



PROYECCION PROFESIONAL

¿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*.



¿QUÉ ES PROFESIONALISMO?

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



¿QUÉ ES PROYECCIÓN PROFESIONAL?

Es la imagen o impresión que muestra una persona sobre sí misma en el ejercicio de su profesión.



Todos actuamos y vestimos según el contexto y el tiempo, por lo que ha de respetarse cuando toque turno el de la profesión.

PREGUNTAS SOBRE PROYECCIÓN PROFESIONAL

- 1) ¿Cómo me veo siendo un profesional?
- 2) ¿Cómo me ven siendo un profesional?
- 3) ¿Cómo quiero verme siendo un profesional?



OBJETIVOS DE LA PROYECCIÓN PROFESIONAL

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



COMPONENTES DE UNIDAD I LA IMAGEN

1er COMPONENTE: FISICO*

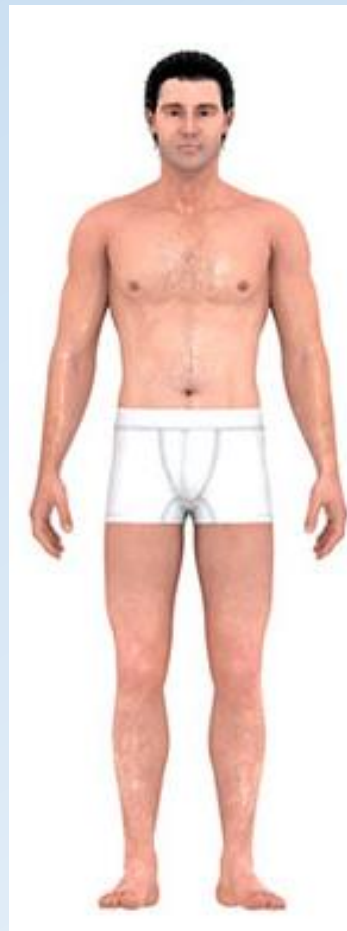
Es la descripción personal que hace referencia a la estatura, talla, peso, tez, color de ojos/cabello, y los demás componentes visibles de la anatomía corporal.



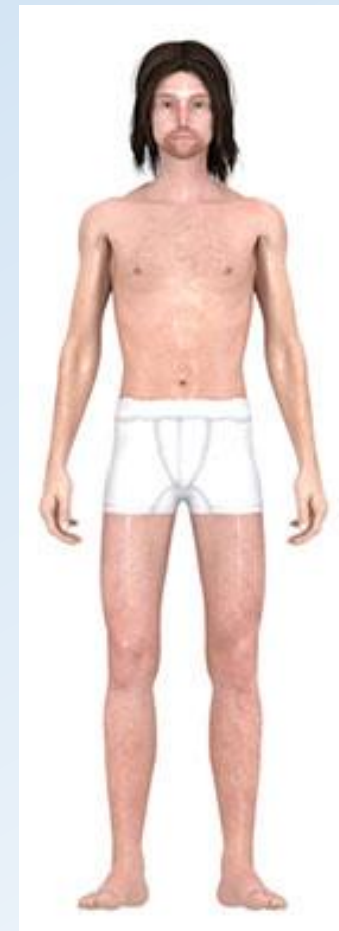
TIPOS DE CUERPO



Endomorfo



Mesomorfo



Ectomorfo

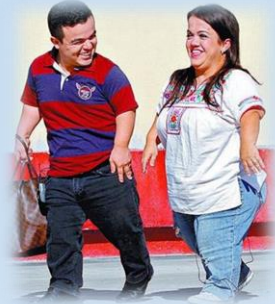
EJEMPLOS DEL COMPONENTE FISICO

Estatura

Baja

Mediana

Alta



Tez

Morena

Clara

Oscura



Peso

Delgado

Normal

Medio



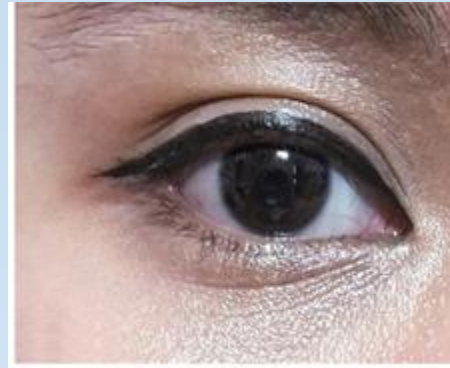
EJEMPLOS DEL COMPONENTE FISICO

Ojos

Negros

Cafés

Azules



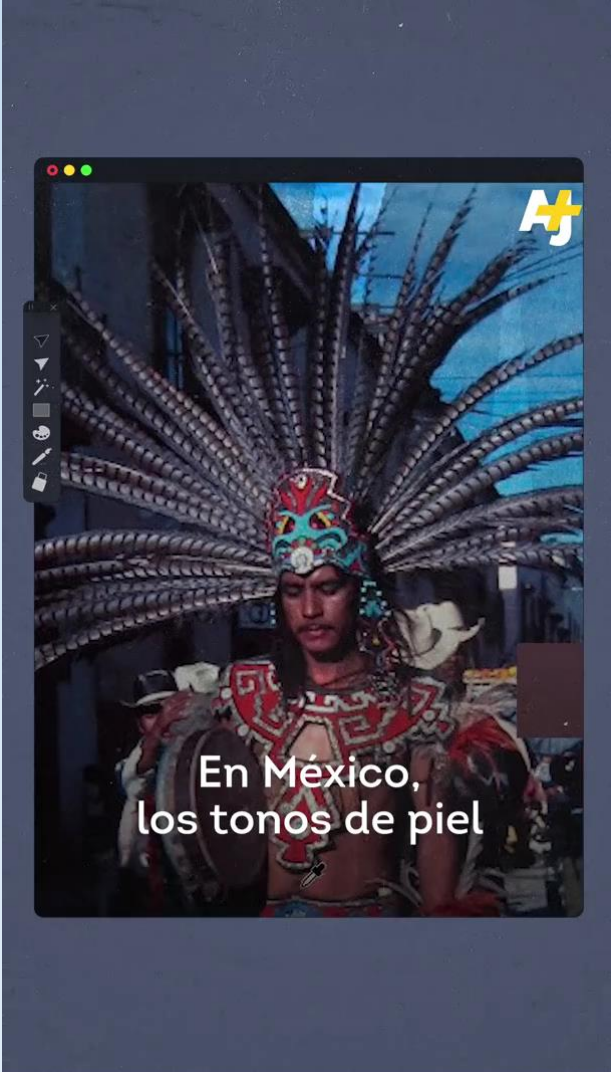
Cejas

Rectas

Arco

delgada





En México,
los tonos de piel

2° COMPONENTE: IMAGEN PERSONAL

Es la representación de la personalidad a través de la forma de vestir, caminar, saludar, hablar, la postura y los gestos.

Es la comunicación de lo que somos a través de la indumentaria, el lenguaje oral y escrito, gesticulaciones, y movimientos corporales.



Se deduce entonces que la imagen personal es única, individual y voluntaria, sin alguna norma exigible

3er COMPONENTE: 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.



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

INDICADORES DE BUENA IMAGEN

El pensamiento antes que la oralidad

Cuidado al momento de escribir

Limpieza bucal

Limpieza y decoro en la vestimenta

Baño regular

Uso de saludos y frases corteses, de respeto y amabilidad.



”

La ley de Darwin:

No es la más fuerte de las especies la que sobrevive, tampoco es la más inteligente la que sobrevive. Es aquella que se adapta mejor al cambio.

4° COMPONENTE: EL SALUDO

Es el acto de dirigirse, presentarse o despedirse de otra persona con amabilidad y cortesía. Se puede saludar a través de la **mano, beso, abrazo, emblemas (hacer reverencia), con palabras o de forma escrita.**



OBJETIVOS DEL SALUDO

- Muestra de cortesía y buenas costumbres.
- Forma de establecer contacto con nuevas personas.
- Demostración de amistad y de reconocimiento.



