

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

Informe de actividades profesionales

Autor: Paulina Ruiz Farías

**Tesis presentada para obtener el título de:
Licenciada en Administración**

**Nombre del asesor:
Claudia Damaris Aguilar Santillán**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación “Dr. Silvio Zavala” que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo “Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada”, se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





INFORME DE ACTIVIDADES PROFESIONALES

**Para La Obtención Del Título De:
Licenciatura En Administración**

PAULINA RUIZ FARÍAS

Periodo 2008 – 2013

AGRADECIMIENTOS

Primero quiero agradecer a mis papás, que me dieron el mejor de los regalos, **mi carrera profesional**, la cual me ha permitido ir cumpliendo cada una de mis metas y sueños profesionales, en especial a mi papá, que siempre me ha apoyado en todo y ha estado siempre para mí haciéndome sentir segura y feliz.

A mi amigo Carlos Varela, por ser mi primer y mejor jefe, por abrirme las puertas del mundo laboral y enseñarme cada día tantas y tantas cosas nuevas, por darme la oportunidad de crecer personal y laboralmente y por presionarme a cada momento para titularme y cerrar este ciclo.

A mi amigo Saúl Chávez, por esas pláticas llenas de aprendizaje y consejos para luchar por ser alguien en la vida, pero sobre todo, por estar al pendiente de este proceso, de principio a fin, hasta asegurarse de que se concluyera exitosamente.

Y en general, a todas las personas que formaron un papel importante en mi desarrollo, maestros, amigos y compañeros de trabajo.

¡Mil gracias!

ÍNDICE

Introducción.....	4
Generalidades de la Empresa.....	5
Marco Teórico.....	12
Informe de Actividades.....	32
Conclusiones.....	50
Bibliografía.....	51

INTRODUCCIÓN

Este reporte de experiencia laboral es elaborado con el fin de obtener el título para la licenciatura en Administración de la Universidad Vasco de Quiroga, ciclo 2003 – 2007.

Mi experiencia profesional se ha desarrollado desde enero de 2008 hasta la actualidad, en la empresa Grupo Posadas. Grupo Posadas tiene su Corporativo principal en el Distrito Federal, y cuenta también con otras unidades de negocio ubicadas en Morelia, Michoacán, lugar donde he adquirido mi experiencia, cumpliendo aquí, 5 años 8 meses de antigüedad en esta prestigiosa empresa.

Primero inicié como Analista de Atracción de Talento, en el departamento de Recursos Humanos, siendo este mi primer empleo, el cual me permitió aprender muchas cosas tanto laborales como personales. Después de 3 años y medio en este puesto se me brindó la oportunidad de ascender a Coordinadora de Atracción de Talento, donde por primera vez experimenté lo que es tener gente a cargo y ser líder de un equipo de trabajo. Después de 1 año, se me brinda nuevamente la oportunidad de otro ascenso, pero ahora a un área independiente de Recursos Humanos, pero que también forma parte de Grupo Posadas, GloboGO. El puesto se llama Coordinador de Producto y es el puesto que desempeño en la actualidad con una antigüedad de 1 año 4 meses. Aquí he aprendido mucho referente a la industria turística y se me ha permitido conocer a mucha gente que pertenece a este medio. Me siento plena realizando lo que hago y aprendo muchas cosas nuevas cada día.

GENERALIDADES DE LA EMPRESA

HISTORIA DE GRUPO POSADAS

Con más de tres décadas de conocimiento y experiencia, Grupo Posadas es la empresa hotelera mexicana con mayor reconocimiento internacional. Es también la operadora que registra los mayores índices de crecimiento y rentabilidad.

La compañía cuenta hoy con un inventario hotelero que muestra un balance entre destinos de playa y de ciudad; tiene unidades hoteleras en las principales ciudades de México y el sur de los Estados Unidos. También opera resorts en los destinos más atractivos de Latinoamérica.

Para atender distintos segmentos de mercado con altos estándares de servicio y atención al cliente, cuenta con conceptos hoteleros que operan bajo marcas propias que ocupan posiciones líderes en sus mercados.

