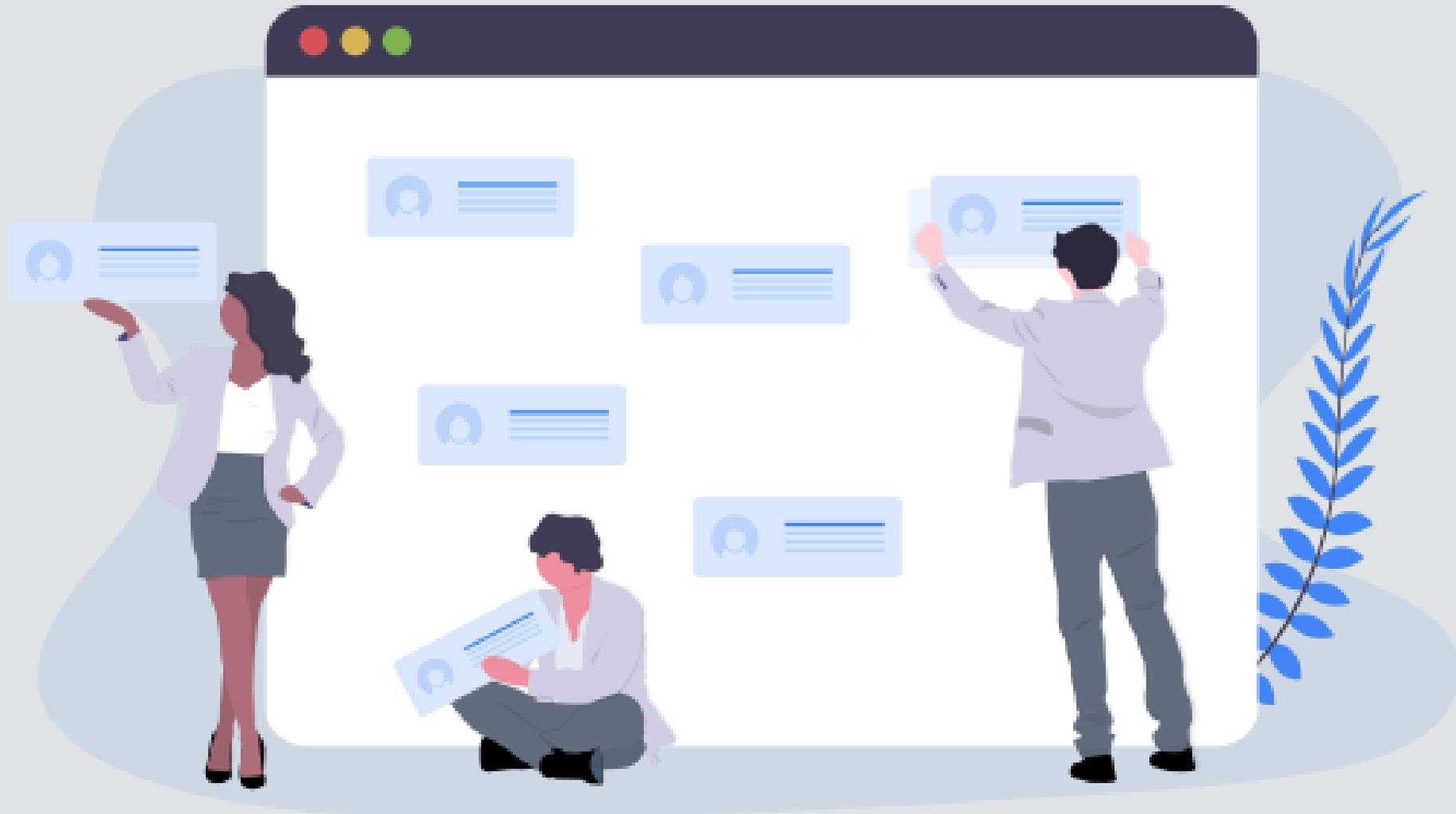


PROYECCIÓN PROFESIONAL



PSIC. YESICA DARIANA SÁNCHEZ SÁNCHEZ

Unidad I

Componentes de la imagen.



¿QUÉ ES PROFESIÓN?

Actividad permanente, ejercida mediante el dominio de un saber especializado que sirve de medio de vida, pero además determina el ingreso a un grupo social determinado.

Es decir se refiere al empleo o trabajo que alguien ejerce y por el que recibe una retribución económica.



¿QUÉ ES PROFESIONALISMO?

Persona que ejerce su profesión brindando bienes y servicios con disciplina y compromiso, garantizando el resultado con calidad de excelencia.

Otorgar las capacidades, conocimiento y habilidades necesarias para dicha actividad específica

¿QUÉ ES PROYECCIÓN PROFESIONAL?

Lo que yo muestro trabajando, como soy y como me siento en mi trabajo, es decir; la imagen o impresión que muestra una persona sobre sí misma en el ejercicio de su profesión

Objetivos de la proyección profesional

1. Equilibrio entre la integridad personal con lo profesional
2. Higiene y salud
3. Mayor competitividad globalizada
4. Crecimiento profesional
5. Seguridad personal y profesional

Imagen



Físico

Podemos decir que una buena presencia física depende básicamente de dos factores:

La forma de caminar y la postura.



Al tomar conciencia de que con el simple acto de caminar estamos comunicando un gran número de mensajes.

Algunas características

Transmite mensajes de lentitud, pereza, falta de energía, placidez y despreocupación



La comunicación no verbal sería la de prisa, angustia, preocupación y desesperación.



El individuo viene caminando con la vista ligeramente hacia arriba, la cara alzada, el mentón levantado, hace pensar que se cree superior



Tipos de cuerpo

ENDOMORFO (gordo)



Por lo general, cargan su peso en la parte inferior del abdomen, las caderas y los muslos en lugar de distribuirse uniformemente en todo el cuerpo. Este patrón de distribución de la grasa hace que sea un poco más difícil perder peso.

MESOMORFO (medio)



Los mesomorfos no tienen que preocuparse demasiado por lo que comen y pueden ganar masa muscular y perder peso con bastante rapidez con relativa facilidad, pueden considerarse sanos con una buena alimentación.

Ectomorfo (flaco)



Es uno de los tres somatotipos que se caracteriza por la delgadez y por la dificultad para aumentar el volumen de la masa corporal. El metabolismo es más acelerado.

EJEMPLOS DEL COMPONENTE FISICO

Estatura

Baja

Mediana

Alta



Tez

Morena

Clara

Oscura



Peso

Delgado

Normal

Medio



¿QUÉ ES IMAGEN PERSONAL?

La imagen personal es un estilo de ser, una forma de actuar y que cada persona tiene la suya.

Representación de la personalidad a través de la forma de vestir, hablar, caminar, saludar, hablar, postura y gestos.

La regla de oro para transmitir una buena imagen es que estemos a gusto y seguro de sí mismo, que contribuye y mejore el desarrollo personal.



Es importante cuidar la imagen personal: porque sin pronunciar ninguna palabra, podemos transmitir información e imprimir una imagen en la mente de la persona con la que interactuamos. Hay que tomar en cuenta lo siguiente y tener coherencia.

LO QUE SE DICE

EL COMPORTAMIENTO

El aspecto

La percepción

Se refiere a la forma en que una persona trata de entender el mundo en que viven, es la forma en que una persona se forma juicios y hace conclusiones sobre las características y los motivos de los demás.



Imagen pública

La imagen producirá un juicio de valor en quien la concibe, por lo que su opinión se convertirá en su realidad. Es la opinión que los otros tienen de nosotros como consecuencia de los estímulos que yo les envío como el vestuario.

Buena imagen

La forma de vestir es una de las piezas que conforman la carta de presentación de los profesionales y una de las más determinantes a la hora de triunfar en una compañía. Sin embargo, hasta el vestuario más exclusivo no tiene sentido si la actitud de quien lo porta no proyecta liderazgo y personalidad

La seguridad y confianza que proyecte un profesional, deberá venir respaldada por sus logros académicos, no por la marca o el color de ropa que esté usando. “Si no se demuestran los conocimientos técnicos básicos o su experiencia, de nada sirve vestir un traje de alta costura.



BUENA IMAGEN

Es el cuidado, atención y tiempo invertido a la apariencia física, vestimenta, el lenguaje oral y escrito, en el que generalmente produce satisfacción y bienestar.



T *Cada persona sabe qué es una buena imagen para si mismo, eso no implica mayores gastos o una inversión fútil de tiempo.*



Es recomendable el cuidado a nuestra imagen personal, atención y tiempo invertido a la experiencia física, vestimenta, el lenguaje oral, escrito y generalmente producir esa satisfacción y bienestar.

INDICADORES DE BUENA IMAGEN

1. El pensamiento antes de la oralidad
2. Cuidado al momento de escribir
3. Limpieza y decoro en la vestimenta
4. Uso de saludos y frases de cortes, de respeto y amabilidad
5. Baño regular



VESTIMENTA PERSONAL

Es aquella que se usa en diferentes contextos distintos a los labores o instituciones, como eventos, festivales, casa, etc. Reflejan relajación, gustos, comodidad, moda y preferencias.



Sin embargo, se tiene en cuenta que cada estilo tendrá una peculiaridad y hay que saber que colores vestir en base a nuestro cuerpo y color de piel, lo más recomendable es que piensen y combinen para averiguar que les queda mejor.

“tres prendas bien definidas y combinadas pueden hacer milagros”.

CULTO DE VESTIR

Vestir es cubrirse el cuerpo con costuras de tela/piel u otros elementos a fines de evitar la desnudez total y generalmente ornamentada (con adornos).

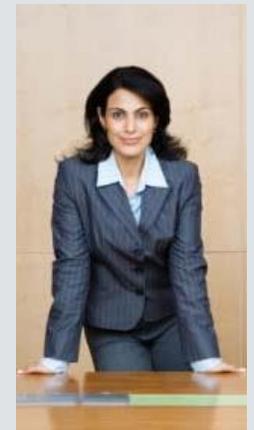
Vestimenta profesional para mujeres

CORRECTO

- △ Todo tipo de camisas y blusas con color: azul, gris, negro, café
- △ Pantalones y faldas de tipo sastre
- △ El largo de la falda debe ser a la altura de la rodilla
- △ Maquillaje discreto y natural
- △ Zapatos cerrados, preferentemente con tacón moderado.