PROCEDIMIENTO PARA UN SALUDO CORTÉS

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

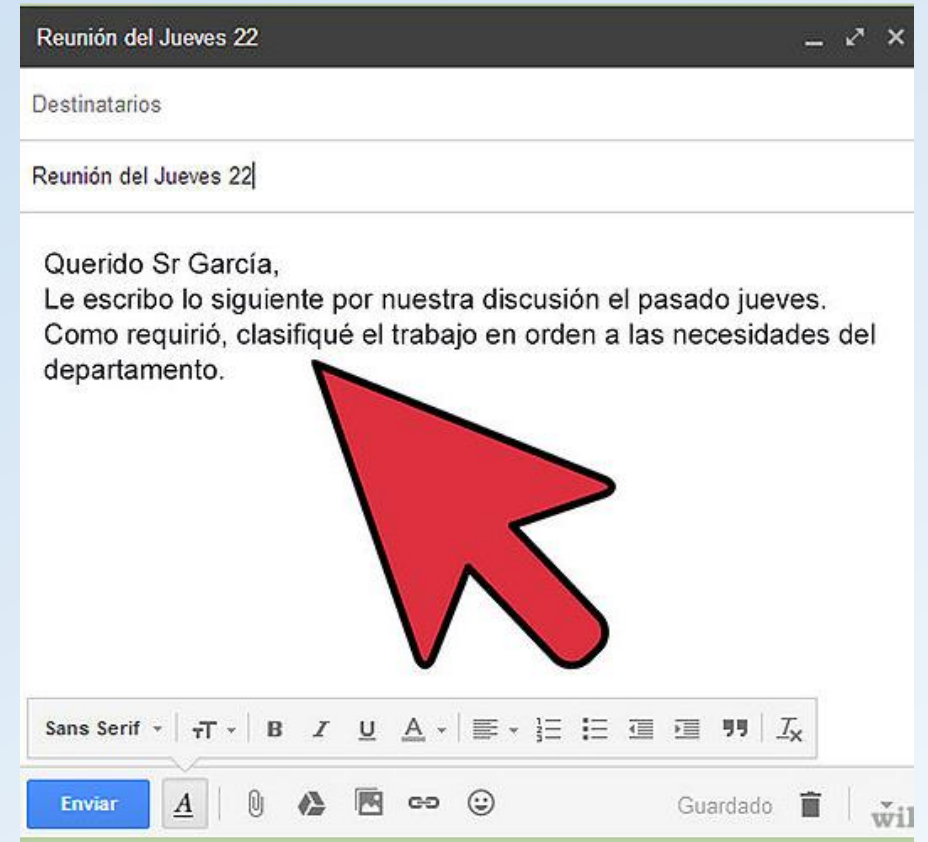
Diríjase a la persona por su nombre de pila

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.



TIPOLOGÍA DE SALUDOS (a)

Estrechar la mano

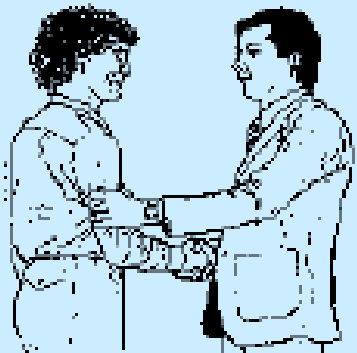
Tomar la muñeca



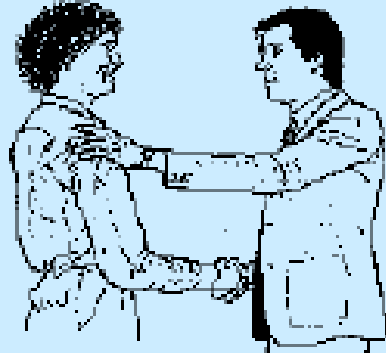
Tomar el codo



Tomar el brazo



Tomar el hombro



El apretón de manos es muy común entre personas desconocidas o de autoridad, o en un ambiente formal.

TIPOLOGÍA DE SALUDOS (b)

Beso social



CUANDO DEBEMOS USARLO

- Cuando existe un vínculo de amistad
- Cuando es costumbre
- Si nos es dado sin esperarlo

CUANDO NO DEBEMOS USARLO

- Nos acaban de presentar a alguien.
- A los jefes
- * Cuando se está enfermo

TIPOLOGÍA DE SALUDOS (c)

Emblema militar



Son saludos de disciplina, autoridad y servicio, que indica patriotismo, y respeto a las instituciones.

TIPOLOGÍA DE SALUDOS (d)

Reverencia



Son saludos antiguos, el inclinar la cabeza o descubrirse la cabeza, su significado es de respeto*, humildad y darle importancia a la presencia de la otra persona.

TIPOLOGÍA DE SALUDOS (e)

Abrazo



Son saludos de amistad, y lazos de íntima relación, que reflejan buen trato, aprecio, afecto, cariño y alegría.

TIPOLOGÍA DE SALUDOS (f)

Beso en la mano



Son saludos que reflejan caballerosidad, en el que dignifican a través del saludo la figura de la mujer.

TIPOS DE SALUDO SEGÚN LOS PAISES...

México



Apretón de manos



Nueva Zelanda



Hongi: Nariz con
Nariz



TIPOS DE SALUDO SEGÚN LOS PAISES...

India



Juntar las manos a la altura del pecho y pronunciar «namaste»



Sacar la lengua

Tibet



5° COMPONENTE: POSTURA

Es la posición que adopta el cuerpo (erguido o sedente), indicando con ello personalidad* y estados emocionales*.



RECOMENDACIONES PARA UNA BUENA POSTURA

No se trata de cambiar el estilo, sino mejorarla .

Mirar siempre de frente, sin elevar demasiado la cabeza

Mantenerse erguido, no encorvarse

No pararse con las piernas muy abiertas, o demasiado juntas.

Realizar movimientos corporales moderados y naturales.



RECOMENDACIONES PARA UNA BUENA POSTURA

En una conversación se debe mantener el contacto visual de forma natural

En una reunión o conversación no mantenga las manos en el bolsillo, no cruce las manos, siempre deje ver sus manos de forma natural

Frente a los demás no se sienta demasiado relajado y cansado.

Durante una entrevista o conversación donde halla una mesa entremedio, no coloque sus manos ni sus codos sobre ella.



6° COMPONENTE: VESTIMENTA

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



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.

Oculto el rostro dejando al descubierto los ojos.



Cubre absolutamente todo el cuerpo, a la altura de los ojos se deja ver una rejilla.

CRITERIOS DE LA VESTIMENTA: 3.- Profesional



Existen una serie de reglas para vestir en el trabajo; factores como el **puesto**, **departamento** en el que nos encontramos, **tareas y funciones asignadas**, **tipo de oficina**, **cultura del cliente**, etc., condicionan el tipo de vestimenta.

Vestimenta profesional: Mujeres

CORRECTO

- ✓ Todo tipo de camisas y blusas en color azul, gris, negro, café.
- ✓ Camisas, pantalones y faldas tipo sastre.
- ✓ El largo de la falda ha de ser a la altura de las rodillas.
- ✓ Maquillaje discreto y natural.
- ✓ Zapatos cerrados, preferentemente con tacón.



INCORRECTO

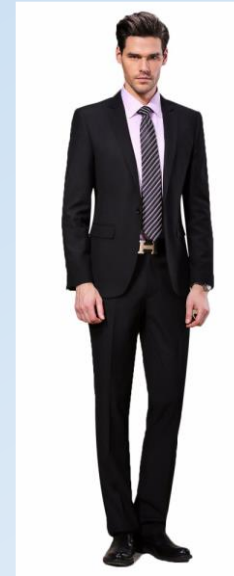


- X Faldas cortas
- X Sandalias ni zapatos deportivos
- X Prendas brillantes, transparentes, o tonos metálicos
- X Tirantes
- X Tops
- X Strapless
- X Mezclilla
- X Blusas sin mangas

Vestimenta profesional: Varones

CORRECTO

- ✓ Camisas manga larga lisas de un solo color, con rayas o cuadros, en colores azul, gris, o negro.
- ✓ Corbata en colores y diseños discretos.
- ✓ Pantalones tipo sastre, dockers, gabardina.
- ✓ Playeras tipo polo y camisas manga corta
- ✓ Zapatos cerrados, con o sin agujeta, hechas de piel o sintéticos.
- ✓ Arreglo del cabello, bigote y barba.