- En México, opera Aqua en la categoría "lifestyle"; Fiesta Americana Grand, Fiesta Americana y LAT 19°, en el segmento de Gran Turismo; Fiesta Inn en la categoría Business Class; Onehotels en la categoría "Economy Class"; y TheExploreal, concepto orientado al viajero que busca romance y aventura.

Grupo Posadas también cuenta con Fiesta Americana Vacation Club, que le ha conquistado huéspedes por los próximos 40 años. Hoy, el éxito de este club vacacional, que en el 2003 incrementó sus ventas en un 55%, lo ha convertido en el segundo canal de distribución más importante de la compañía.

POSADAS opera 92 hoteles y más de 17,000 habitaciones en los destinos de playa y ciudad con mayor afluencia de viajeros. En México, maneja 20% de los cuartos de cadenas hoteleras de categoría turística.

GRUPO POSADAS es la empresa hotelera latinoamericana más grande de la región.

GRUPO POSADAS ha crecido a través del desarrollo y la exploración continua de nuevos conceptos hoteleros. Actitud innovadora que, durante los años setenta, colocó a POSADAS como pionera, ya que lanzó la primera marca hotelera mexicana: Fiesta Americana. Luego, en la década de los ochenta la ubicó como una de las cinco empresas más importantes dentro del ámbito turístico mexicano. Hoy, con más de 30 años de operaciones, GRUPO POSADAS es el líder hotelero de Latinoamérica gracias al trabajo intenso y organizado, al firme propósito de generar valor a nuestras operaciones y a la rapidez en la toma de decisiones.

Siempre cerca de sus huéspedes, GRUPO POSADAS le brinda lo mejor en servicios de hospedaje y una atención integral que comprende programas vacacionales y los más altos estándares de calidad para viajeros de placer, así como atención especializada para el viajero de negocios frecuente.

LIVE AQUA

Es la primera marca lifestyle de Grupo Posadas y nace en 2004. En estos hoteles la experiencia rige sobre la estancia. Su valor reside en los detalles que conquistan y consienten, construyendo estancias memorables. Este exclusivo concepto abre las puertas al máximo para el disfrute de los sentidos. Gastronomía, descanso, sensaciones, aromas y confort en una atmósfera de genuino servicio y atención al huésped.

ESTRATEGIA DE MARCA

Aqua es un concepto hotelero sofisticado, sutil y con gran estilo con espacios lounge, spa de clase mundial y la mejor cocina con chefs reconocidos internacionalmente que reafirman que Aqua ha sido diseñada para crear una experiencia que abarque todos los sentidos.

PRODUCTO Y POSICIONAMIENTO

Para quienes disfrutan de cada momento, buscan el lujo informal y tienen un estilo único sin complicaciones, Aqua es la marca que ofrece un ambiente armónico, sofisticado, con detalles y experiencias que llevan todos los sentidos a la plenitud. Es un hotel innovador, idílico, único, en donde los huéspedes se sienten libres, seducidos y rodeados de un servicio inigualable en cada uno de sus espacios.

FIESTA AMERICANA GRAND

En 1998 nace Fiesta Americana Grand. Hoteles diseñados para quienes buscan atmósferas de lujo y exclusividad, con detalles especiales y amenidades únicas. Todo con un servicio de excelencia y calidad basado en una atención personalizada, cálida y una hospitalidad inigualable.

ESTRATEGIA DE MARCA

Esta marca, diseñada para quien elige el placer de cada instante, se enfoca a quienes buscan atmósferas de lujo y confort, con detalles especiales y amenidades únicas desde el momento de recepción del huésped, hasta que éste descubre y disfruta el encanto de su suite.

La categoría Grand de Fiesta Americana ofrece un servicio de calidad y excelencia, basado en una atención personalizada y una hospitalidad inigualable. Nuestros Resorts son escenarios maravillosos que ofrecen todos los servicios de la alta hotelería, y sofisticada gastronomía en sus restaurantes de especialidades.

PRODUCTO Y POSICIONAMIENTO

Fiesta Americana Grand comparte el posicionamiento de Fiesta Americana pero con mayor lujo, excelencia y sofisticación.