INCORRECTO

- △ Faldas cortas
- △ Sandalias, ni zapatos deportivos
- △ Prendas brillantes, transparente o tonos metálicos
- △ Tirantes
- △ Tops
- △ Maquillaje cargado



Vestimenta profesional para hombres

CORRECTO

- △ Camisas manga larga lisas de un solo color, con rayas o cuadros en colores azul, gris o negro
- △ Corbata en color anterior
- △ Pantalones tipo sastre, gabardina
- △ Playeras tipo polo o camisas manga corta
- △ Zapatos cerrados con o sin agujeta, hechas de piel o sintético
- △ Arreglo del cabello, bigote o barba

INCORRECTO

- △ Prendas llamativas
- △ No usar calcetines
- △ Playera sin cuello
- △ Zapatos de tela o deportivos
- △ Ropa deportiva
- △ Mezclilla



CRITERIOS DE LA VESTIMENTA: 1.- Cultural

Túnica/Chandal

- Varones: cabellera larga, huaraches, pantalón
- Mujeres: cabellera larga, túnica multicolores, collares de semillas



Kilt



CRITERIOS DE LA VESTIMENTA: 2.- Religioso

Mantilla larga tirada sobre la cabeza y el pecho que cubre la cabeza.



Mantilla que cubre completamente la cabeza y el cuello.

FACTORES DE LA VESTIMENTA PROFESIONAL

ÉTICO:

Las instituciones no tienen reglas para la vestimenta, depende de la consciencia moral del profesional



DEONTOLÓGICO:

Existe una obligación normativa de vestir y no depende del profesional, sino del profesionalismo

Saludo

El saludo, junto con el contacto visual y la sonrisa, son nuestra mejor tarjeta de presentación. En la antigüedad el saludo era una señal de paz. Originalmente el contacto se hacía llevando la mano hasta el antebrazo para demostrar que no se guardaba ninguna arma bajo la manga.



Conservar la mano limpia y libre de sudor

Extender ampliamente la mano derecha con el pulgar hacia arriba y el resto de los dedos juntos

Deslizar la mano de la del otro hasta que se produzca el contacto completo

Apretar firmemente, pero sin lastimar, sacudiendo la mano del otro un par de veces.



En América del Sur, predomina el carácter latino y social del saludo, y es muy utilizado, del apretón de manos, los besos entre personas, incluso entre los caballeros, los abrazos y otras formas de expresión del saludo más cercanas.

En España, los besos son muy habituales en los saludos, no solo en el ámbito social o familiar, sino en el laboral.

Si hablamos de **países Orientales**, podemos destacar a Japón, por sus valores y arraigadas ceremonias tradicionales aún en vigor actualmente, prevalecen los saludos sin contacto físico; el saludo más habitual es una leve inclinación de cabeza como muestra de respeto por la otra persona



Saludar en Marruecos es costumbre que los hombres se den la mano y las mujeres den 3 besos. Las mujeres no saludan a algunos hombres ni siquiera con la mano, sobre todo, si visten de forma tradicional ya que no es costumbre tocar a la mujer.



El saludo en India es similar al de Tailandia, en India se colocan las manos juntas en una posición de oración con los dedos apuntando hacia arriba para después hacer una leve inclinación y decir "Namaste"

El saludo en el Tíbet se saca la lengua al saludar, aunque en occidente nos resulte un gesto muy antipático y de mala educación



Los italianos en el ámbito familiar y social suelen dar dos besos en la mejilla, eso sí, sin rozarla con los labios. Los italianos, a diferencia de los españoles, ofrecen primero la mejilla izquierda.

PROCEDIMIENTO PARA UN SALUDO CORTÉS

Cuando salude por 1ª vez a una persona, no tutee

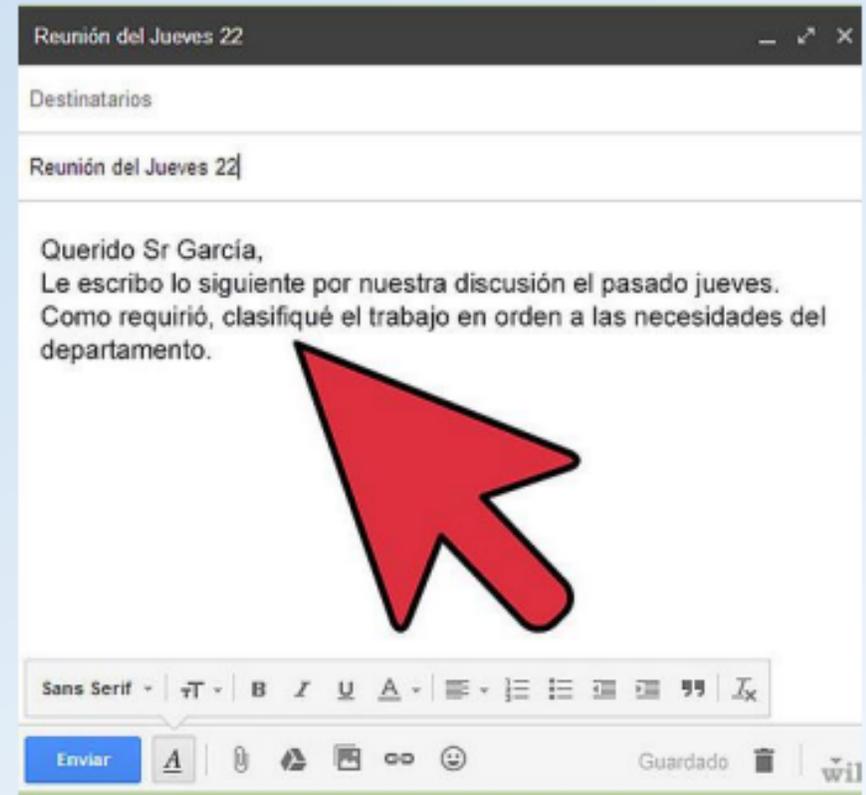
Diríjase a la persona por su nombre de pila

No salude de beso a menos que exista voluntad y confianza

Salude regularmente sin que interfiera asuntos emocionales

Estreche la mano con suavidad y calidez

En redes sociales y correo electrónico emita su saludo sea cordial, formal.



Juntas de trabajo

Son modelos de comunicación que estimulan la eficacia de la toma de decisiones y contribuyen al éxito de los resultados. lo cual se recomienda saber que:



Se selecciona en lugar y hora determinados.

El objetivo de una reunión debe estar claro desde el principio.

Si un tema puede resolverse sin reunirse, no cite a junta

Lista de temas para discutir.

Definición del orden del día.

Considere qué pasaría si no se celebra una reunión habitual.

Reflexione sobre los motivos del éxito de una reunión y qué hace que a veces sea un fracaso.

En este plano se deben considerar tres fases básicas:

- Preparación
- Desarrollo
- Evaluación

Este proceso debe ser integral para garantizar el éxito de nuestras juntas de trabajo, tomando en consideración que éstas cuestan tiempo y dinero, por lo cual hay que llevarlas al cabo sólo cuando sea necesarias, asegurándonos de que sean concisas y productivas.

Objetivos de la junta

Los objetivos de una junta de trabajo son fundamentales para el logro de los objetivos institucionales se debe contemplar el desglose de los detalles, la evaluación de los objetivos institucionales y la evaluación de los objetivos personales.

Por eso resulta vital definir la finalidad de la reunión:

- Informar
- Educar
- Resolver problemas
- Tomar decisiones
- Generar ideas
- Decidir sobre una propuesta



Los diferentes tipos de juntas de trabajo serán considerados en razón de la urgencia, perfil de asistencia y objetivos, permitiendo catalogarlos en dos tipos:

Juntas informales



Juntas formales

El ejecutivo debe pensar qué tipo de junta de trabajo desea llevar al cabo para contar con los recursos necesarios que permitan el cumplimiento de los objetivos fijados.

- Reflexionar sobre el tipo de reunión que necesita celebrar.
- Convocar a los asistentes.
- Elaborar el orden del día.
- Preparar el lugar de la reunión.
- Definir la ubicación de los asistentes.
- Cuidar detalles
- Promover las reuniones reducidas, pues evitan distracciones.
- Conseguir apoyo técnico antes de la reunión.
- Asegurarse de que hay acuerdo sobre el objetivo antes de iniciar.
- Reiterar el orden del día si los asistentes se apartan de él.



Actividad en clase

Para la siguiente clase deberán realizar una exposición (lámina, cartulina, diapositivas) donde nos hables del tema de ti mismo, tú presentación del tema que te agrade.

Tomando en cuenta el dominio del tema, los ademanes, la postura, manejo de público, gestos, contacto visual.

BUENA POSTURA

Una buena postura es más que pararse derecho para verse mejor. Es una parte importante de su salud a largo plazo. El mantener su cuerpo en la posición correcta, ya sea que esté en movimiento o quieto, puede ayudarle a evitar dolores, lesiones y otros problemas de salud. Hay dos tipos:

La postura dinámica

Se refiere a cómo se sostiene al moverse, como cuando está caminando, corriendo o al agacharse para recoger algo.



La postura estática

Se refiere a cómo se mantiene cuando no está en movimiento, como cuando está sentado, de pie o durmiendo.