INCORRECTO

- X Prendas llamativas
- X No usar calcetines
- X Playeras sin cuello
- X Zapatos de tela y deportivos
- X Ropa deportiva
- X Mezclilla



Nudos de corbata

El lado más estrecho siempre va en el lado izquierdo
El lado más ancho siempre va en el lado derecho

- I. **Americano o sencillo**
- II. **Medio Windsor**
(adentro)
- III. **Windsor o inglés**
(afuera)



FACTORES DE LA VESTIMENTA PROFESIONAL

- I. **ÉTICO:** las instituciones no tienen cánones para la vestimenta, depende de la consciencia moral del profesional.

- II. **DEONTOLÓGICO:** existe una obligación normativa de vestir, y no depende del profesional.



La vestimenta profesional comunica el quehacer de la persona, su función es totalmente de profesionalismo integrado en la imagen.



VESTIMENTAS DEONTOLÓGICAS PROFESIONALES

Chef



Azafata



Veterinaria

Guantes resistentes



Botas



Gorros



Batas



Lentes



Mascarillas



Arquitectura



CRITERIOS DE LA VESTIMENTA: 4.- Personal



La vestimenta personal es aquella que se usa en contextos distintos a los laborales o institucionales, como en eventos, festivales, casa, etc. reflejan relajación, gustos, comodidad, moda, y preferencias.

7° COMPONENTE: **AUTOESTIMA**

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

*Componentes

- **Autoconcepto**
- **Autoimagen**



AUTOESTIMA EN EL PROFESIONAL

- Conoce sus alcances, virtudes.
- Reconoce sus limitaciones y se esfuerza por mejorar
- Posee valores humanos y los ejerce.
- Es competitivo, pero también cooperador.
- Es empático.
- Se respeta a si mismo y a los demás.
- Ser autónomo e independiente.



ACTIVIDAD:

Cada alumno tratará de venderse como el mejor profesionalista que cualquier institución o empresa requiere, para ello empleará su anuncio y verbalizará todo lo que ofrece al empleador, como son cualidades, valores, habilidades y mencionando el porqué debe ser elegido como el mejor de todos los candidatos.

UNIDAD II

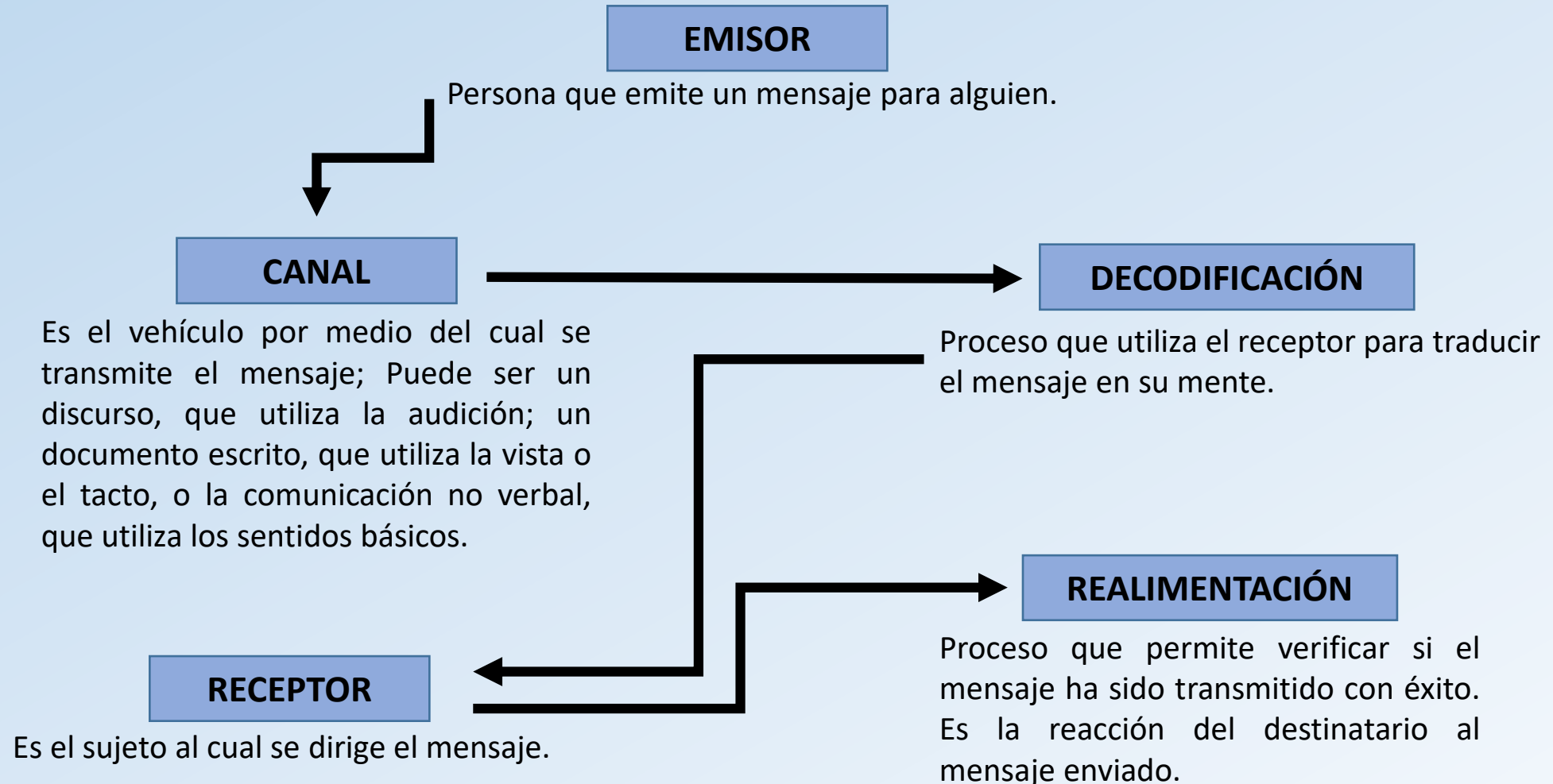
ACCIONES ESTRATÉGICAS PARA LA IMAGEN PERSONAL

COMUNICACIÓN*

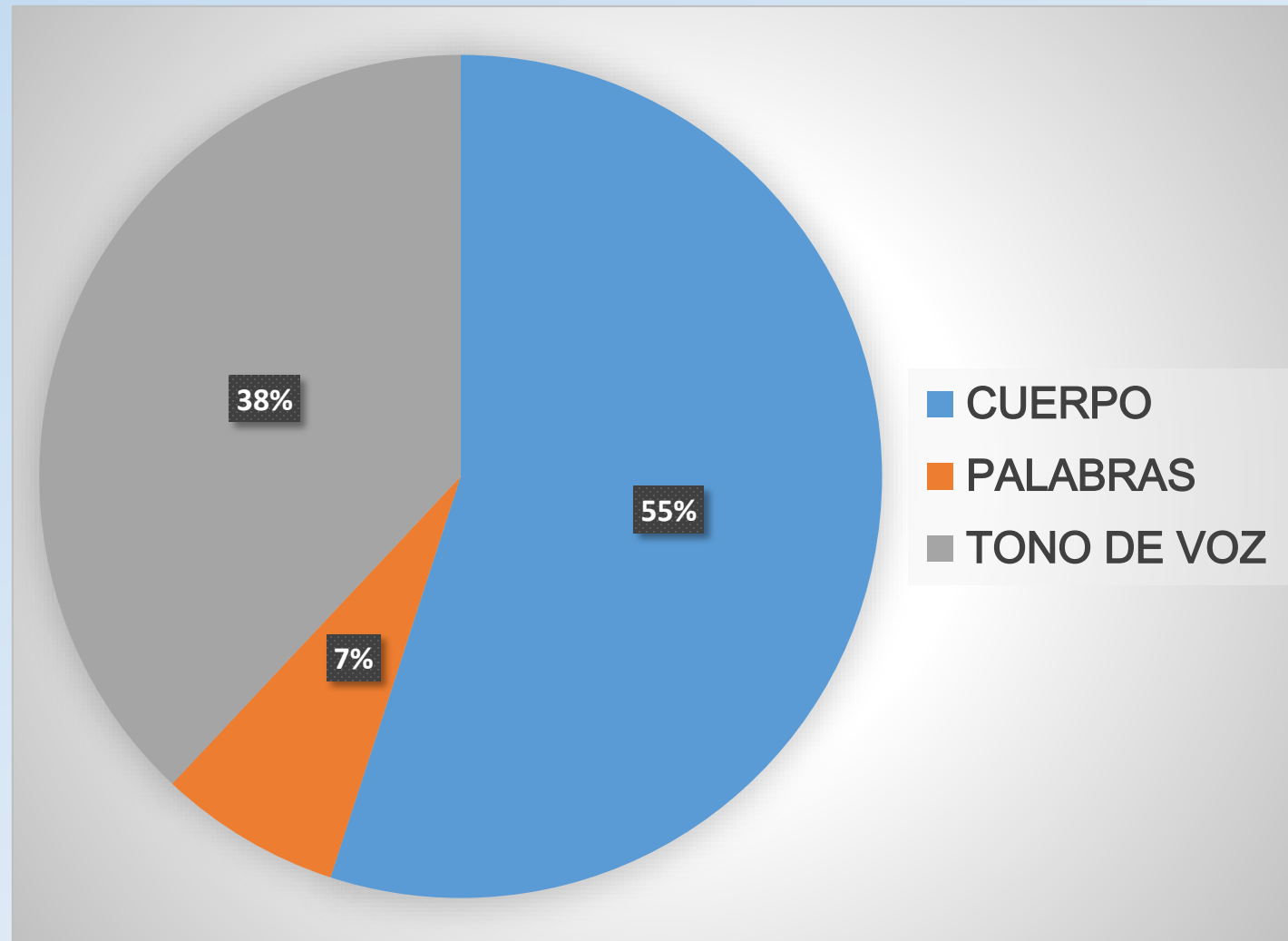
Se refiere a la transmisión de información mediante símbolos* comunes, y a su comprensión. Los símbolos comunes pueden ser **verbales o no verbales**. Así, comunicación es la transferencia de información y de significados de una persona a otra.



ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN



FORMAS DE COMUNICAR



FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN

A Control

B Afiliación

C Explorativa

D Informativa

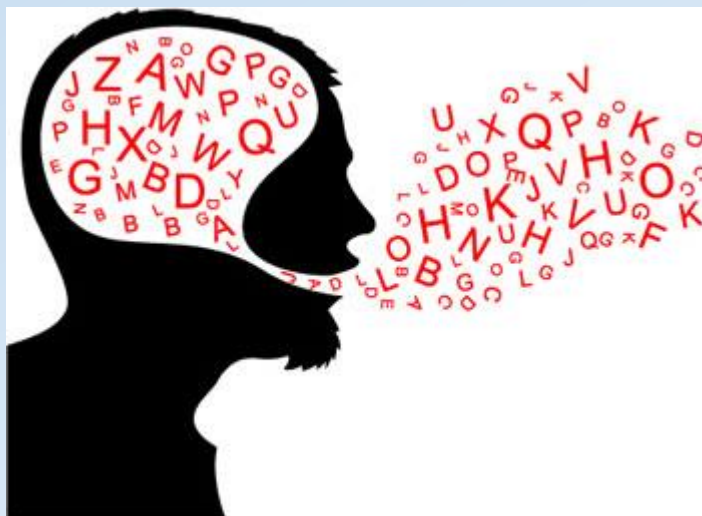
E Emocional



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



TIPOS DE COMUNICACIÓN: 2.- NO VERBAL

Consiste en compartir información sin utilizar palabras para codificar los pensamientos. Los elementos utilizados son los gestos, postura, imágenes, los tonos de voz y las expresiones faciales o corporales.



FORMAS DE COMUNICACIÓN NO VERBAL



ADEMANES.

Son la palabra en movimiento, complementan las palabras. Si en una presentación pública éstos faltan, el resultado será la falta de ánimo, y si sobran, entonces eso detonará falta de control sobre sí mismo. Por lo tanto, los ademanes deben corresponder a la magnitud y acción de la palabra oral de manera natural, administrados con la justa medida.

GESTOS

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

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.



FORMAS DE COMUNICACIÓN NO VERBAL



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.

COMUNICACIÓN PARALIGÜÍSTICA

Es el estudio de la expresión de los mensajes no verbales producidos por la voz.

- Cualidades de la voz:** amplitud, tono, ritmo y articulación.
- Vocalizaciones:** bostezo, llorar, reír, eructar, inhalar, exhalar, toser, hipar, gritar, chiflar, estornudar, murmurar.



FORMAS DE COMUNICACIÓN NO VERBAL

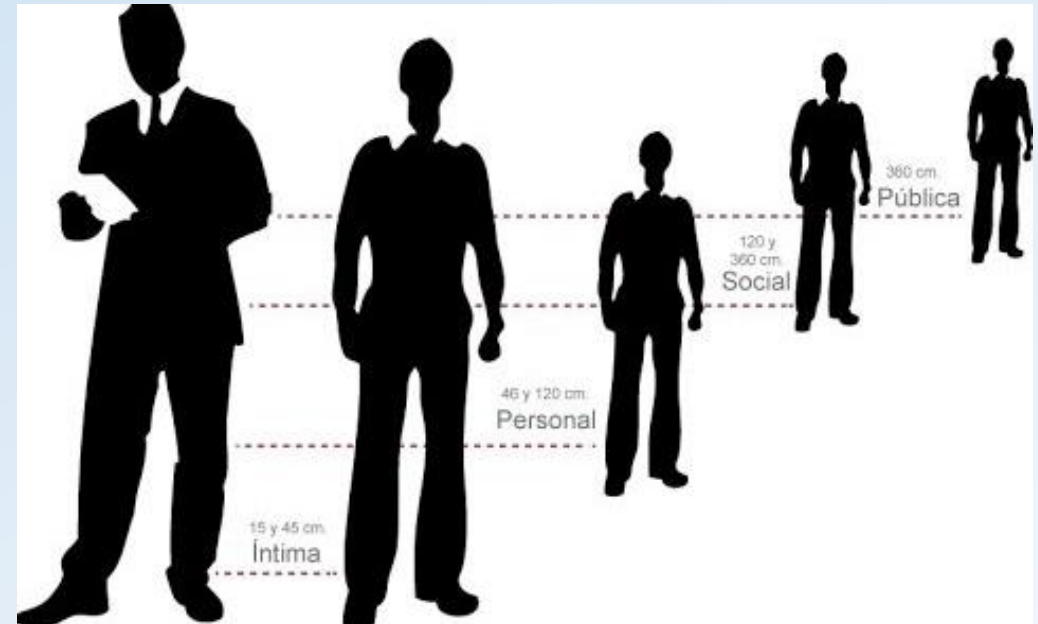
PROXÉMICA

Es el estudio de la manera en que el hombre percibe, estructura, utiliza sus espacios personales y sociales.



Espacio interpersonal

- Distancia íntima: 0-0.5 m.
- Distancia personal: 0.5m-1.5m.
- Distancia social: 1.5m-3.5m.
- Distancia pública: 3.5m en adelante.



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.

LA CALIDAD EN LA EDUCACIÓN ES EL SECRETO

INFA

CONSEJO INTERINACIONAL PSICOLÓGICO

CIF

Trastornos disruptivos del control de los impulsos y de la conducta

CATEDRÁTICO: MTR: Luis Miguel Sánchez Hernández
Materia: Psiquiatría Criminal.
ALUMNOS:
Sebastián Pérez Arcos
Williams Pinto Sánchez
Marcos Rivera Álvarez
Luis Alberto García Gutiérrez