FIESTA AMERICANA

Fiesta Americana es la cadena de hoteles cinco estrellas que combina los trazos que han dado fama a la arquitectura y tradición hospitalaria mexicana, con el servicio y consistencia que caracteriza a los mejores hoteles del mundo. Su estilo cálido y personalizado, casual y cordial, garantiza estancias placenteras y exitosas en los mejores escenarios de nuestro país.

ESTRATEGIA DE MARCA

Fiesta Americana es la cadena que ofrece una completa y reconocida variedad de servicios. Este concepto hotelero fue creado para disfrutar el placer de una atención excelente y notable que capitaliza lo mejor de la hospitalidad tradicional e inigualable de México. Su estilo cálido y personalizado, casual y cordial, garantiza estancias placenteras y relajadas en los mejores escenarios de nuestro país.

PRODUCTO Y POSICIONAMIENTO

Para las personas que en sus viajes de negocios evitan hospedarse en hoteles con ambiente frío y/o poco flexible en sus servicios. Fiesta Americana es la cadena de hoteles 5 estrellas y Gran Turismo que garantiza un ambiente animado, “casual”, cálido y cordial, manteniendo la atención y eficiencia en el servicio que demanda el viajero de negocios más exigente.

INDICADORES

- Tarifa promedio: \$1,270
- Desde el año 2000 la marca Fiesta Americana ha encabezado el "Top Of Mind" (TOM) del mercado nacional.
- En lo referente al share of mind, Fiesta Americana es la cadena con mayor porcentaje con 47%.
- Sólo las marcas Fiesta Inn y Fiesta Americana cuentan con un "Conocimiento Total" del 100%, es decir, que al mostrar una lista de hoteles a los encuestados estas dos marcas fueron recordadas por ellos en su totalidad.

FIESTA INN

Fiesta Inn es un concepto hotelero diseñado para satisfacer las necesidades de quienes viajan por negocios. Es la cadena de servicio Business Class que les ofrece la atención, los servicios y las instalaciones que requieren para que su viaje sea un éxito. Los huéspedes de Fiesta Inn disfrutan además, de un ambiente conocido y acogedor en 52 hoteles en México.

ESTRATEGIA DE MARCA

Fiesta Inn es la cadena de servicio *Business Class* que ofrece a quienes viajan por motivos de trabajo, la atención, los servicios y las instalaciones que requieren para que su viaje sea un éxito. Los huéspedes de Fiesta Inn disfrutan, además, de un ambiente familiar y acogedor. En nuestros hoteles, los huéspedes descansan porque saben que Fiesta Inn entiende sus necesidades y se preocupa por facilitar el logro de sus objetivos.

PRODUCTO Y POSICIONAMIENTO

Dirigida a quien busca un servicio de calidad, alta eficiencia y funcionalidad en plazas de gran movimiento comercial y turístico, los hoteles Fiesta Inn ofrecen entre 120 y 160 habitaciones, instalaciones funcionales y áreas de trabajo cómodas y agradables que aseguran los altos estándares de confort y servicio que distinguen a esta cadena Business Class.

INDICADORES

- % de ocupación: 65%
- Participación de mercado: 18.3%
- Penetración en ocupación: 108
- El "Top Of Mind" (TOM) de Fiesta Inn de 1999 hasta sep del 2006 ha crecido de 4% a 12%, ninguna marca del mercado muestra un comportamiento similar.
- En lo referente al share of mind, Fiesta Inn ha crecido de 17% a 37% de 1999 a septiembre del 2006.
- Sólo las marcas Fiesta Inn y Fiesta Americana cuentan con un "Conocimiento Total" del 100%, es decir, que al mostrar una lista de hoteles a los encuestados estas dos marcas fueron recordadas por ellos en su totalidad.
- Hablando de la competencia, a excepción de Holiday Inn, el promedio de "Share Of Mind" (SOM) del resto oscila el 9%. Esto significa que las marcas Fiesta Americana y Fiesta Inn tienen 17 y 10 puntos de ventaja
- respectivamente, lo que se traduce en mayor rentabilidad.