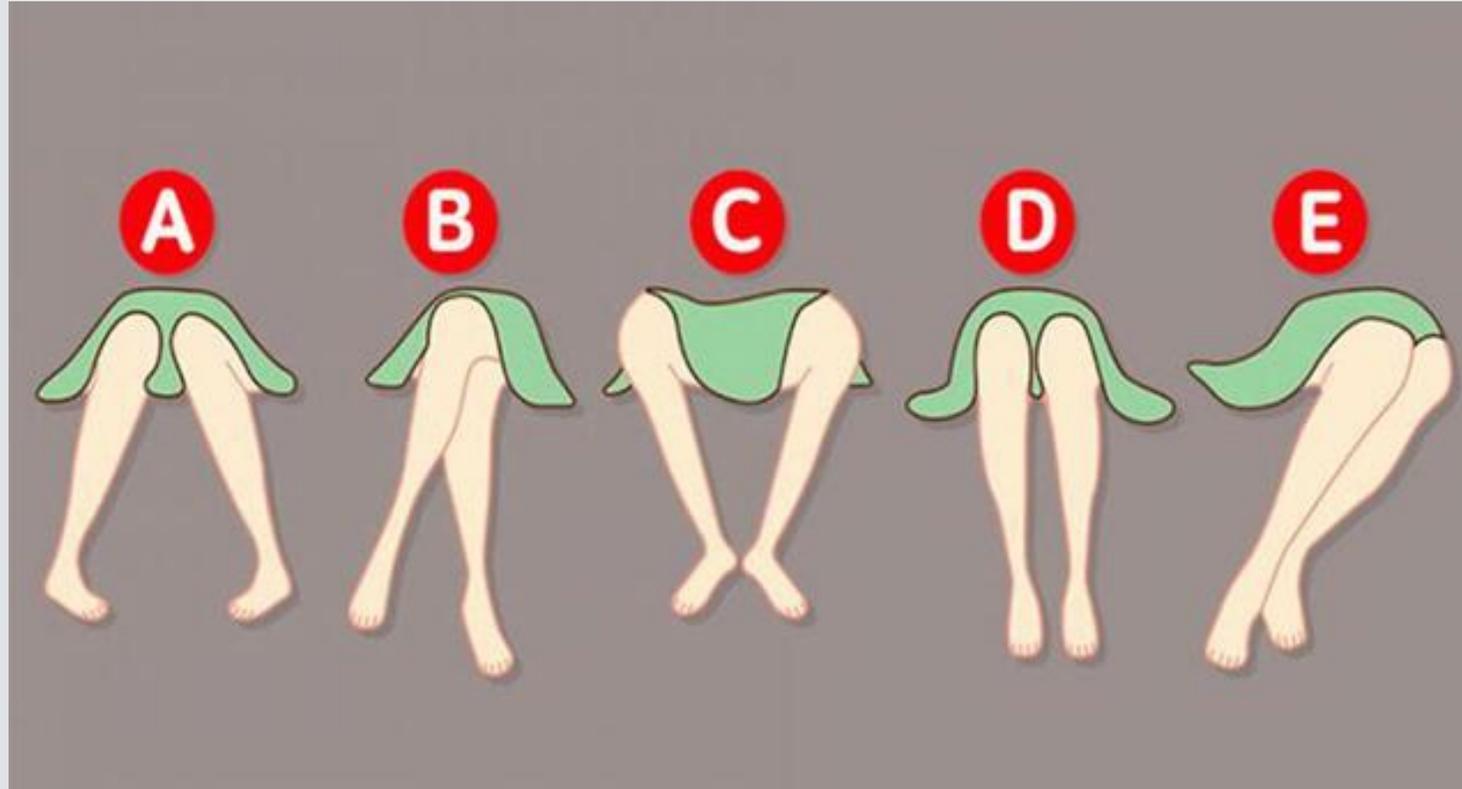
La postura estando parados o sentados también se convierte en un código de comunicación



Si se encuentran en una junta de trabajo en la que el gerente de ventas va a presentar su propuesta y al dirigirse a todos ustedes, lleva las manos en los bolsillos del pantalón. Se dice, “que la gente no confiará en ti si no puede verte las manos cuando hablas... así que asegúrate de siempre tenerlas visibles, estando parado o sentado”

Existen 5 formas de sentarse

Son las principales, así que debes observar en cuál estás tú o cuál es la que más se asemeja



Mucho de nosotros hacemos gestos que sin darnos cuenta tienen un significado el cual se le conoce como el lenguaje corporal, que ha sido objeto de varios estudios y también origen de bastantes mitos como el que dice que el 93% de la comunicación es no verbal.

CARACTERÍSTICAS

Piernas separadas y los pies apuntándose de frente

- Son buenos conversadores, saben escuchar, son encantadores, un poco infantiles e incluso un tanto excéntricos. capaces de emitir mucha felicidad o tristeza, según sea el caso, porque no saben mentir con el cuerpo, así que cualquier incomodidad será más que notorio

Piernas separadas, pero talones juntos

- Son personas empáticas, amables en extremo al punto de negar sus propios beneficios con tal de satisfacer el de otros. Son exigentes y complicados con sí mismos. Son desordenados y les cuesta concentrarse, su capacidad de distracción es admirable.

Piernas juntas

- Destacan por su impaciencia, odian la tardanza. Son sensibles, inteligentes y no temen expresarse en público. así como levantar la voz para discutir. Ellos expresan todo lo que sienten, sea bueno o malo. Son personas sencillas, reservadas y tienen un apego por la naturaleza.

Con las piernas a un lado

- Son personas ansiosas, que viven preocupadas por el mañana. Son persistentes, ambiciosas, observadores y están dispuestos a 'fabricar' su tranquilidad, para ellos es vital sentirse a gusto en el lugar donde esté, pero esta idea lo llevan al extremo porque no son capaces de quedarse en lugares donde sientan que los critican.

Pierna cruzada sobre otra pierna

- Son creativos, soñadores y amorosos. Destacan con su sola presencia, difícilmente alguien se aburrirá con ellos, tienen ideas nuevas (y locas) a cada momento. Les gusta viajar y aprender algo nuevo cada día. No temen dar el primer paso en cualquier situación, son osados y están dispuestos al cambio.



AUTOESTIMA

Es el grado de aprecio que cada persona tiene sobre sí misma, haciendo una reflexión objetiva de sus propias características físicas y emocionales

Existen dos componentes

AUTOCONCEPTO

Son las palabras, definiciones que usamos para describirnos y referirnos a nosotros mismos, así como la descripción de nuestras características personales

AUTOIMAGEN

Es la forma en qué nos percibimos de nosotros mismos, las ideas que tenemos sobre los que somos



Unidad II

Acciones estratégicas para establecer la imagen personal



Establecer una imagen personal

La imagen física como código de comunicación no verbal incluye no solamente las prendas de vestir

- El peinado
- El maquillaje
- Los accesorios masculino y femenino



Como los aretes, collares, pulseras y bolsa, incluyan también el cinturón, los zapatos, el reloj, los anteojos y portafolios masculinos

Incluye la postura al pararse y sentarse y el modo de caminar, la sonrisa y otros gestos, los ademanes, el contacto visual y la conducta táctil, aspectos que deberán estudiarse y saberse manejar correctamente para poder ser poseedores de una buena imagen personal.

TIPOS DE COMUNICACIÓN: 1.- VERBAL

La comunicación verbal utiliza palabras habladas o escritas para compartir información con otros. El **idioma*** es fundamental para la comunicación verbal.