Prezi

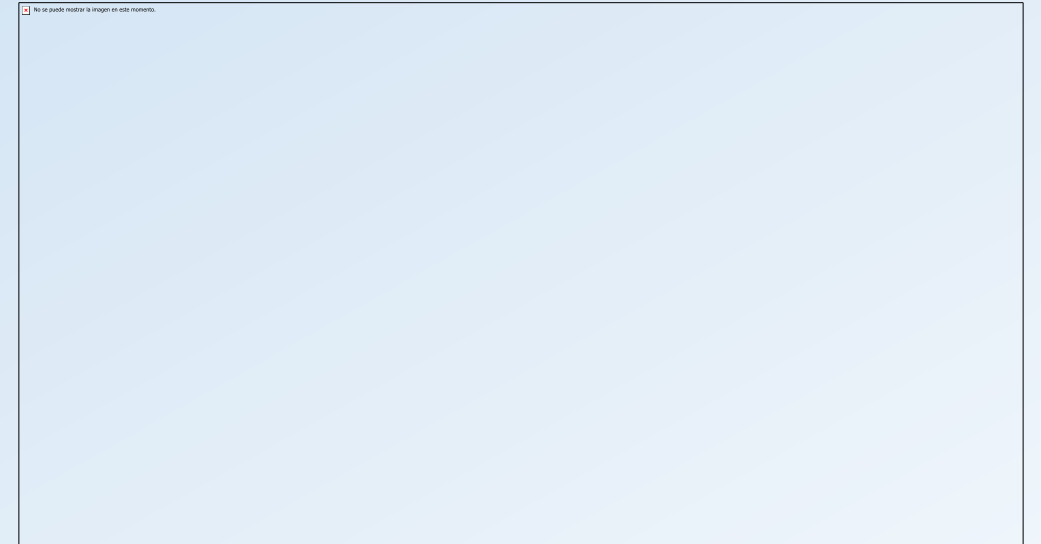
- ✓ Tamaño de fuente recomendado Arial, entre 20 y 25 puntos.
- ✓ Mostrar en pantalla sólo aquello a lo que el expositor se refiere en cada momento.
- ✓ No sobrecargue la diapositiva con gráficos. El mejor diseño será siempre el más preciso y sencillo.
- ✓ En caso de necesitarlo, utilice figuras y esquemas 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: Recomendaciones para el diseño de la exposición.

Recomendaciones para el diseño de la exposición

- ✓ Si la presentación es de carácter institucional, diseñela en el formato gráfico definido.
- ✓ En su exposición sea conciso y claro. Hable de manera natural, sin leer ni memorizar.
- ✓ La preparación y el ensayo previos son claves.
- ✓ Los textos impresos y la presentación en *power point* son apoyos, no suplen al expositor.
- ✓ Mantenga siempre el hilo conductor y siga el orden lógico de la exposición definido con anterioridad.
- ✓ Conecte cada idea con la anterior y la posterior por medio de marcadores discursivos.
- ✓ Mantenga contacto visual con los asistentes. Sea consciente de su lenguaje corporal y úselo a su favor



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!!!

DISCURSO: Estructura de la presentación o discurso

Estructura de la presentación:

I. Preliminares (previo al discurso o ponencia)

- ✓ Título de la ponencia.
- ✓ Datos del autor o autores de la ponencia.
- ✓ Tabla de contenido numerada
- ✓ Introducción: tema, objetivos, principales fuentes utilizadas.

II. Desarrollo:

- ✓ Antecedentes conceptuales.
- ✓ Precisiones teóricas.
- ✓ Correlaciones teóricas.
- ✓ Perspectivas disciplinares.
- ✓ Análisis y discusión

III. Conclusiones

- ✓ Introducidas por un párrafo breve. Luego se presentan numeradas en orden de importancia

COMPETENCIAS PERSONALES

- ✓ **AUTOCONCEPTO:** Es el reconocimiento de las habilidades, capacidades, virtudes, valores, y por excelencia la definición realista que nosotros tenemos sobre nosotros mismos, que a su vez es valorado en el trabajo donde nos desempeñemos.



- ✓ **HABILIDADES SOCIALES:** Se refiere a la práctica de la inteligencia emocional en el trabajo. Implica ser empático, no tener prejuicios, saber controlar las emociones y los sentimientos, ser asertivos, saber escuchar a los demás.

COMPETENCIAS PROFESIONALES

- ✓ **COMPETENCIA TEÓRICA:** Es el acumulamiento de datos, información y conocimiento a través de la literatura, es la actualización constante que tiene el profesional. Es decir, su actuar está fundamentada en fuentes confiables. Se cultiva leyendo y asistiendo a cursos, talleres, etc.



- ✓ **COMPETENCIA TÉCNICA:** Es la aplicación práctica de la competencia teórica, es decir, es el saber hacer. Es saber de métodos y técnicas, lo que se traduce en destreza y habilidad al momento del desempeño de sus funciones.

COMPETENCIAS PROFESIONALES

- ✓ **COMPETENCIA ÉTICA:** Es conocer la normatividad del quehacer profesional, es decir, seguir estrictamente los códigos éticos y deontológicos al momento de desempeñar las funciones. Evitando problemas administrativos y legales.



- ✓ **COMPETENCIA HUMANISTA:** Es el conocimiento basado en el principio del humanismo. Tratar con dignidad a los usuarios, pacientes, clientes, siendo sensibles, simpáticos, empáticos, cordiales, humildes, considerados, compasivos, pero sobre todo, serviciales.

EXPRESIÓN ESCRITA

- Ordenar los pensamientos e ideas.
- Conocer el buen manejo del lenguaje. Para ello, leer es imprescindible, usar diccionarios.
- No abuses de jergas o tecnicismos. Procura no escribir como un burócrata oficial, ni utilizar palabras que tu interlocutor pueda no entender.
- No uses frases demasiado largas.
- Humaniza tus textos, no escribas como si el otro fuera una máquina.
- No divagues. Sé concreto.
- Cuidado con los anglicismos y las siglas. Su uso suena pretencioso.
- Haz textos claros y amenos.

BLOG (BITÁCORA)

CASTING (AUDICIÓN)

BOOM (AUGE)

CHAT (CONVERSACIÓN EN INTERNET)

COPYRIGHT (DERECHOS DE AUTOR)

ONLINE (EN LÍNEA)

EMAIL (CORREO ELECTRÓNICO)

LINK (ENLACE)

TEASER (ADELANTO)

SHOW (ESPECTÁCULO)

TOUR (VISITA GUIADA)



ASERTIVIDAD, CONCISIÓN Y COHERENCIA

UNIDAD III

1.- ASERTIVIDAD: Concepto

Expresar de forma apropiada en el momento y situación las ideas, sentimientos, emociones y opiniones, sin hacer uso de la...

Manipulación

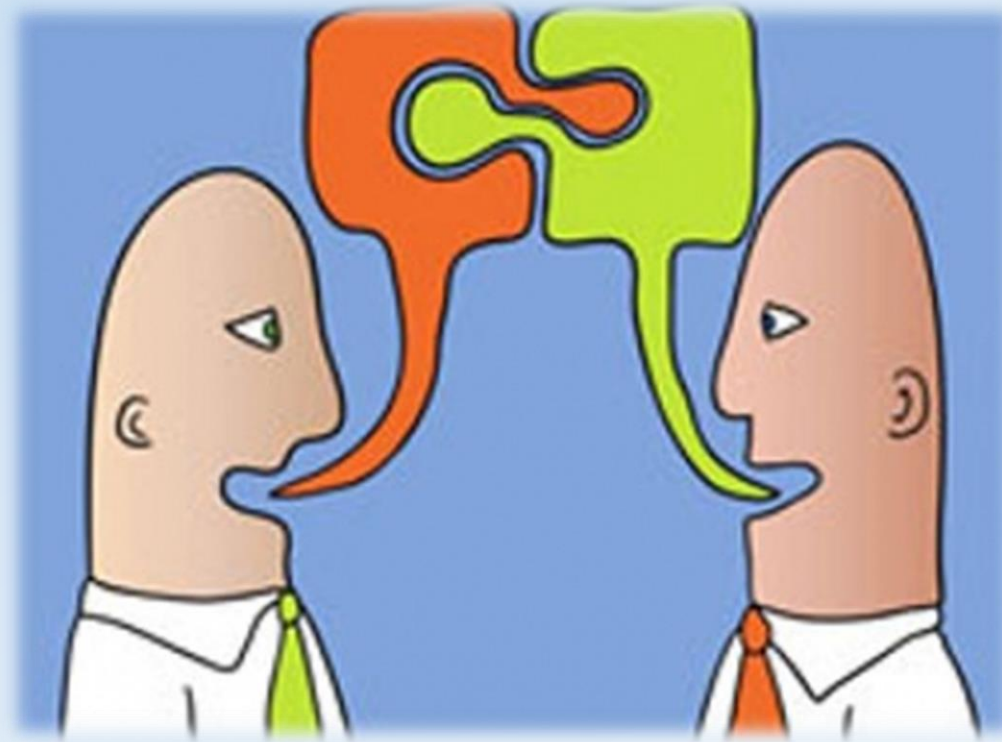
Lo que yo digo no se discute.