HOTELES ONE

La primera cadena de bajo costo en México que ofrece solamente lo que los viajeros que trabajan necesitan para descansar y tener energía.

ESTRATEGIA DE MARCA

Con el respaldo de Fiesta Inn, la cadena especialista en viajes de negocios, One es la mejor opción de hotelería en el segmento económico, con un producto estandarizado, moderno, limpio, consistente y confiable.

PRODUCTO Y POSICIONAMIENTO

Los huéspedes objetivo de la marca son comerciantes, vendedores, contratistas, técnicos y ejecutivos de línea operativa. One constituye una incursión definitiva e innovadora en el segmento de tres estrellas, pues cuenta como ninguna otra cadena del segmento, con servicios estandarizados y consistentes, apoyo tecnológico en administración, operación y reservaciones, así como beneficios en programas de lealtad.

One es la cadena de bajo costo donde el huésped tiene lo justo para trabajar, descansar y seguir adelante.

MARCO TEÓRICO

PRUEBAS PSICOMÉTRICAS

- Las pruebas psicométricas nacen porque gradualmente surge la necesidad de tener mediciones esencialmente objetivas y estandarizadas del comportamiento humano. Sus bases surgen años atrás, cuando los griegos de acuerdo a las teorías de Hipócrates describían el comportamiento humano como una relación entre el balance de cada individuo en relación con los 4 estados: tierra, agua, aire y fuego.
- En los últimos 40 años surgió la metodología que se refiere al desarrollo y empleo de técnicas de medición, en todos los aspectos de la psicología y reciben el nombre de teoría psicométrica.
- Las técnicas psicométricas son herramientas que nos permiten contratar a la persona adecuada al puesto adecuado.

Los aspectos básicos que deben de cumplir las pruebas son:

- A) Confiabilidad.
La habilidad de un instrumento de medir consistentemente y con el menor error posible. Consistencia interna.
- B) Validez.
Es la habilidad de un instrumento de medir lo que se quiere medir.
Consistencia externa.
- C) Imparcialidad.
El instrumento nos debe asegurar que no nos permite impactos adversos.
Que no haya grandes diferencias en las puntuaciones o valores de contratación, promoción, ya sean dadas por su sexo, edad, raza étnica, etc.

¿CÓMO SE CONSTRUYE UNA PRUEBA PSICOMÉTRICA?

Los reactivos se construyen por medio de ítems o reactivos. De hecho se construyen muchos más de los que realmente se van a utilizar. Estos reactivos son lo que queremos saber y lo preguntamos de diferentes maneras, cada manera es un ítem o reactivo.

Ej. Si quiero averiguar sobre la capacidad de relacionarse con otras personas, podríamos preguntar ¿cuantos amigos tienes?, ¿te gusta tener amigos? ¿Prefiere leer o salir con tus amigos?, etc. cada una de ellos es una ítem o reactivo.

Luego se aplican esta prueba a una muestra representativa del grupo objetivo y se determina su Confiabilidad y Validez en donde cada criterio debe correlacionarse con lo que realmente quiero preguntar, es decir correlacionarse con la prueba.

En caso de que la correlación no sea buena se puede corregir eliminando los ítems o reactivos que no estén aportando, sin embargo, hay que considerar que mientras más reactivos tenga una prueba más confiable será.

El proceso para la discriminación de reactivos es por métodos estadísticos y básicamente usando “Regresión Factorial” y “Varianza”.

Al momento de someter cada reactivo a estas pruebas, podemos considerar que cada ítem que esté en el Test ya estuvo sujeto a un análisis 100% abstracto que nos va a permitir predecir el comportamiento presente o futuro de las personas.

CLASIFICACIÓN DE LAS PRUEBAS PSICOMÉTRICAS.

Por su naturaleza las podemos clasificar:

- Proyectivas - No Proyectivas.

- De lápiz y papel. Verbal/ No Verbal.
- De ejecución y/o manipulación.

Las pruebas que miden la:

Inteligencia: Domino, Raven, Wonderlic, Wais y Terman.