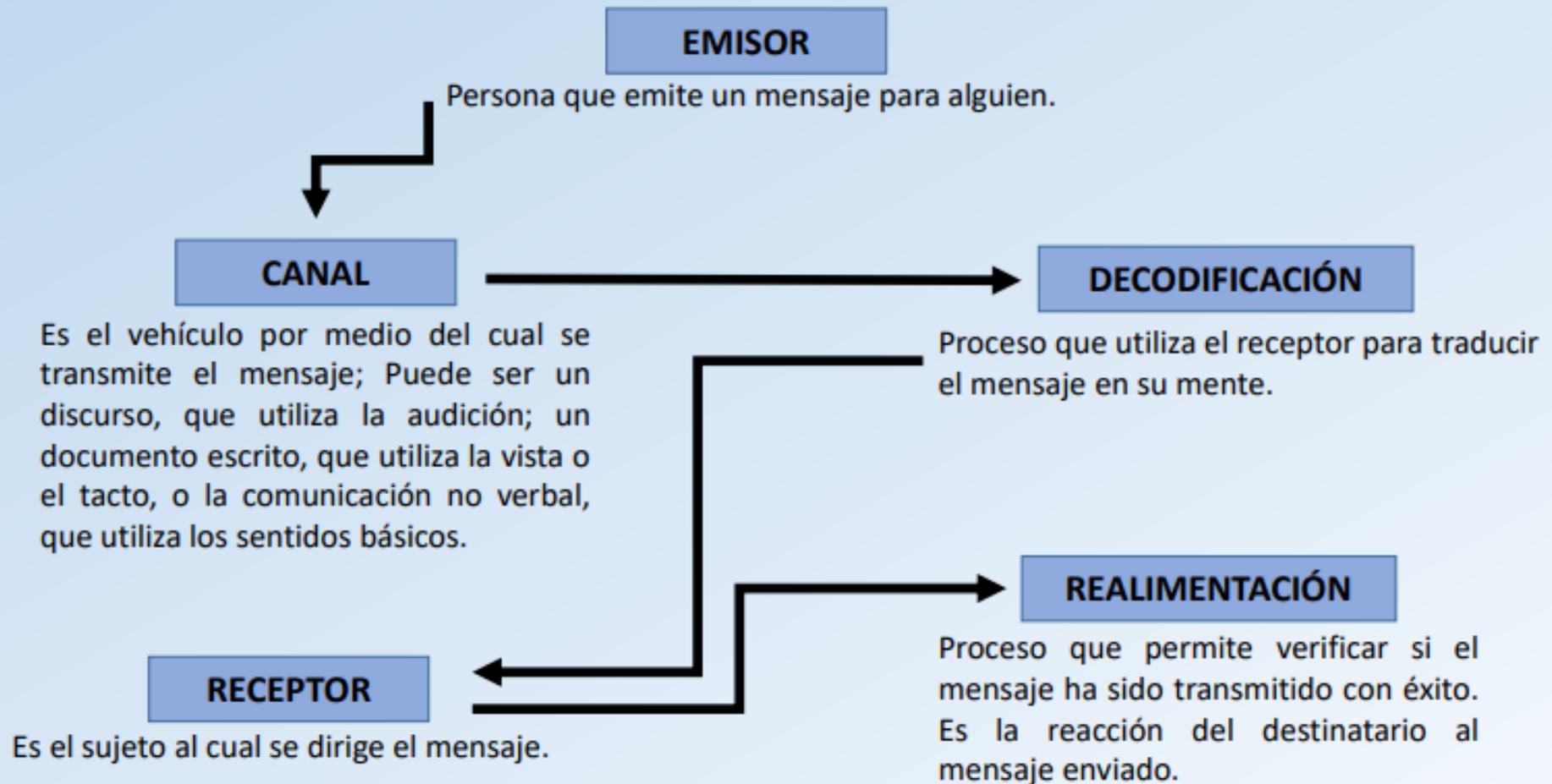
Oral



Escrita

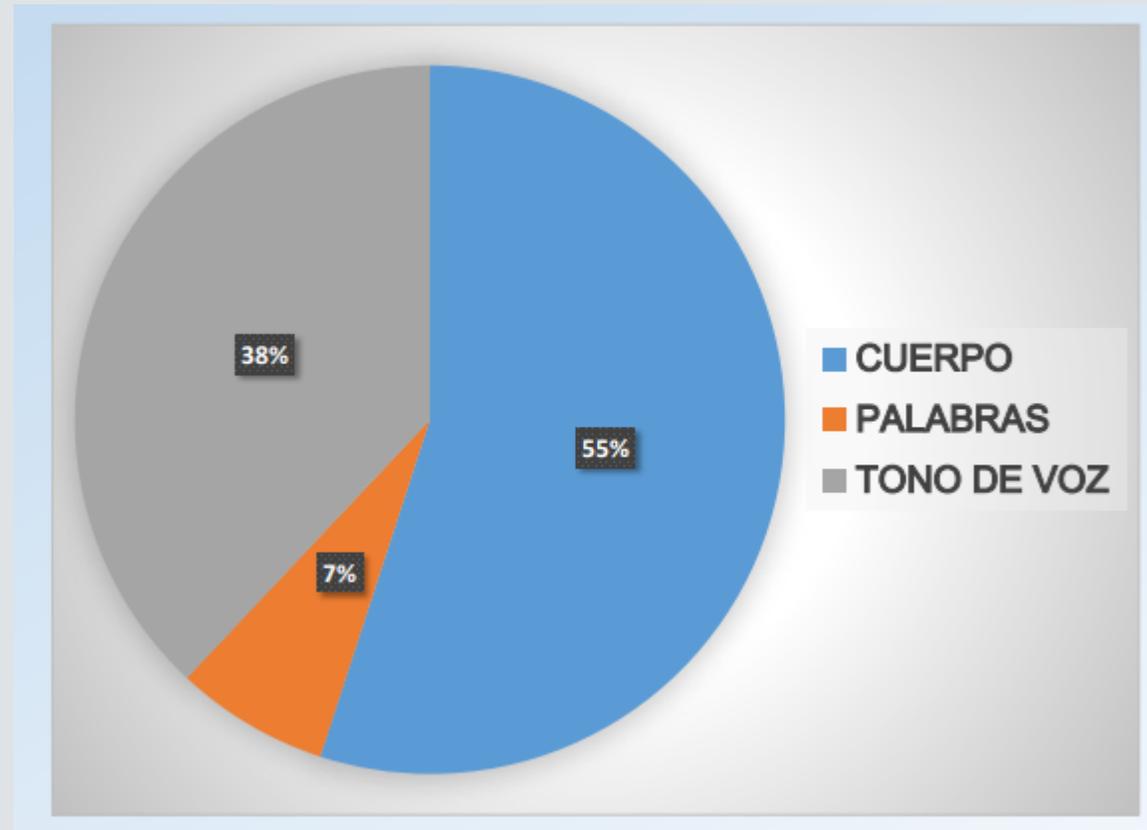


ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN



TIPOS DE COMUNICACIÓN: 2.- NO VERBAL

Los códigos de comunicación no verbal que mandamos a través de nuestro cuerpo no sólo nos sirve para ganar seguridad en nosotros mismos, sino para decodificar los mensajes positivos y negativos que los demás no están enviando de manera inconsciente. Se clasifican de la siguiente manera





Ademanes

Son la palabra en movimiento que deben corresponder a la magnitud y acción de la palabra oral de manera natural. son signos que dan comunicación complementaria a las palabras, llegando a veces a sustituirlas, como sería el caso de levantar el pulgar para explicarle a alguien que les fue de maravilla en su junta.

Gestos

Nuestra cara, como ninguna otra parte de nuestro cuerpo, puede controlar, complementar o sustituir las palabras. Yendo todavía más lejos, puede llegar a contradecir lo que con palabras estamos diciendo.

La sonrisa limpia y transparente que inspira confianza. La sonrisa cautivadora que genera atracción. La sonrisa es el principal código de comunicación no verbal que puede tener una persona para transmitir confianza y hacer sentir seguridad que a su vez provocará confianza y generará credibilidad



Contacto visual

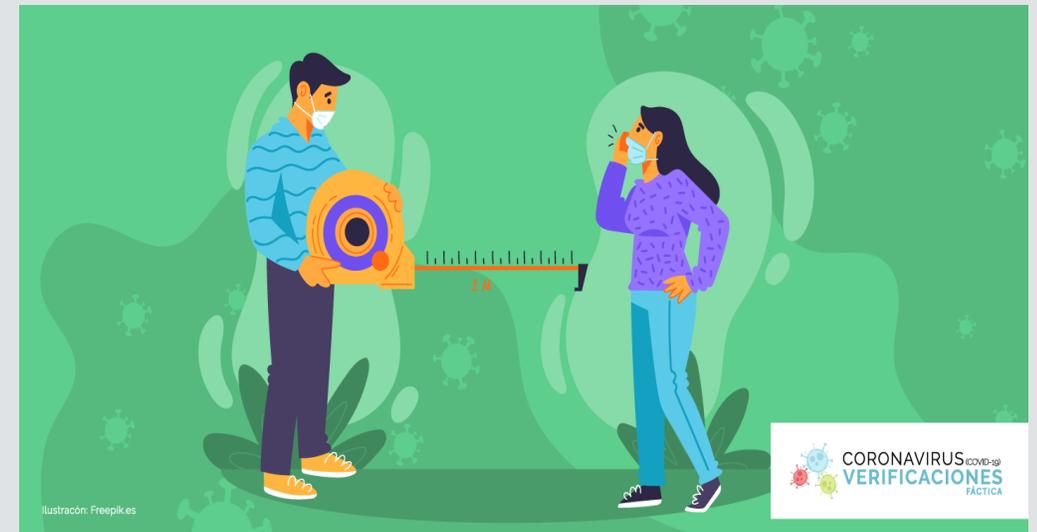
Establecer un buen contacto visual con las personas que interactuamos equivale a tener un sólido puente de comunicación entre dos lugares distantes. No hacerlo produce una sensación de desconfianza, inseguridad, disgusto por el otro y hasta falsedad. Establecer contacto visual significa vencer el miedo de conocer y dejar que nos conozcan, porque cuando se entabla contacto visual se abre el conducto que conduce al corazón, por eso genera confianza.



Distancia corporal, distancia física o proxémica

Cuando los individuos entran en contacto comienzan a observarse, consciente o inconscientemente, y empiezan a tener reacciones provocadas por el respeto o la invasión de sus espacios y por el hecho de ser tocados. Proxémica es el estudio de todos aquellos aspectos de la comunicación no verbal que se refieren a la distancia o proximidad física que existe entre las personas que están manteniendo una comunicación.

- ❑ Distancia íntima. Muy cerca, hay contacto corporal; lo más lejos está entre los 20 y 60 cm.
- ❑ Distancia personal. Lo más cerca que está entre 60 y 90 cm; lo más lejos, entre 1 y 1.5 metros.
- ❑ Distancia social. Lo más cerca está entre 1.50 y 2 metros, lo más lejos está entre los 2 y 4 metros
- ❑ Distancia pública. Lo más cerca está entre los 4 y 8 metros, lo más lejos está a partir de los 8 metros.



Olfatos y aromas

El ser humano promedio puede reconocer hasta diez mil olores. Ciertas investigaciones indican la existencia de siete olores primarios que son:

- o Acre
- o avinagrado.
- o Alcanfor.
- o Almizcle.
- o Éter, como los líquidos para limpieza en seco.
- o Flores.
- o Menta.
- o Podrido.



El olfato también condiciona el comportamiento de los seres humanos y existen culturas muy sensibles a determinados olores, en especial a los relacionados con el cuerpo. Es por eso que encontramos un sinfín de olores ambientales que persiguen eliminar estos olores corporales, en especial en áreas cerradas.

Discurso

Es el lugar donde se construye el hablante y se ejercita la lengua para significar el mapa enunciativo de las relaciones humanas. En la palabra se marca la huella de nuestra personalidad y se desdobra la actitud del texto que siempre establece un particular sentido relacional con los destinatarios.

El uso de la lengua y sus efectos son detonadores de percepciones intelectuales o del juicio, afectivas o de sentimientos y volitivas o de la voluntad que establecen la distancia o cercanía del hablante con el texto y su entorno de impacto.



DISCURSO: Pautas en el diseño de la presentación en *power point*, *Prezi*.

- ✓ Asegure el contraste entre fondo y texto (legibilidad visual).
- ✓ Utilizar enunciados cortos y palabras clave, colocar palabras o conceptos que se dominan.
- ✓ Es muy recomendable dar ejemplos o ilustrar cada palabra para un mejor entendimiento, recuerde que las definiciones conceptuales no deben de ser sustituidas por los ejemplos.



- ✓ Tamaño de fuente recomendado Arial, entre 20 y 25 puntos.
- ✓ Mostrar en pantalla sólo aquello a lo que el expositor se refiere en cada momento.
- ✓ No sobrecargue la diapositiva con gráficos. El mejor diseño será siempre el más preciso y sencillo.
- ✓ En caso de necesitarlo, utilice figuras y esquemas para sintetizar información, para ilustrar y acompañar el texto que colocó.
- ✓ La presentación en *power point* o *prezi* no es un texto autónomo, pues depende de la situación comunicativa en la cual es utilizado.



DISCURSO: Pautas comunicativas para el desarrollo de la exposición

1. Saludar y dar gracias al público.
2. Conectar, involucrar y motivar a los asistentes.
3. Captar la atención y mantener el contacto visual.
4. Anunciar el objetivo de la presentación.
5. Enumerar los puntos para desarrollar.
6. Desarrollar los puntos principales (evite el uso de muletillas, muévase en todo el espacio que tenga disponible, nunca se quede en un solo lugar, mueva su cuerpo con naturalidad, mantenga una postura firme y de confianza).
7. Concluir.
8. Solicitar la formulación de preguntas.
9. Finalizar con algo que genere reflexión.
10. Agradecer a los asistentes la atención.

eee!!!

este!!!

mmmm!

aaa

iiiAjá!!!

Cómo escribir un discurso

Introducción: representa la ventana del mensaje en la cual debe establecer una relación positiva con el público. En ella se informa lo que se orientará la producción de los estímulos verbales posteriores. Se justificará el tema mediante un planteamiento que acapare la atención del público en los primeros treinta segundos

Desarrollo: es el cuerpo del discurso, la parte medular del texto. Aquí se desarrollan las ideas planteadas en la introducción y generalmente se expone la dimensión racional del mensaje. Es importante que la información presentada sea de calidad e interés para la audiencia

Clímax: es la parte más intensa del mensaje y donde se apela a las emociones del público. Es un proceso de gradación donde los contenidos sensibilizan su expresividad.

Conclusión: define el cierre discursivo. Es importante que la conclusión sea contundente, pues representa el último anclaje del mensaje. Esta fase puede cumplir las funciones de un resumen informativo de los contenidos expuestos en el mensaje, o de valoración de las principales ideas que buscan tener memoria en el público meta.

Orden y distribución de la información

Es necesario considerar la dimensión lógica que establece el orden y distribución de la información.

Inductivo: ordena la información de lo particular a lo general. Parte de los hechos particulares que conducen a la audiencia al razonamiento global de los contenidos.

Deductivo: la secuencia informativa se estructura de lo universal a lo particular, presentando una visión general de los acontecimientos, cuyo desarrollo permitirá focalizar los contenidos del mensaje.

Espacial: la información se estructura a partir de los criterios geográficos que permiten dimensionar las fronteras contextuales del mensaje.