Coacción

Aunque no quieras, hazlo y punto.

Violencia verbal

Eres un inútil, no sabes nada



ASERTIVIDAD: Zonas de comunicación

Zona de confort.

Se da en conversaciones familiares, entre amigos, colegas.

Aquí no hay problemas de asertividad

Zona de progreso.

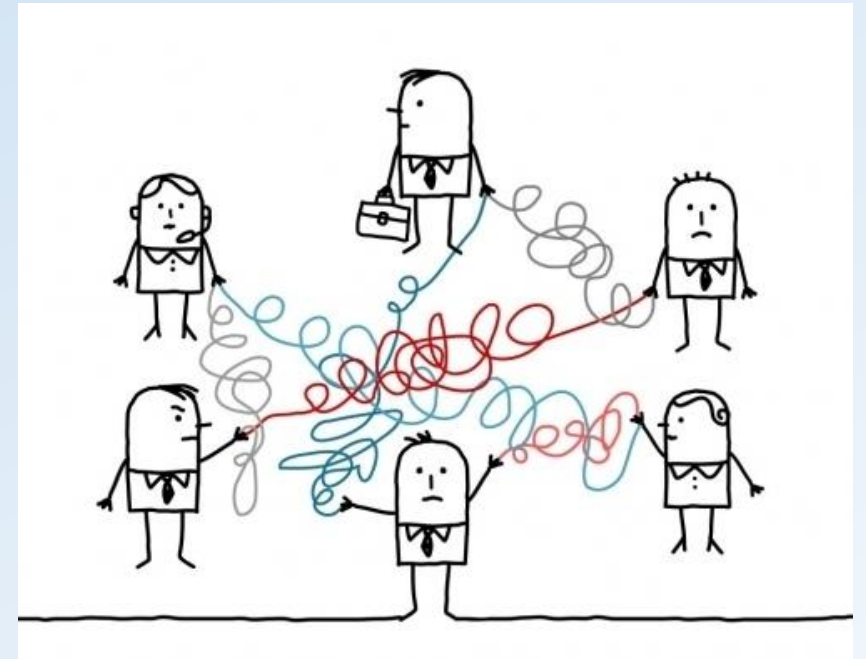
Se da en situaciones de transacciones, venta, peticiones, etc.

Se necesita de asertividad para llegar a acuerdos.

Zona de pánico.

Se da en situaciones donde hay temor de perder, ser rechazado, o derrotado en las intenciones.

La persona tiene miedo a ser asertivo por miedo a perder.



ASERTIVIDAD: Peticiones de forma asertiva

- 1** Pedir sin chantajes morales ni emocionales
- 2** No te humilles
- 3** Sé claro
- 4** No obligues a nadie en tus peticiones
- 5** En caso de negativa en tus peticiones, expresa que entiendes las razones de ella.



ASERTIVIDAD: Asertividad ante alguien hostil

- 1 No ser reactivo
- 2 Permanecer tranquilo
- 3 Solicitar hablar de los hechos no de la persona
- 4 No contra argumentar
- 5 Admitir la critica de manera pacifica
- 6 No tomar la situación como algo personal
- 7 Buscar soluciones y concluir con ellos.



ÁREAS DE LA ASERTIVIDAD

1

Expresión de sentimientos positivos

Comunicar afecto, agrado, comentarios agradables, y opiniones a favor, de forma adecuada

2

Autoafirmación

Se refiere a la defensa de nuestros derechos y expresión de opiniones.

3

Expresión de sentimientos negativos

Manifiestar desagrado, desacuerdo, decir y recibir críticas de forma adecuada.

2.- **CONCISIÓN:** Características de una buena redacción

Está vinculado a la economía de medios y a la brevedad para expresar un concepto con precisión y exactitud, ya sea a través de un discurso o la expresión escrita

Economía lingüística:

Textos de carácter conciso, donde se dice mucho con pocas palabras.

Ejemplo 1: La petición del acusado para salir en libertad provisional no encontró la aprobación del juez, que la rechazó.

Correcto: El juez negó la libertad provisional al acusado.
sesión.

Ejemplo 2: Se decidió por la Asamblea que el asunto no sería examinado hasta la próxima sesión.

Correcto: La Asamblea decidió estudiar el asunto en la próxima sesión.

2.- **CONCISIÓN:** Características de una buena redacción

A

Claridad

Vocabulario fácil al alcance de la mayoría, ni pretenciosa, ni demasiado técnico, sin palabras rebuscadas y frases ordenadas lógicamente.

B

Concisión

Decir lo más con menos, ahorrar palabras y evitar lo innecesario. Ser precisos en el lenguaje, combatir la verborrea, las imprecisiones y la redundancia.

C

Sencillez

Utilizar palabras de fácil comprensión y natural, sin apelar al diccionario para sacarle vocablos que nadie escucha, sino que se sirve de su propio vocabulario para escribir.

2.- CONCISIÓN: Fases de la redacción

Planeación de la escritura

Preguntarse qué desea escribir
Elaborar una lista de la ideas
Enumerar o jerarquizar la lista

Redacción

Comenzar a escribir lo que en la lista se
ha colocado de forma ordenada y lógica
Introducción
Cuerpo
Conclusión

Revisión

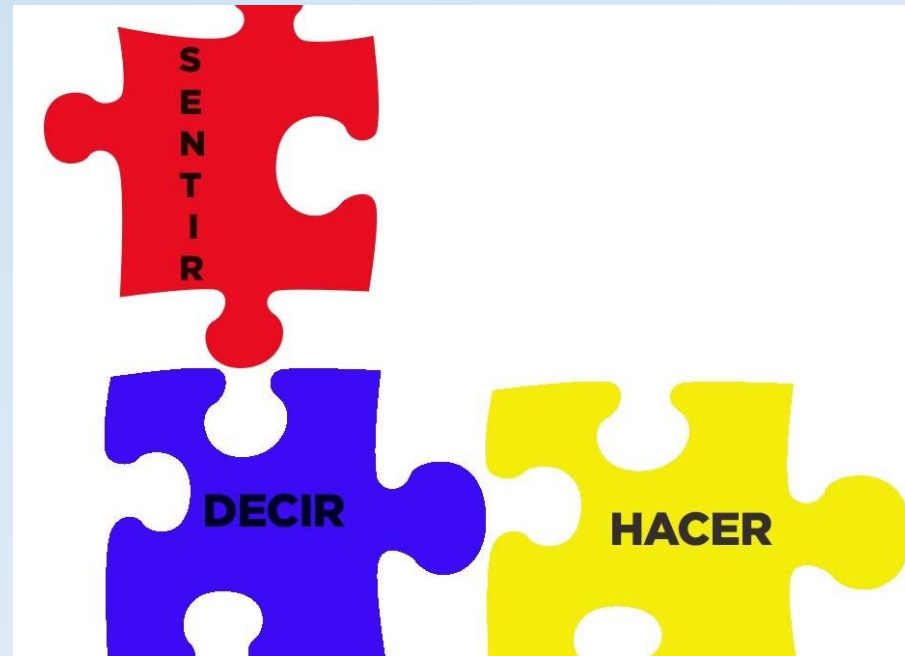
Corrección de errores o
defectos en las partes escritas

3.- COHERENCIA

Relación lógica entre dos cosas o entre las partes o elementos de algo de modo que no se produce contradicción ni oposición entre ellas.

Persona coherente

- Cuando actúa de acuerdo a sus principios, valores y ética.
- Es sincero consigo mismo y con los demás.
- Es firme en sus convicciones y decisiones, es la misma persona aunque en distintos ámbitos.



La madurez es la coincidencia entre el pensamiento, la acción, el sentimiento y la emoción.

3.- COHERENCIA: DISONANCIA COGNITIVA

Es cuando una cognición implica lo opuesto de otra, se presenta un estado de disonancia cognitiva, que es una de las principales fuentes de inconsistencia en el comportamiento.

Relación disonante

Se presenta, por ejemplo, cuando la persona cree que fumar es nocivo, pero continúa haciéndolo.

Son dos cogniciones contradictorias, es decir disonantes: la conciencia del peligro y la persistencia del hábito. La persona se comporta de tal manera que no acepta íntimamente su comportamiento.

Relación consonante

Una relación consonante se presenta cuando alguien cree que fumar es nocivo y, por tanto, deja el hábito.