Estilos personales: Cleaver

Personalidad: 16 PF/32 PF, MMPI, CPI, Lüscher, BFQ, Frases Incompletas.

Relaciones Interpersonales y Liderazgo: Moss, Costik, Zavic

Proyectivas: Machover y HTP

Valores: Allport, AMI TAI

Nosotros realizamos una evaluación que se llama SEP, que incluye algunas de las pruebas que mencioné anteriormente, para obtener así una recomendación final basada en capacidades y habilidades. El Sistema de Evaluación de Potencial (SEP) es una herramienta computarizada que contiene diferentes instrumentos de medición que nos ayudarán a determinar, con un nivel aceptable de predictibilidad, la futura actuación y desarrollo del candidato en la organización.

El SEP consiste no sólo en la aplicación de pruebas psicométricas, se complementa con una entrevista que hacemos nosotros como área de Atracción y Selección de Talento y una entrevista técnica que hace la persona que sería directamente su jefe inmediato.

La recomendación final se mide de acuerdo a los siguientes porcentajes:

Pruebas Psicométricas 80%

Entrevista AT 10%

Entrevista Técnica 10%

Las pruebas psicométricas que aplicamos son únicamente la de Cleaver, Terman, CPI y Machöver.

Cleaver: Con esta técnica se puede conocer el nivel de compatibilidad del puesto necesario con las características de la persona. La técnica se compone básicamente de dos elementos: el factor humano y la autodescripción. La calificación obtenida en la descripción de puesto y el comportamiento refleja el nivel de empuje, influencia, constancia y apego que requiere el puesto y el nivel que presenta el candidato.

Automáticamente, el sistema sobrepone el perfil predeterminado o atípico acorde al puesto. (Impresión de diagnóstico)

TermanMerri: Evalúa capacidad intelectual (I.Q./ C.I). Es un examen de tiempo. Nos ofrece una visión múltiple del coeficiente intelectual. Por un lado, nos proporciona una puntuación que indica el nivel general intelectual del individuo en forma de Coeficiente Intelectual. Además, nos da una visión desglosada de algunas de las funciones más importantes de la inteligencia como son: información, comprensión, selección lógica, aritmética, juicio, vocabulario, abstracción, síntesis, concentración, análisis, organización, atención y planeación.

CPI: Está diseñado para evaluar características confiables de la personalidad que tengan una amplia aplicabilidad en el comportamiento humano haciendo hincapié en los aspectos favorables o desfavorables de la personalidad más que en los patológicos.

Cada escala del CPI pretende cubrir una faceta importante de la psicología interpersonal y el conjunto de todas ellas proporciona una visión completa del individuo desde el punto de vista de esta interacción social.

La escala está dividida en cuatro grandes grupos: Personalidad, Carácter, Motivación e Intereses dividida en 18 escalas que se cubre con 480 preguntas, por lo que es una escala con alta confiabilidad

Por Grupos:

- **Grupo I: Actitud, ascendencia, seguridad en si mismo y adecuación interpersonal.** Dominancia (Do) Capacidad de Categoría (Cc) Sociabilidad (Sd) Presencia Social (Ps) Auto aceptación (Aa) Sentido de bienestar (Sb)
- **Grupo II: Socialización, madurez, responsabilidad y estructuración interpersonal de los valores.** Responsabilidad (Re) Socialización (Sn) Autocontrol (Ac) Tolerancia (To) Buena Impresión (Bi) Comunalidad (Co)
- **Grupo III: Mediciones del potencial para el logro y la eficacia intelectual** Logro de Conformidad (Lc) Logro de independencia (Li) Eficacia intelectual (Ei)
- **Grupo IV: Modos intelectuales y los intereses** Sentido psicológico (Sp) Flexibilidad (Fx) Feminidad (Fe)

Figura Humana (Machöver)-A través de su dibujo se evalúan aspectos de la personalidad ligados al autoconcepto, a la imagen corporal que es la idea y el sentimiento que cada persona tiene respecto a su propio cuerpo. Permite ver cómo se siente esta persona respecto a su medio ambiente su habilidad para adaptarse al ambiente, el buen criterio con que lo evalúa y la objetividad y forma en que se relaciona con los demás.