Temporal: los contenidos se estructuran considerando pautas temporales que distribuyen la información, estableciendo límites de contexto

Problema-solución: este razonamiento presenta dos ejes rectores donde se informa acerca de una problemática y se propone una solución al planteamiento formulado que incidirá en la distribución de contenidos.

Causa-efecto: se estructura el mensaje distribuyendo los contenidos en dos ejes informativos que definen las causas y consecuencias que presenta el acontecimientos discursivo.

La dimensión táctica del discurso permite administrar los estímulos verbales y no verbales con el propósito de generar mayor impacto en la audiencia.

LOS RECURSOS SON REGISTROS QUE CONTRIBUYEN A FORTALECER LA CONTUNDENCIA DEL MENSAJE

Escribir un discurso requiere de una metodología, una estructura y el uso de recursos tácticos

Saludo: presentación del hablante ante el público. Es el punto de partida del protocolo discursivo. Establece una relación positiva con los destinatarios generando anclaje y atención.

Registro temático: el mensaje puede iniciarse considerando los contenidos rectores que definen el planteamiento del discurso.

Registro circunstancial: es la situación o coyuntura en la que se presenta el discurso, la cual es representativa por asociación con el contenido del mensaje y constituye un factor de reconocimiento que genera autoridad con la audiencia

Registro de audiencia: es el discurso que se presenta haciendo alusión a las necesidades y expectativas del público. Crea las condiciones de confianza e interés que estimulan la identificación de la oferta discursiva



Competencias personales

El sector laboral está dominado en la actualidad por la tecnología y las relaciones virtuales. Por ello, cada vez más empresas demandan profesionales con una serie de competencias personales que puedan aplicar de forma transversal a su puesto de trabajo.

Adaptabilidad: Afronta los cambios. Las empresas valoran cada vez más la flexibilidad de sus empleados a la hora de hacer frente a cambios o imprevistos y de aportar soluciones de forma ágil y eficaz.

Creatividad: Abre la mente, imagina y sueña. Relacionada con la innovación, la creatividad consiste en tener la capacidad de generar ideas, perspectivas y soluciones diferentes para crear nuevos productos o servicios, mejorar ámbitos ya existentes, desarrollar nuevas metodologías o modelos de negocio, etc.

Aprendizaje: Nunca se sabe lo suficiente. Consiste en ampliar los conocimientos más allá de un área de trabajo concreta y en actualizarse de manera continua respecto a las nuevas metodologías, procesos o técnicas relacionadas con tu profesión

Colaboración: Crea un espíritu de equipo. Aunque seas muy bueno en lo tuyo, has de ser capaz de trabajar en equipo, de compartir, de colaborar y de ayudar a otros de manera coordinada con el fin de conseguir unos objetivos comunes

Comunicación: Construye relaciones eficaces y honestas. Una persona competente en materia de comunicación es capaz de transmitir información de forma fluida, clara y veraz, tanto de forma oral como escrita; es alguien que expresa sus pensamientos, sentimientos, hechos y opiniones adaptándose a los diferentes contextos

Inteligencia social: Las emociones también cuentan. La inteligencia social o emocional muestra la capacidad de conectar con los demás. Las organizaciones valoran a aquellos profesionales que son capaces de expresar y gestionar sus emociones y de captar las de aquellos que los rodean con el fin de adaptar sus palabras, tono y acciones.

Lealtad El bien común es lo primero. Las empresas buscan empleados comprometidos y leales con la cultura y con los objetivos de la organización, personas que busquen el bien común por encima de sus propios intereses. La lealtad en una organización depende de la calidad moral y de los valores de los empleados



Motivación Cada día es un regalo. La motivación es la capacidad de sentirse estimulado por una actividad tanto para iniciarla como para proseguir con ella hasta su total ejecución. La motivación está muy relacionada con el entusiasmo y con mantener una actitud positiva en el trabajo.

Responsabilidad Tus éxitos y fracasos son tuyos. La responsabilidad es la capacidad para asumir el control de tus actividades y supervisar un proyecto de principio a fin, gestionando cada parte del proceso. Implica también ser capaz de responder a los resultados, sean estos positivos o negativos, y de admitir los posibles errores.

Competencias profesionales

Son todas aquellas habilidades y aptitudes que tienen las personas que les permiten desarrollar un trabajo de forma exitosa.

Podemos encontrar los tipos de competencias que existen según el modelo ISFOLI.



Las competencias de base son aquellas que permiten el acceso a una formación o a un trabajo, son los conocimientos básicos que permiten poder acceder a un trabajo. Algunos ejemplos de estas competencias son el conocimiento y dominio de la lengua materna, el conocimiento de una lengua extranjera, competencias básicas en matemáticas, competencias básicas en el uso de las TIC o técnicas para la búsqueda de empleo

Las competencias técnicas hacen referencia a las competencias adquiridas después de haber realizado una formación específica y son específicas de un puesto de trabajo en concreto. Por ejemplo, una persona que se haya formado en cocina, tendría que haber adquirido unas competencias técnicas como el uso de los cuchillos, técnicas de cocción de los alimentos o organización de una cocina.

Las competencias transversales son todas aquellas habilidades y aptitudes que hacen que un trabajador desarrolle de forma eficaz su trabajo. Sirven para desarrollar cualquier profesión y se han adquirido en diferentes contextos (laborales o no). Por ejemplo: el trabajo en equipo, la responsabilidad, la iniciativa, la relación interpersonal, disponibilidad para aprender, etc.

Oralidad

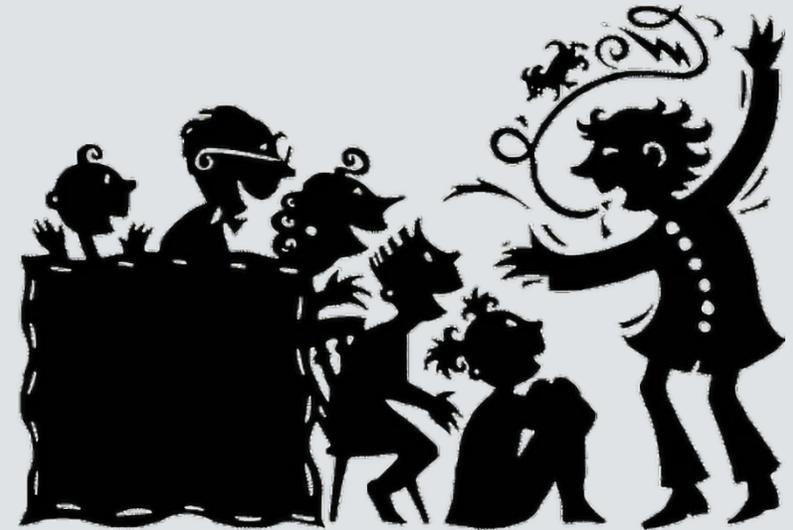
La oralidad o imagen verbal es una de las imágenes subordinadas a la imagen personal o institucional que más peso tienen en la conformación de la percepción debido a que los estímulos que la conforman son las palabras en su forma oral o escrita

Manejo de ansiedad

Respiración y sonrisa

Nerviosismo

Miedo hablar en público



Tener una buena imagen verbal es requisito indispensable para triunfar en el juego de la vida. Un individuo que sabe expresarse correctamente, independientemente de los estudios profesionales que haya cursado, siempre tendrá ventaja sobre los demás,

Requisitos que debe cumplir todo mensaje

Para poder cumplir con la transmisión eficiente de nuestro mensaje debemos de poner cuidado en que nuestra participación cubra una serie de requisitos.

La sencillez es necesario que adecuemos nuestro mensaje al lenguaje que nuestro público requiere. Un ejemplo típico de falta de sintonía entre un expositor y su audiencia por el uso de un código de comunicación inadecuado, es cuando un médico se dirige a un auditorio lleno de gente común y corriente hablándole como sólo los médicos entienden.

Conocimiento es la clave maestra para que casi siempre puedan hablar acerca de algo es sólo referirse a lo que saben, lo que sienten, lo que piensan o lo que han vivido.

La brevedad es cuando estamos frente a un expositor que habla de manera precisa y no toma más del tiempo necesario para darnos a conocer su mensaje, siempre pensaremos que es mejor que el que se tomó el doble de tiempo y además le agradecemos por siempre el no haber abusado de nuestro tiempo

Convicción es motivar la acción de una audiencia vendría a ser prácticamente imposible si careciéramos del convencimiento de lo que estamos diciendo. Cuando hablamos acerca de algo en lo que no creemos o que no nos gusta, nuestra actitud corporal, tono de voz y sentimiento nos delatan y nuestro público lo detecta de inmediato, es por ello necesario que al aceptar hacer una presentación no solamente sepamos acerca del tema sino que además creamos que lo que decimos es cierto

Expresión escrita

En la mayoría de los puestos de trabajo, se dedica más del 50% del tiempo a la escritura: desde correos electrónicos o SMS, hasta informes y presentaciones. Por tanto, si mejoramos en un tema de tanta importancia, conseguiremos una mayor eficacia y productividad, lo que ayudará a tener mejores resultados.



No creas que sólo con escribir bien puedes seducir al lector o convencerle. En realidad, la eficacia en la comunicación escrita profesional dependerá de si somos capaces de adaptarla al destinatario y causar el efecto que deseamos.

¿Qué ventaja tiene la comunicación oral?	¿Qué ventaja tiene la comunicación escrita?
Es más rápida.	Queda registro. Sobre todo si usas los medios digitales como emails, sms...
Es más directa e implicativa.	Posibilita la reflexión antes de la escribir.
Controlas el momento y lugar de la comunicación. ¡Y el tono de la comunicación!	Se puede enviar al número de personas que se necesite.
Se pueden aclarar dudas en el mismo momento y evitar malentendidos.	Se puede volver a consultar en cualquier momento
Permite decir cosas que difícilmente pondríamos por escrito. Puedes lograr una redacción más cercana.	Es adecuada para mensajes largos... Siempre que sepas medir el ritmo y "enganchar" al lector.
Es más adecuada para comunicaciones informales.	Más apropiada para comunicaciones formales, pero con la intención clara de conseguir atraer al lector.
Si esa comunicación es cara a cara, juegas con elementos no verbales: tono, mirada, sonrisa, actitud corporal, etc. Pero eso hay que saber hacerlo.	Se puede enviar información compleja, lo que permite al receptor leerla a su ritmo y repetir la lectura si lo necesita.

Antes de escribir un documento o un correo electrónico o cualquier mensaje online u offline, es plantearte cuál es el objetivo del mismo. Los objetivos pueden variar sustancialmente y muchas veces eso no se tiene en cuenta y es algo fundamental para definir el tono, el estilo, el vocabulario, etc.