Son dos condiciones consonantes entre sí. El comportamiento de la persona demuestra que acepta y valora sus creencias.

4.- IMAGEN: Tipos de imagen



Imagen ideal

Es aquella que el profesional o empresa desea ser, y alcanzar.

Imagen proyectada

Es aquella que el profesional o empresa muestra a través de la publicidad o identidad visual.

Imagen real

Es la imagen que percibe el público al estar en contacto directo con el profesional o empresa.

4.- IMAGEN: Identificador visual

Está compuesto por tipografía y no contiene dibujos

Logotipo
(Cromatismo)



Dibujo que representa una compañía sin utilizar tipografía

Isotipo
(Cromatismo)



Dibujo que incluye tipografía

Isologotipo
(Cromatismo)



5: 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.





TU MARCA
www.AquiVamos.Org

Daniel Aevedo

CEO AquiVamos.Org



+(593)099 123 0000



www.AquiVamos.Org



daniel@aquivamos.org





Cuenca, Ecuador

TEC GRAFICO
LOGO AQUI



Pedro Luis Ugarte

 E-mail


 995-452-785

 Direccion



LOGO AQUI

 E-mail

 995-452-785

 Direccion





Calidad e innovación
para tu negocio

CARLOS BECERRIL
Director

Tel. Móvil: +52 (81) 8287-1070
Correo: cbecerril@basictechs.com

Website: www.basictechs.com

Facebook: [basictechs](https://www.facebook.com/basictechs)

Monterrey, N.L. México

ESTEREOTIPOS PROFESIONALES

UNIDAD IV

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.



Ambiente externo de reclutamiento.



Mercado laboral.

Es la zona geográfica donde se recluta, basado en los índices de puestos vacantes por tasa de desempleo.

Un aspecto importante es la demanda y la oferta de habilidades específicas en el mercado laboral. El reclutamiento se simplifica cuando la tasa de desempleo en el mercado laboral es alta.

Si la demanda de una habilidad en particular es alta en relación con la oferta, se requerirá un esfuerzo extraordinario de reclutamiento.

PROCESO DE RECLUTAMIENTO

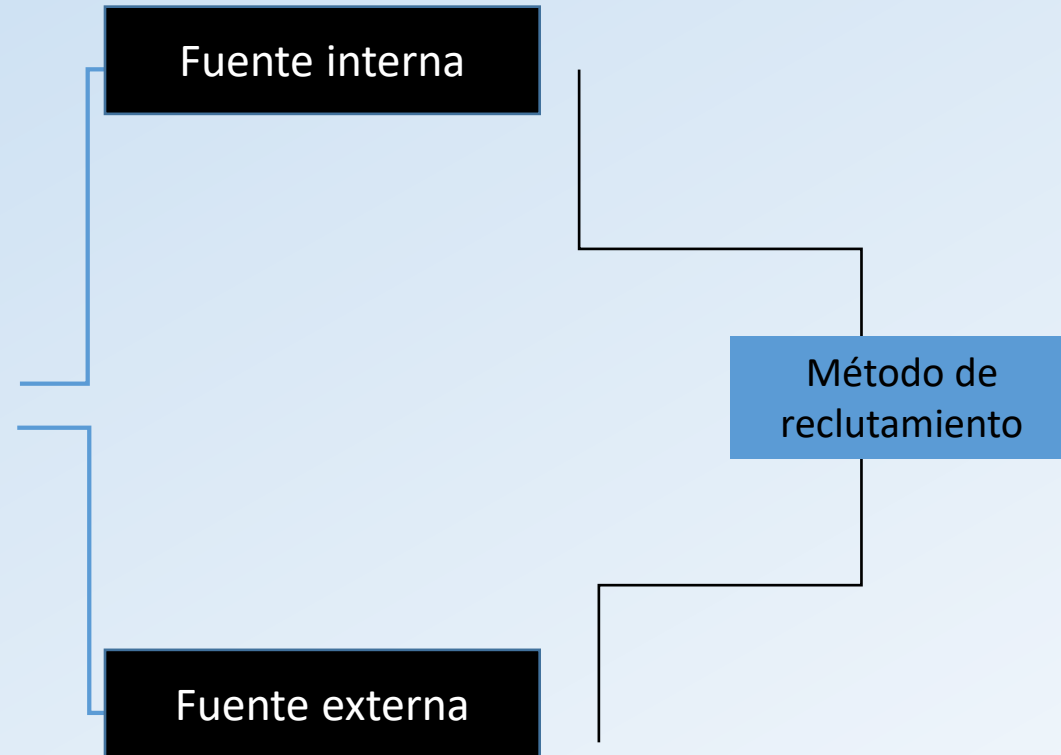
Paso 1

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

INTERNO

1.- Anuncios y ofertas de empleo

2.- Referencias de los empleados

- ➔ Tablero de avisos
- ➔ Intranets
- ➔ Internet
- ➔ Boletín
- ➔ Correo electrónico

Somos **Anáhuac**

UNIVERSIDAD ANÁHUAC
UNICE IN BONO MALUM
MÉXICO NORTE

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:
Actuaría • 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 Baca Vela
Tel: (55) 5672 0220 ext. 7940
maria.baca@anahuac.mx
www.anahuac.mx/contacto

Cupo limitado
Por favor, confirma tu asistencia:
maria.baca@anahuac.mx

Líderes de Acción Positiva

Red de Universidades
Anáhuac

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

POR CRECIMIENTO SOLICITAMOS:

AYUDANTES GENERALES Y CAJERAS

REQUISITOS:

- DISPONIBILIDAD PARA ROLAR 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 PUNTUALIDAD Y ASISTENCIA
- BONO DE PRODUCTIVIDAD
- EVENTOS FAMILIARES
- BONO DE DESPENSA
- CAJA DE AHORRO
- SEGURO DE VIDA

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

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

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.

FELIPE CASTAÑO
DISEÑADOR INDUSTRIAL

PERFIL PROFESIONAL
Diseñador industrial, con espíritu creador, emprendedor, sentido social y capacidad de autogestión, con conocimiento en diseño de marroquinería y joyería. Amplia disposición para el trabajo en equipo así como facilidad para aprender de forma autodidacta, respetuoso y paciente, con disponibilidad al diálogo y capacidad para solucionar problemas.

100% Dispuesto 100% Energico 100% Creativo

HABILIDADES
Rhinoceros ++++
KeyShot ++++
Corel Draw ++++
PhotoShop ++++
Office ++++
Maquetación ++++
Networking ++++

INFORMACIÓN PERSONAL
23/11/1988
Manizales - Caldas
Pereira - Risaralda
310 829 7161
300 792 5013
feliancas@gmail.com
behance.net/feliancas3b37

EXPERIENCIA LABORAL
2013-2016 Fábrica de Experiencias / Wingz, Wings & Beer / Pereira / Risaralda / Asesor de Ventas.
2015 Spacios (Carpintería Arquitectónica) / Cartago / Valle / Practica Académica.
2010-2011 Comercial Papelera / Bogotá D.C. / Asesor de Ventas.

EXPERIENCIA ACADÉMICA
Diseño social.
Diseñar catálogo de tendencias de moda, producto y exhibidor para la Fundación Lanitas de Vida.
Diseñar Imagen Corporativa y empaque para micro empresario asociado a la Cámara de Comercio de Dosquebradas.

ESTUDIOS ACADÉMICOS
2016 Diseñador Industrial / Universidad Católica de Pereira / Risaralda / Colombia.
2009 Armado de Piezas de Joyería / SENA / Manizales / Caldas / Colombia.
2005 Bachiller Técnico Profundización en Sistemas / Instituto Tecnológico Superior De Caldas / Manizales / Caldas / Colombia.

REFERENCIAS
Laboral Paula Estrada / Diseñadora Industrial / Jefe Depto. Diseño / Spacios / Cartago / Valle.
+57 316 4317813 extrapau@gmail.com
Personal Paula A. Miranda / Diseñadora Industrial Gte. Técnico y Administrativo / Indelpa / Pereira.
+57 313 6370292 paumiranda88@hotmail.com

INTERESES PERSONALES
Familia Deporte Viajar Música Cine Bailar



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. Poseo un nivel alto de inglés y conocimientos amplios en las TIC's aplicadas a la educación.