- Así, la figura dibujada es la persona y el papel en el cual dibuja, representa su medio ambiente.
- El orden esperable a observar en la realización de la figura humana por el candidato deberá ser el siguiente:
 - Contorno de cabeza
 - Facciones del rostro (ojos, nariz, boca, etc.)
 - Cuello
 - Hombros
 - Tronco

- Brazos
- Manos
- Extremidades inferiores
- Pies

A todo esto se le denomina SECUENCIA y cualquier cambio indicará alguna perturbación psicológica u orgánica de menor o mayor conflicto.

INTERPRETACIÓN

El tamaño de la figura, el sitio en que se ubica en la hoja, la rapidez del movimiento gráfico, la presión, la firmeza y la variabilidad del trozo empleado, la sucesión de las partes dibujadas, el porte, el uso del fondo o de los efectos de la base, la extensión de los brazos hacia el cuerpo o en dirección opuesta, la espontaneidad o la rigidez, si la figura está dibujada de perfil o de frente, todo esto hace parte de la presentación del candidato. En el análisis también debemos de dar importancia a los siguientes aspectos: las proporciones de las partes del cuerpo, los rasgos incompletos, los detalles, los refuerzos, los borrones y los cambios en líneas, el grado de simetría, la representación de la línea media, y sobre todo, la disposición de ánimo expresada en la cara o en la postura del dibujo.

Hay que tomar MUY en cuenta:

Cuando en las figuras aparecen "deshumanizadas", representadas por monstruos, robots, payasos o personas ridiculizadas o caricaturescas, expresan disconformidad o desacuerdo del sujeto consigo mismo, principalmente si la figura ridiculizada es la que protagoniza al propio Yo. Esta disyuntiva es un sentimiento de devaluación, de disminución del concepto de sí mismo. El sujeto camina por el

mundo con una autoimagen negativa, que muchas veces condiciona sus fracasos por falta de confianza en sí mismo.

Cuando las figuras ridiculizadas no representan al propio Yo en los dibujos, sino una manera de ver a los otros, el sujeto descarga su frustración y su hostilidad sobre los demás. Puede tratarse, a veces, de sujetos delincuentes. El delincuente, generalmente es un sujeto que se ha construido su moral a tenor del ambiente que ha vivido, no siempre socialmente bueno.

En las grandes ciudades e incluso en las pequeñas, hay muchos niños que crecen desamparados, al margen de lo que entendemos por "una vida normal". A muchos de estos niños, las condiciones desfavorables de su ambiente los lanzan a la actividad antisocial. Otros, los menos, logran abrirse paso y alcanzan el camino del éxito, de la gloria y el poder a base de perseverancia y de tenacidad y una vez integrados en la "sociedad normal", se desenvuelven bien, pero no siempre logran eliminar sus recuerdos infantiles.

Cuando en las figuras aparecen trazos fragmentados (roturas en los contornos), miradas laterales, manos ocultas o seccionadas y otros signos propios de la tendencia al engaño y a la sofisticación, bueno ser prevenidos, aunque no debemos arriesgar interpretaciones que no podamos comprobar por otros medios.

Ciertos individuos con tendencias compulsivas, tienen dificultad para acabar sus dibujos, repasan las diferentes partes de las figuras una y otra vez, muchas veces ensuciando el dibujo y dejándolo peor que estaba inicialmente. Esta búsqueda del perfeccionismo, nunca alcanzado, refleja un escrúpulo enfermizo, una especie de tortura psíquica persistente, unida a un estado de inquietud y duda que produce en el sujeto el miedo a hacer algo mal y a ser desvalorizado por ello.

Otros sujetos impulsivos e inestables, hacen y dejan los dibujos de cualquier manera, reflejando su falta de concreción, de organización, de precisión y

previsión. Entre estos últimos se encuentran algunos histéricos o histeroides con tendencias esquizoides.