- Escribe correctamente, respetando las reglas básicas de gramática y ortografía.
- Utiliza frases cortas siguiendo preferentemente la estructura: Sujeto – Verbo – Predicado.
- En lo posible, evita el uso de subordinadas.
- Escribe párrafos cortos.
- Utiliza un lenguaje positivo
- Ordenar los pensamientos e ideas.
- Conocer el buen manejo del lenguaje.
- No uses frases demasiado largas.
- Sé concreto.
- Procura no criticar a alguien por escrito
- No escribas sobre rumores
- Evita los temas confidenciales.

Unidad III

Asertividad, concisión, y coherencia entre imagen personal y profesional

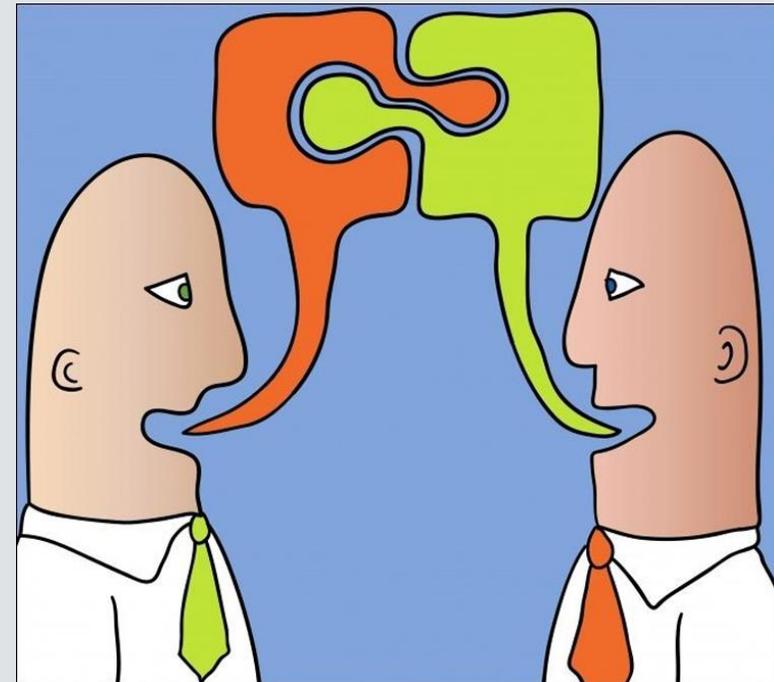


Asertividad

Se define como la habilidad personal que nos permite expresar sentimientos, opiniones y pensamientos, en el momento oportuno, de la forma adecuada y sin negar ni desconsiderar los derechos de los demás. Es decir, nos referimos a una forma para interactuar efectivamente en cualquier situación que permite a la persona ser directa, honesta y expresiva.

De acuerdo con Roca, las consecuencias de adoptar una conducta asertiva son las siguientes

- Facilita la comunicación y minimiza la posibilidad de que los demás malinterpreten nuestros mensajes.
- Ayuda a mantener relaciones interpersonales más satisfactorias.
- Aumenta las posibilidades de conseguir lo que deseamos.
- Incrementa las satisfacciones y reduce las molestias y conflictos producidos por la convivencia.
- Mejora la autoestima.
- Favorece las emociones positivas en uno mismo y los demás.



Concisión

Cuando expresamos nuestras ideas con el menor número de palabras posible, decimos que somos concisos, que hablamos concisamente, es decir, es un adjetivo que se utiliza para designar aquello que se caracteriza por ser breve, claro y preciso, se emplea, sobre todo, para referirse a la forma de expresarse de una persona, bien de manera oral o escrita, con brevedad, economía de lenguaje y precisión

Por ejemplo: Un perro puede definirse como un “animal de cuatro patas que ladra” o como un “mamífero que pertenece a la familia de los cánidos, es cuadrúpedo y se comunica a través de ladridos”. Ambas expresiones permiten entender que estamos hablando de un perro, pero la primera es más concisa. Si la expresión es “animal de cuatro patas”, es más concisa, pero puede generar una confusión, ya que un gato, una vaca o un caballo también son animales cuadrúpedos.



Coherencia (esencia personal)



Una persona es coherente cuando actúa de acuerdo a sus principios y a sus valores. Cuando una persona dice una cosa pero hace la contraria, entonces, muestra una contradicción entre hechos y palabras que genera sensación de poca coherencia ética frente al interlocutor. La mentira es una actitud que refleja falta de respeto hacia el otro y también, hacia uno mismo

Imagen ideal vs. Imagen proyectada

Podemos definir la imagen personal y profesional como todo aquel proceso de cambio físico-psicológico, que aplicamos en nosotros de manera individual con el objetivo de mostrar a los demás lo que somos en fondo y forma, misma que nos ayudará a generar opiniones favorables cada día más exigente



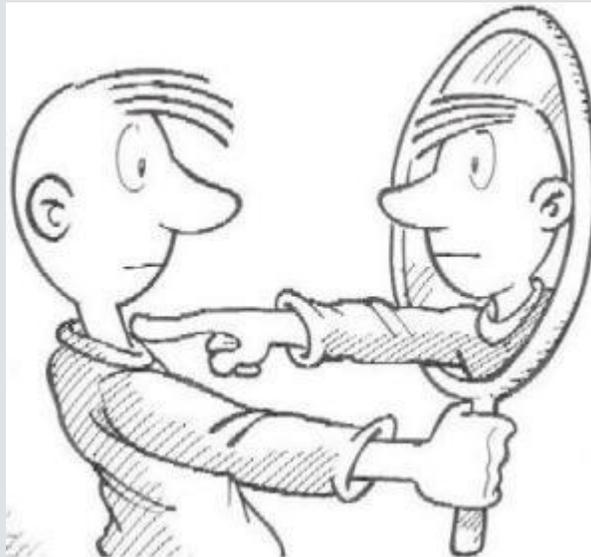
Un cambio de imagen inicia de dos partes que se consideran fundamentales

El contenido de la **imagen espiritual** es fundamentalmente, todo aquel sistema de creencias, valores, principios, creencias, y todo lo que se lleva a cabo en busca de la verdad de las cosas, etc.

La imagen intelectual, son todos aquellos conocimientos empíricos, académicos, políticos, sociales y culturales; en fin, el gran cúmulo de conocimientos que hemos adquirido en el transcurso de nuestra vida diaria los cuales nos permiten desenvolvernos con mayor seguridad en nuestro que hacer cotidiano

LA IMAGEN IDEAL

Es una proyección de lo que quieres ser y todavía no has alcanzado. Tiene origen en tu pasado, en la educación que has recibido, las expectativas de ti mismo sin cumplir, bien tuyas o de otras personas importantes para ti. Es como si se hubiera registrado en un diario todo aquello que “deberías ser”; comenzó escribiendo tu familia y luego tú.



LA IMAGEN PROYECTADA

Representa lo que eres hoy con tus imperfecciones y virtudes. Está vinculada al presente, al aquí y al ahora y es la fuente como su propio nombre indica para “hacerte realidad”. La Imagen proyectada no es mala: Revisa que no haya mucha distancia entre lo que deseas y necesitas para vivir la vida de forma más armónica es una opción muy saludable y motivante.

CAMPO PROFESIONAL E IMAGEN

Podemos definir la imagen profesional como la percepción que se tiene de una persona o una institución por parte de sus grupos objetivo como consecuencia del desempeño de su actividad profesional. Reconociendo la existencia de diferentes factores que permiten entender de mejor manera el plano profesional de la imagen pública:

¿Cómo necesito/quiero que me perciban los demás?

¿Cómo me perciben actualmente?

¿Qué acciones debemos realizar para lograr nuestro objetivo?



Así, las organizaciones que aprenden a comunicarse aprenden a ser competitivas, constituye el pensamiento estratégico que contribuye a generar ambientes de eficiencia y seguridad en el mapa de comportamiento y significación con los distintos públicos.

Unidad IV

ESTEREOTIPOS PROFESIONALES



TARJETAS DE PRESENTACIÓN

Son una representación visual con la información de contacto de una persona o empresa.

Función

Sirven para reforzar el contacto entre empresas y personas con la idea de dejarles una posibilidad de comunicación para adquirir o preguntar por los bienes o servicios que dicha persona ofrece.



CONTENIDO DE LAS TARJETAS DE PRESENTACIÓN

1.- Social:

Consta del nombre, dirección y teléfono o e-mail.

2.- Profesional:

Datos profesionales como puesto, grado académico, especialidad.



CARACTERÍSTICAS DE LAS TARJETAS DE PRESENTACIÓN

- El diseño debe ser fresco, llamativo y breve.
- El tamaño, generalmente estandarizado a 9cm×5cm.
- La tipografía debe ser muy clara y legible.
- Debe contener todos los datos relevantes de contacto y dar una buena imagen.
- Pueden ser impresas en 1, 2 o hasta 4 colores.
- El diseño puede ser vertical u horizontal
- Puede ser impresa en uno o ambos lados. Esto último no muy común, ya que la gente solo suele ver el frente.



RECLUTAMIENTO

Es el proceso para atraer a los individuos de manera oportuna, en cantidades suficientes y con las cualidades apropiadas de manera que presenten su solicitud para ocupar los puestos disponibles en una organización.