CONTACTO

natalia@hotmail.com

620 000 000

www.linkedin.com/natalia

C/ Madridal, 23, 4º 2ª, 28930
Móstoles (Madrid)

IDIOMAS

INGLÉS - C1

FRANCÉS - B2

ALEMÁN - A1

INFORMÁTICA

Microsoft Office ██████████
Pizarra digital ██████████
Moodle ██████████

HOBBIES



OTROS DATOS

Carnet 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 - 2009 Licenciatura de Historia. Especialidad en Historia Contemporánea Universidad de Salamanca

EXPERIENCIA PROFESIONAL DOCENTE

Septiembre 2011 - 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 impartieron 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 parque de Ordesa (Huesca).

FORMACIÓN ACADÉMICA

- 2015 • El uso de las nuevas tecnologías en la clase. Aplicaciones de la pizarra digital. ANPE, 100 horas.
- 2014 • Estrategias didácticas para la mejora de las capacidades en las etapas educativas. Academia Salamanca, 35 horas.

ADRIÁN LÓPEZ HERNÁNDEZ

NACE EN MADRID EL 31 DE OCTUBRE DE 1984 - 28 AÑOS

C/JUAN CARLOS I N° 72 EL ÁLAMO - MADRID

NACIONALIDAD ESPAÑOLA

646 53 56 91

CARNÉ DE CONDUCIR



NATIVO NIVEL ALTO

odrilh@gmail.com / mimall@adrian-lopez.es



MI FORMACIÓN ACADÉMICA



MI EXPERIENCIA PROFESIONAL



MIS HABILIDADES



PROGRAMAS QUE MANEJO



¿QUE ME DISTINGUE?

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



JANE DOE

Digital marketing



EDUCATION

2010 - 2014 | DEGREE TITLE | MAJOR
University name, Location

2010 - 2014 | DEGREE TITLE | MAJOR
University name, Location

EXPERIENCE

2010 - 2012 | POSITION TITLE | COMPANY NAME
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

2010 - 2012 | POSITION TITLE | COMPANY NAME
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

SKILLS

LOREM 1	■ ■ ■ ■ ■	LOREM 1	■ ■ ■ ■ ■
LOREM 2	■ ■ ■ ■ ■	LOREM 2	■ ■ ■ ■ ■
LOREM 3	■ ■ ■ ■ ■	LOREM 3	■ ■ ■ ■ ■

CONTACT

www.loremipsum.com lorem@ipsum.com
+12 123 123 123 Your address, 123 lorem ipsum

designed by freepik.com

NAME SURNAME

GRAPHIC DESIGNER



CONTACT

Sample your name
+123 890 123 456
yourname@gmail.com
yourstreet, City, Country

PROFILE

Lorem ipsum dolor sit are amet, consectetur adipiscing elit, sed do you eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud.

LANGUAGES

ENGLISH ■ ■ ■ ■ ■
GERMAN ■ ■ ■ ■ ■
SPANISH ■ ■ ■ ■ ■

SKILLS

ILLUSTRATOR	■ ■ ■ ■ ■
PHOTOSHOP	■ ■ ■ ■ ■
INDESIGN	■ ■ ■ ■ ■
COREL DRAW	■ ■ ■ ■ ■

EDUCATION

2006 - 2009
Lorem ipsum is simply dumm text of the lorem printing industry.

2009 - 2012
Lorem ipsum dolor sit are amet, consectetur lorem adipiscing elit, sed do you eiusmod tempor incidet idunt ut magna aliqua.

2012 - 2015
Lorem ipsum is simply dumm text of the lorem printing industry.

EXPERIENCE

2008 - 2013
LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET
Lorem ipsum dolor sit are amet, consectetur lorem adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incidet idunt ut labore aliqua.

2013 - 2016
LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET
Lorem ipsum dolor sit are amet, consectetur lorem adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incidet idunt ut labore et dolore magna aliqua.

HOBBIES

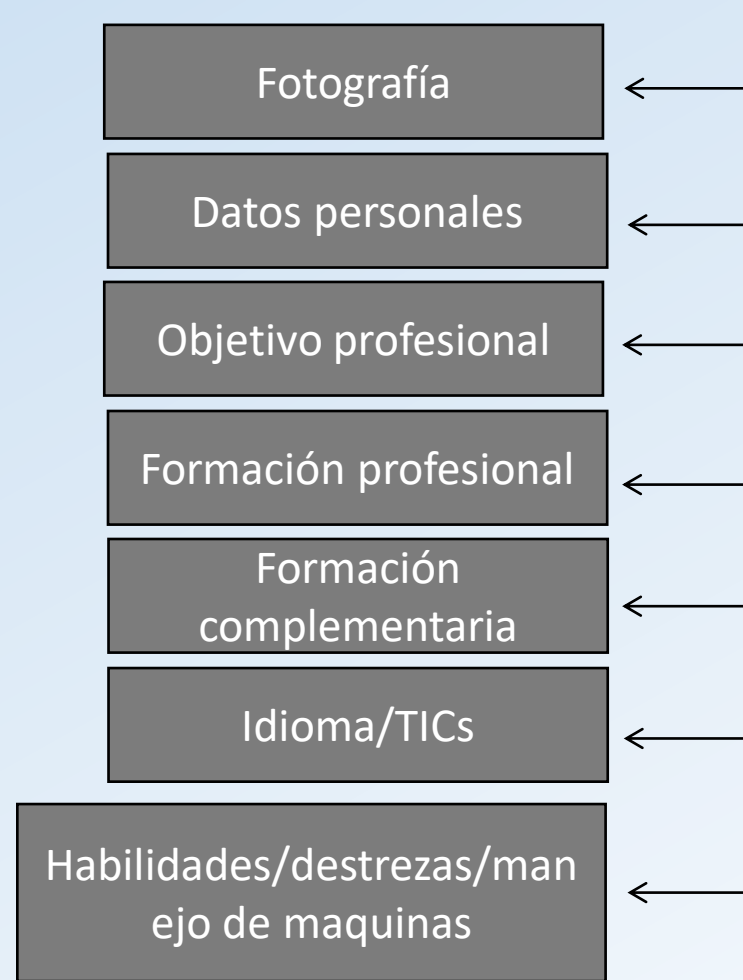
✈️ 📁 📷

Lorem ipsum dolor sit are amet, consectetur lorem adipiscing elit, sed do you are eiusmod tempor incidet idunt.

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.



▶ **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 CV
Gerente de sistemas 28 Abril 2015 - Actualmente

- Llevar a cabo la operación de los Fulfillment (Almacenes GDL y Tijuana).
- Supervisión de la entrega de productos a los clientes en su domicilio por parte de la mensajería.
- Revisión diaria de la operación para tener visibilidad de los equipos que se asignan y entregan a mensajería y conocer la razón de los folios que no salieron 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 nuestras métricas.
- 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 recolecciones de equipos
- Seguimiento a devoluciones de equipos y la asignación de nuevos folios.
- Envié de reportes de seguimientos de entrega a nuestros proveedores.

EMPRESA DOS S.A DE CV
Supervisor de sistemas 9 Agosto 2010 - 28 Noviembre 2014

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

Logros: Elaboración de proyecto Lean enfocado en la mejora continua sobre uno de nuestros procesos en la operación del almacén, logrando aumentar nuestra capacidad de embarques diarios eliminando actividades que no agregaban valor a nuestro proceso.

Responsable de coordinar todas las actividades para realizar un cambio de almacén en el 2013, 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 2008 "calidad"
- Capacitación constante en Seguridad industrial.
- Curso en de Mejora Continua, 5's, Supervisión y KPI's.
- Cursos anuales de seguridad vehicular.
- Curso de brigadista en manejo de residuos peligrosos y primeros auxilios durante los 4 años.
- Cursos de certificación para el manejo de Montacargas.

CONTACTO

33-44-41-11-00

contacto@noragamez.com

20 Mayo de 1987

Calle Bosque # 111 Colonia Prados C.P. 00000

IDIOMAS INGLÉS

Hablado 70% Escrito 70% Leído 70%

HABILIDADES/CONOCIMIENTOS

SAP	●●●●●●
Oracle	●●●●●●
Office	●●●●●●
Perseverante	●●●●●●
Disciplinado	●●●●●●
Trabajo 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