RESULTADO FINAL DE LAS PRUEBAS PSICOMÉTRICAS

Las habilidades y capacidades que finalmente medimos gracias a estas pruebas con las siguientes:

ACTITUD DESERVICIO

Es la disposición para satisfacer las demandas de los clientes internos y externos reforzados por la correcta visión de lo que es importante y relevante de llevar a cabo según los lineamientos establecidos.

ANÁLISIS Y SOLUCIÓN DE PROBLEMAS

Es la habilidad de analizar y evaluar información con el fin de identificar problemas y encontrar conclusiones para la solución efectiva a situaciones complejas.

COMUNICACIÓN

Es la habilidad del individuo para transmitir sus mensajes de manera eficaz, al mismo tiempo que tiene la capacidad de comprender el mensaje de su interlocutor.

LIDERAZGO

Es la habilidad y disposición para controlar su entorno y dirigir tanto individuos como situaciones con el propósito de alcanzar las metas propuestas con la debida responsabilidad.

ORIENTACIÓN A RESULTADOS

Es la habilidad del individuo de integrar eficientemente tareas y procesos para alcanzar las metas esperadas, con responsabilidad, dentro de los lineamientos establecidos.

TRABAJO EN EQUIPO

Es la habilidad del individuo para transmitir sus mensajes de manera eficaz, al mismo tiempo que tiene la capacidad de comprender el mensaje de su interlocutor.

VISIÓN GLOBAL DE NEGOCIOS

Es la habilidad de conceptualizar los procesos y áreas de la empresa como un todo integrado, identificando los factores externos e internos que inciden en la organización con el fin de ponerlos en perspectiva considerando la situación pasada y presente de la misma.

NEGOCIACIÓN

Es la habilidad de influir en los demás para llegar a un acuerdo en una situación, logrando un enfoque ganar-ganar.

APEGO A NORMA

Es la habilidad de hacer propios y respetar los valores y principios de la sociedad y consecuentemente los lineamientos y procedimientos de cualquier organización a la que pertenezca o actividad que lleve a cabo.

CREATIVIDAD

Es la habilidad de innovar y generar nuevas alternativas de solución, procesos o tareas en diferentes y variadas situaciones que se presenten.

INTELIGENCIA

Es el grado en que una persona percibe y da respuestas efectivas ante distintas situaciones ya sea de carácter social, conceptual, técnico u operativo.

También se refiere a la facilidad que muestran las personas para realizar y disfrutar de actividades mentales, facilidad para abstraer, realizar análisis y cálculos complejos.

TOLERANCIA A LA PRESIÓN

Muestra capacidad de respuestas efectivas ante situaciones que requieren respuestas inmediatas en límites de tiempo reducidos. También implica que la persona muestra autocontrol en situaciones que generan estrés, ansiedad, tensión o frustración.

ESTABILIDAD EMOCIONAL

Es el grado de congruencia en la personalidad de un individuo que le permite tener un comportamiento estable y dentro de los parámetros socialmente aceptados. Esta variable mide también el nivel de auto aceptación y reconciliación consigo mismo que un individuo tiene.

CAPACIDAD DE APRENDIZAJE

Es la capacidad de la persona para cambiar o desarrollar comportamientos, habilidades y actitudes, ya sea que estos cambios se realicen a través de procesos de enseñanza aprendizaje o por la experiencia reflexiva de las acciones de día con día.

DATOS IMPORTANTES A CONSIDERAR DE LAS PRUEBAS PSICOMÉTRICAS

Es responsabilidad del departamento de AT.

- Las pruebas psicométricas son ampliamente utilizadas para poder realizar la selección del personal dentro de las empresas.
- Sin embargo no deberían de ser determinantes debido a que se evalúa a los individuos en un periodo de tiempo que va de 30 minutos hasta varias horas existiendo una serie de factores externos que influyen significativamente en la realización de las pruebas.
- El individuo puede realizar las pruebas
 - Enfermo
 - Problemas de salud
 - Problemas familiares
 - Presionado económicamente
 - Con estrés por llegar tarde
- Estos factores no son “permanentes” por lo que si se realizan las pruebas psicométricas bajo un entorno diferente los resultados NECESARIAMENTE deben de ser diferente.
- En la gran mayoría de los pruebas psicométricas no se tienen respuestas “correctas” o “incorrectas”, sino que se obtiene un perfil de las personas.
- El perfil de las personas no se puede definir como “bueno” o “malo”, todo dependerá del puesto que se busca cubrir.