PROCESO DE RECLUTAMIENTO

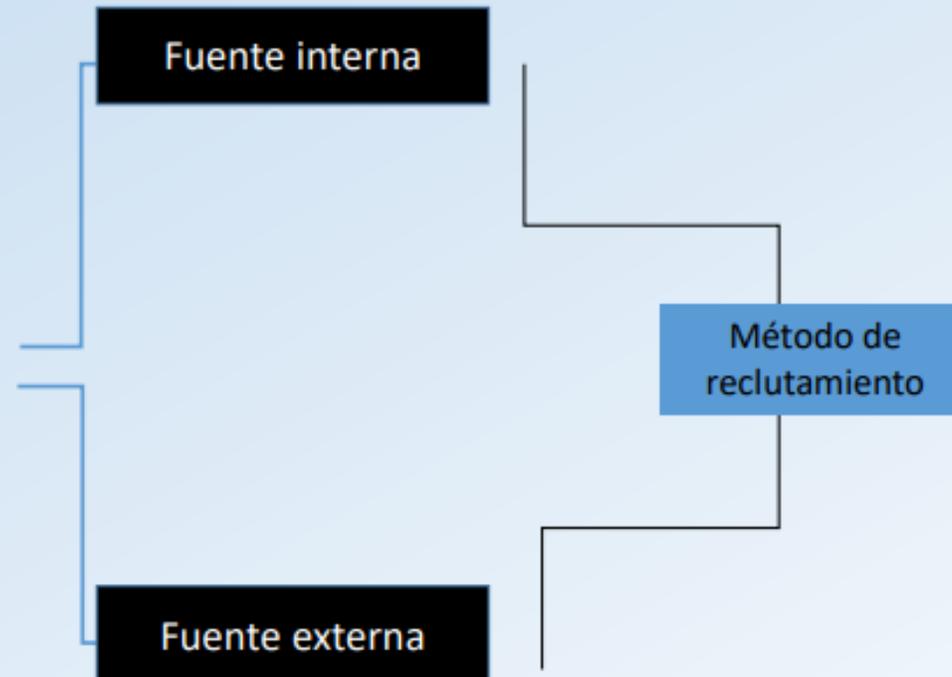
Paso 1

El reclutamiento inicia con la publicación de la solicitud de personal

Paso 2

El siguiente paso consiste en analizar la fente de reclutamiento: interno o externo

Espacios donde se localizan los candidatos calificados



METODOS DE RECLUTAMIENTO



Somos **Anáhuac**

Te estamos buscando a ti
Recuerda que en HSBC está la carrera de tu vida



Reclutamiento Interno
Contacto Anáhuac 2010
HSBC

29 de abril, de 13:00 a 14:30 hrs., Auditorio del Edificio CAD

Perfiles solicitados:
Actuaria • Administración de Empresas • Derecho • Economía • Finanzas y Contaduría
Ingeniería Industrial • Ingeniería en Sistemas • Matemáticas Aplicadas • Mercadotecnia
Negocios Internacionales • Psicología • Relaciones Internacionales

Requisitos:
• Si te gradúas este semestre, eres pasante o titulado de las carreras solicitadas.
• Tener 6 horas, como mínimo, disponibles al día para trabajar.
• Inglés avanzado.

Informes:
Contacto Anáhuac
María Fernanda Ruiz Vela
Tel: 55 52 04 00 00 ext. 7504
www.anahuac.mx/contacto

Cupos limitados
Participa, confirma la asistencia
mailto:hsbc@anahuac.mx

Líderes de **Acción Positiva**

EXTERNO

- 1.- Llenar los puestos de trabajo de nivel básico
- 2.- Adquirir habilidades que no poseen los empleados actuales.
- 3.- Contratar empleados con diferentes ideas

1.- Colegios y universidades

2.- Competidores en el mercado laboral (caza de talentos)

3.- Exempleados

4.- Sitios web y portales de empleo

5.- Métodos tradicionales

→ OCC reclutadores
→ Estatal de empleo
→ Bumeran, LinkedIn, computrabajo

→ Posteo, volanteo
→ Perifoneo, voceo
→ Medio masivos de comunicación

POR CRECIMIENTO SOLICITAMOS:

AYUDANTES GENERALES Y CAJERAS

REQUISITOS:

- DISPONIBILIDAD PARA ROTAR TURNOS
- EXPERIENCIA EN TRABAJOS PESADOS
- PREPARATORIA TERMINADA
- OPORTUNIDAD DE CRECIMIENTO

ENVIAR CV A CYNTHIA.MACHADO@VENTACERO.MX

OFRECEMOS:

EXCELENTE SUELDO

- ATRACTIVO BONO POR PERMANENCIA
- BONO DE DESPESA
- BONO DE PUNTUALIDAD Y ASISTENCIA
- CAJA DE AHORRO
- BONO DE PRODUCTIVIDAD
- SEGURO DE VIDA
- EVENTOS FAMILIARES

PRESENTATE CON TU SOLICITUD EN:

VACANTE DISPONIBLE EN SUCURSALES DE TORREÓN, GÓMEZ Y LERDO

SUC. LAGUNA SUR
BLVD. LAGUNA SUR #140
EJIDO LA ROSITA
EN TORREÓN

MATRIZ
VALLE DEL GUADIANA #479
PARQUE INDUSTRIAL
LAGUNERO
EN GÓMEZ PALACIO

VentAcero

6.- Ferias de empleo

7.- Agencias de empleo (intercambio de cartera)

8.- Becarios (alumnos recién egresados que se les capacita para el trabajo.)

9.- Contactos de RH

10.- Iniciativa propia

zonaJobs

LLENADO DE SOLICITUD DE EMPLEO

Recomendaciones para presentación y llenado de la solicitud de empleo:

- Redacta sin errores ortográficos.
- Inserta fotografía actual.
- Coloca un correo formal.
- No dejes campos vacíos.
- Sé honesto.
- No ocultes trabajos.
- Coloca tu número telefónico actual.
- Acude de forma individual a la organización.
- Firma la solicitud.

La lectura de una solicitud de empleo se hace de esta forma:

- Se revisa las pretensiones salariales.
- Comparación de la escolaridad con el tipo de puesto ofertado.
- Edo. Civil.
- Domicilio actual.
- Enfermedades.
- Gastos y deudas.
- Estabilidad laboral.
- Motivo de salida.
- Disponibilidad para viajar y cambiar de residencia.
- Pertenencia de algún grupo social

5: Curriculum Vitae

Es un resumen que describe la experiencia, formación académica y capacitación de un individuo. **No incluye documentos personales.**

Recomendaciones para Curriculum:

- El diseño debe ser fresco y llamativo.
- Foto formal/profesional.
- Redacción concreta y limpia.
- Incluir correo formal
- No colocar escolaridad superflua.
- Elabore un objetivo profesional.
- Coloque en forma de síntesis todos los puestos y funciones que sea parte de su experiencia.
- Ajuste su curriculum a las necesidades.
- La información debe estar contenida en 2 a 5 cuartillas.
- No coloque copias de documentos personales.

The image shows a professional CV for Felipe Castaño, an Industrial Designer. The CV is divided into several sections: Perfil Profesional, Experiencia, Habilidades, Información, Estudios, Referencias, and Intereses. It includes a professional photo, contact information, and a list of work and academic experiences.

FELIPE CASTAÑO
DISEÑADOR INDUSTRIAL

PERFIL PROFESIONAL
Diseñador Industrial, con espíritu creativo, emprendedor, sentido social y capacidad de adaptación, comprometido en diseño de manufactura y sistema. Amplia experiencia para el trabajo en equipo así como facilidad para aprender de forma autodidacta, receptivo y paciente, con disponibilidad al trabajo y capacidad para solucionar problemas.

EXPERIENCIA
2013-2016: Fábrica de Experimentos / Wings, Wings & Beer / Pereira / Risaralda / Asesor de Ventas.
2015: Spacely (Cacería de Arquitectura) / Cartago / Valle / Posición Académico.
2010-2011: Comercial Papelería / Bogotá D.C. / Asesor de Ventas.

EXPERIENCIA ACADÉMICA
Diseño social.
Diseñar catálogo de tendencias de moda, productos y exhibitor para la Fundación Carlos de Velez.
Diseñar Image Corporate y empaques para micro emprendimiento asociado a la Cámara de Comercio de Buenaventura.

ESTUDIOS ACADÉMICOS
2018: Diseñador Industrial (Universidad Católica de Pereira / Risaralda / Colombia).
2009: Arrendo de Placitas de Joyería / SEMA / Manizales / Caldas / Colombia.
2006: Bachiller Técnico Profesionalización en Sistemas / Instituto Tecnológico Superior De Caldas / Manizales / Caldas / Colombia.

REFERENCIAS
Laboral: Paula Enríquez / Diseñadora Industrial / Jefe Depto. Diseño / Spacely / Cartago / Valle. +57 310 4317813. esthlopez@gmail.com
Personal: Paula A. Miranda / Diseñadora Industrial, MSc. Técnico y Administrativo / Ingegra / Pereira. +57 313 6376202. paumiranda@hotmail.com

HABILIDADES
Rhinceros + + + +
KeyShot + + + + +
Corel Draw + + + + +
PhotoShop + + + + +
Oficio + + + + +
Marketing + + + + +
Networking + + + + +

INTERESES
Tendencias, Deportes, Viajes, Música, Cine, Bateo.

INFORMACIÓN PERSONAL
20111988
Pereira - Caldas
Pereira - Risaralda
320 983 2393
felipecasta@gmail.com
telefono: 320 983 2393



NATALIA PÉREZ ALCALDE

Responsabilidad,
Organización,
Creatividad.

Profesora de Geografía e Historia

Mi experiencia profesional abarca prácticamente todas las asignaturas de Geografía e Historia de la ESO y el Bachillerato, además de haber ejercido funciones de tutoría durante los tres últimos cursos académicos. Poso un nivel alto de inglés y conocimientos amplios en las TIC's aplicadas a la educación.

CONTACTO

✉ natalia@hotnet.com
☎ 630 000 000
🌐 www.linkedin.com/natalia
📍 C/ Madrid, 26, 4º, 28014
Móstoles (Madrid)

IDIOMAS



INFORMÁTICA



HOBBIES



OTROS DATOS

Conduct de conducir y vehículo propio.
Posibilidad de cambio de domicilio.
Disponibilidad inmediata.

FORMACIÓN ACADÉMICA

2009 - 2010	Máster de Profesorado de Ed. Secundaria CEU San Pablo
2004 - 2008	Licenciatura de Historia. Especialidad en Historia Contemporánea Universidad de Salamanca

EXPERIENCIA PROFESIONAL DOCENTE

- Septiembre 2012 - Actualidad • Colegio Sagrado Corazón • Profesora y tutora. Profesora de Geografía e Historia en prácticamente todos los cursos de la ESO y el Bachillerato. Tutora de 3º y 4º de ESO en los dos últimos cursos. Una parte de estas clases se imparten en inglés, dentro del programa bilingüe del centro.
- Septiembre 2009 - Junio 2010 • Colegio Virgen del Remedio • Profesora auxiliar. Labores de profesora de apoyo educativo en diferentes asignaturas de ESO, con niños con necesidades educativas especiales como síndrome de Down, autismo o TDAH. Organización de actividades en la clase teniendo en cuenta esta realidad.
- Septiembre 2007 - Junio 2008 • Academia Salamanca • Profesora de refuerzo. Refuerzo escolar en alumnos de Primaria y ESO, impartiendo asignaturas de Lengua Castellana y Geografía e Historia. Clases de inglés en todos los niveles.

EXPERIENCIA PROFESIONAL NO DOCENTE

- 2005 - 2008 • Hotel Central Park • Animadora. Organización de actividades culturales y deportivas para el público infantil y juvenil hospedado en el hotel. Trabajo realizado durante los meses de verano y Semana Santa.
- 2004 - 2005 • Guía - Artes SL • Guía turística. Relaciones públicas, atención a los turistas, elaboración de rutas culturales y gastronómicas a través del entorno del pueblo de Orlena (Huesca).

FORMACIÓN ACADÉMICA

- 2025 • El uso de las nuevas tecnologías en la clase. Aplicaciones de la pizarra digital. ANPE, 300 horas.
- 2014 • Estrategias didácticas para la mejora de las capacidades en las etapas educativas. Academia Salamanca, 30 horas.

ADRIÁN LÓPEZ HERNÁNDEZ

NACI EN MADRID EL 31 DE OCTUBRE DE 1984 - 38 AÑOS
C/ SAN CARLOS 1 N° 71. EL ALCAÑO - MADRID
NACIONALIDAD ESPAÑOLA. www.adrianlopez.es
646 53 56 91 adrianlopez@blogspot.com
CARNE DE CONDUCTOR. NATIVO NIVEL ALTO
adrlh@gnat.com / mmail@adrianlopez.es



MI FORMACIÓN ACADÉMICA



MI EXPERIENCIA PROFESIONAL



MIS HABILIDADES



PROGRAMAS QUE MANEJO



¿QUE ME DISTINGUE?

- COMUNICADOR
- CREATIVO
- TRABAJO BAJO PRESIÓN
- POLIFACÉTICO
- CONSTANTE CRECIMIENTO

Organización de CV



Contenido



ELEMENTOS DEL CURRICULUM VITAE

1.- TITULO:

Presentación del profesional de modo que produzca un impacto social.

Ej.

- Diseñador ecológico
- Neuropsicólogo clínico

2.- DATOS PERSONALES:

Nombre, lugar y fecha de nacimiento, domicilio, curp, RFC, teléfono, correo (formal), redes sociales, edo. civil.

3.- OBJETIVO PROFESIONAL:

Es tu proyección profesional, este marca tu camino hacia tu futuro profesional y personal, ayuda a encontrar la profesión que mejor se adecue a tus intereses y aptitudes, y también, en planificar tu trayectoria formativa y laboral para poder lograrlo.

The image shows a resume template for Fabiola Lugones, a Project Manager. The header features a dark blue background with a gold circle containing 'F | L' and the name 'FABIOLA LUGONES' in gold, with 'Project Manager' below it. The contact information on the left includes a phone number (+55 01 123 123 123), email (fabilugones@mail.com), LinkedIn profile (/fabilugones), and location (Colombia). The 'SOBRE MÍ' section, highlighted with a green border, describes her as a Project Manager with over 5 years of experience in managing multimillion-dollar project networks, with expertise in infrastructure, webcasting, video and audio conferences, and instant messaging solutions. The resume is divided into two main sections: 'EDUCACIÓN' and 'EXPERIENCIA'.

F | L

FABIOLA LUGONES
Project Manager

+55 01 123 123 123

fabilugones@mail.com

/fabilugones

Colombia

SOBRE MÍ

Project Manager con +5 años de experiencia en manejo multimillonario de redes de proyectos de medios globales. Dominio de infraestructura de proyectos. He construido una amplia red alrededor de Webcasting, Video conferencias y Audio conferencias y en soluciones de Mensajes instantaneos. Líder de proyectos técnicos en el sector mediático, financiero y servicios de manufactura.

EDUCACIÓN

EXPERIENCIA

▶ **Ejemplo de objetivo profesional**

Periodista. 29 años. 3 años de experiencia en prensa escrita. Máster en Periodismo Digital.

Objetivo profesional: "Desarrollarme profesionalmente en proyectos editoriales multimedia, medios de comunicación on-line o en el departamento de contenidos de portales de Internet, tanto generalistas como especializados".

ELEMENTOS DEL CURRICULUM VITAE

4.- EXPERIENCIA PROFESIONAL/ACADÉMICA.

Consiste en colocar los empleos anteriores que se adecúan al trabajo que uno busca, anotando el puesto, descripción de las funciones realizadas y tiempo de duración.

5.- PREPARACIÓN ACADÉMICA:

En ella se plasma el nivel máximo de estudios, incluyendo los grados de licenciatura, maestría, o diplomados, cursos, talleres a los que se haya asistido, indicando el documento obtenido de ellos.

Es innecesario colocar estudios básicos cuando existen mayores niveles.

6.- IDIOMAS:

Colocar lengua materna y otros idiomas que se dominan, especificando el nivel oral y escrito. Indicar documento comprobatorio.

7.- HABILIDADES SOCIALES, INTELECTUALES O CULTURALES:

- Manejo de escáner, fotocopiadoras Xerox.
- Dominio de editor de videos y fotografías.
- Diplomático, empático, etc.

PALOMA GUTIÉRREZ HERNÁNDEZ
Ingeniero en Sistemas

EXPERIENCIA LABORAL

EMPRESA UNO S.A. DE C.V.
Gerente de sistemas | 18 Abril 2015 - Actualmente

- Llevar a cabo la operación de los Fulltime (Arriates CDS y Tjeras).
- Supervisión de la entrega de productos a los clientes en su domicilio por parte de la manografía.
- Realizar día a día la operación para tener vitalidad de los equipos que se exigen y entregan a managers y conocer la razón de los fallos que no salen a ruta.
- Cálculo semanal de los KPI's.
- Desarrollar estrategias semanales que garanticen los tiempos de entrega, áreas de oportunidad y proponer acciones correctivas con los Gerentes y Analistas que mejoren nuestros márgenes.
- Supervisar y dar seguimiento a las distribuciones de equipos a los CAP (Centros de atención) y puntos de venta de la región, dar seguimiento también a las reservaciones de equipos.
- Seguimiento a devoluciones de equipos y la asignación de nuevos folios.
- Brindar recursos de seguimientos de entrega a nuestros proveedores.

EMPRESA DOS S.A. DE C.V.
Supervisor de sistemas | 9 Agosto 2010 - 18 Noviembre 2014

- Manejo de personal a mi cargo y la Administración del Centro de Distribución.
- Tránsito con proveedores y clientes.
- Medición de KPI's.
- Resolución de conflictos internos y externos.
- Inventario mensual y uno general anual.
- Atender auditorías internas de seguridad industrial y externas de ISO.

Logros: Elaboración de proyecto Lean enfocada en la mejora continua sobre uno de nuestros procesos en la operación del arriate, logrando aumentar nuestra capacidad de entregas al dar actividades que no agregaban valor a nuestro proceso.

Responsable de coordinar todos los actividades para realizar un cambio de almacén en el 2015, donde se realizó un análisis de costos dando como resultado la reducción considerablemente de los gastos anuales del Centro de Distribución.

CURSOS

- Convención anual de Ingenieros Julio de 2009 "Vitalidad"
- Curso en de Mejora Continua, 5's, Supervisión y KPI's
- Curso de brigadista en manejo de residuos peligrosos y primeros auxilios durante los 4 años.
- Capacitación constante en seguridad industrial.
- Curso escolar de seguridad vial/vehicular.
- Curso de certificación para el manejo de Montacargas.

CONTACTO

55-44-41-11-00

contacto@noragamec.com

20 Mayo de 1987

Calle Borque # 111 Colonia Arados C. P. 00000

IDIOMAS INGLÉS

Habilidad	Escrito	Oral
100%	100%	100%

HABILIDADES/CONOCIMIENTOS

SAP	●●●●●
Oracle	●●●●●
Office	●●●●●
Perseverante	●●●●●
Disciplinado	●●●●●
Trabaja en equipo	●●●●●

EDUCACIÓN

Universidad ITESO
Ingeniero Industrial (Titulado)
2005-2008

PROCESO DE SELECCIÓN

Es el proceso de elegir, a partir de un grupo de solicitantes, al individuo que mejor se adapte a un puesto en particular y a la organización.

Factores que afectan la selección.

- Rapidez en la toma de decisiones
- Jerarquía organizacional
- Reserva de candidatos / bolsa de trabajo*.
- Periodo de prueba



Es el almacenamiento temporal de los datos todos los candidatos que no fueron seleccionados para ocupar los puestos vacantes, esto para ocuparlos con posteridad en caso de ser requeridos.

PROCESO DE SELECCIÓN

1.- Revisión de CV y solicitudes

2.- Entrevista Laboral

3.- Pruebas de selección

4.- Examen médico

5.- Investigación previa al empleo, verificación de antecedentes y referencias

6.- Decisión de selección



2.- Entrevista de trabajo

- Experiencia laboral
- Logros académicos
- Habilidades interpersonales
- Cualidades personales
- Adaptación organizacional

Además de...

- Lenguaje corporal
- Seguridad personal y al contestar
- Vestimenta y aliño

Es una conversación entre un entrevistador y un candidato a un puesto de trabajo en el que intercambian información.



Formas de entrevista

- Entrevista presencial
- Entrevista en línea

Etapas de la entrevista

- Recursos humanos
- Gerente/Jefe

Recomendaciones para la entrevista exitosa



- Vístase de acuerdo al puesto.
- Antes de la entrevista, investigue de que trata el puesto.
- Asista sólo a la entrevista.
- Llegue mínimo 30 minutos previo a la entrevista.
- Elimine su nerviosismo (confíe en sus habilidades).
- Conteste de forma segura, use tecnicismos.
- En cada pregunta, responda con mucha información y explique a detalle su experiencia laboral o académica.
- Pida la palabra al final, exponga sus dudas y su deseo de ganar el puesto.

3.- Pruebas de selección

Pruebas de aptitudes
cognitivas

Pruebas de conocimiento del
puesto

Pruebas muestras de trabajo

Pruebas de personalidad



4.- Examen médico

Una empresa no puede ordenar un examen médico sino hasta que el candidato haya recibido una oferta de empleo. Con el se determina la capacidad física.

4.- Investigación previa al empleo, verificación de antecedentes y referencias

Determinar la exactitud de la información, o verificar si no se presentó alguna información vital.

- 1.- Antecedentes penales/ litigios civiles.
- 2.- Cartas de recomendación.
- 3.- Referencias laborales.
- 4.- Referencias vecinales/ estudio socioeconómico.
- 5.- Buró de crédito*.
- 6.- Buró laboral*.

Es una fuente de revisión de todos los empleos registrados que ha tenido una persona, siempre que la institución esté afiliada a este programa.



Información crediticia, dedicada a integrar y proporcionar información previo a la concesión de un crédito, cuyo objetivo es integrar el historial crediticio de personas y empresas que hayan solicitado algún tipo de crédito, financiamiento, préstamo o servicio.

5.- Decisión de selección

La elección final se hace a partir de aquellos que todavía estén en la contienda después de evaluar la verificación de las referencias, las pruebas, la investigación de antecedentes y la información de entrevistas.



Se debe hacer llamadas para seguimientos hasta que el candidato se presente.

Selección de Personal