Les recomendamos tomar en cuenta los siguientes factores al momento de realizar las pruebas psicométricas:

- Recomendar arribar a la prueba al menos con 30 minutos de anticipación, es conveniente tener al menos dos alternativas para arribar al lugar en donde se realizarán las pruebas.
- Se debe de estar totalmente seguro de que se entendieron las instrucciones antes de iniciar para lo cual se pueden realizar todas las preguntas necesarias a la persona que este aplicando la prueba.
- Recomendar que durante la evaluación traten de “olvidar” los problemas personales.
- Que deberán responder las pruebas con la mayor “transparencia” que se pueda.
- Que deberán observar y ser consistentes en las respuestas. Muchas preguntas se repiten a lo largo del examen buscando descubrir si se responde igual o diferente a la misma pregunta.
- Tomar en cuenta de que las pruebas de tiempo buscan “determinar” la forma de responder bajo presión. Regularmente las pruebas delimitadas por tiempo no son terminadas y que esto es normal.
- No perder el tiempo en resolver una sola pregunta, es preferible saltarse la pregunta que nos esté constando trabajo y continuar con las demás.
- Si no se conoce la respuesta a una pregunta, tratar de deducir la respuesta por eliminación de las otras respuestas.
- En las pruebas en donde se tienen que realizar dibujos, se deben de tener cuidado de darle dos hojas de manera vertical y decirle que deberá hacer los dibujos lo más completo que pueda. Si el evaluado pregunta algo, responder con generalidades para no inducir respuestas.
- Tomarse todo el tiempo que se tenga para resolver las pruebas, no se obtienen puntos a favor si se contesta rápidamente.

- Se le puede sugerir al candidato que si le queda tiempo proceda a revisar las respuestas antes de darla por terminada.

La Gestión por Competencias es una filosofía que permite ligar las capacidades esenciales de las organizaciones, con los conocimientos y cualidades que deben poner en juego los empleados para desempeñar eficientemente sus puestos de trabajo.

La entrevista por competencias nos permite diferenciar el rendimiento medio del excelente, nos diferencia de nuestros competidores y nos aporta valor añadido que favorece la atracción y retención del potencial.

Las competencias son las habilidades que una persona ha tenido que utilizar para conseguir unos resultados. Son conductas y maneras de hacer de los que presentan un resultado excelente.

Cuando hablamos de competencias estamos integrando tres conceptos: saber, hacer y voluntad. Si falta alguno de los tres estamos hablando de rasgos de personalidad o de formación o de motivación, pero no de competencia. Una competencia nos es útil cuando está definida y podemos nivelar comportamientos: nivel de requerimientos medio, alto y máximo.

EI PROCESO

Fases del proceso de selección

- Dentro del proceso de selección podemos distinguir varias fases:
 - Entrevista inicial
 - Pase de pruebas
 - Entrevista en profundidad
 - Informes de los candidatos

ENTREVISTA INICIAL

El objetivo fundamental de la entrevista inicial es permitimos diferenciar, chequeando datos objetivos (formación, experiencia y motivación) si es un candidato válido o no. Si se ajusta o no, a los requerimientos básicos del puesto.

Pasos de la entrevista inicial:

1. Preparación de la entrevista
2. Estrategia de la entrevista
3. Desarrollo de la entrevista
 - a. Introducción
 - b. Cuerpo
 - c. Cierre

PREPARACIÓN

Antes de la entrevista el seleccionador deberá:

1. Conocer en detalle la “Ficha de requerimientos de cobertura del puesto de trabajo”
2. Familiarizarse con el contenido del Currículo Vitae.
3. Planificar la entrevista y prefijar unas líneas generales sobre los temas a tratar y sobre el tiempo disponible.
4. Preparar información para el candidato sobre el puesto ofrecido, los próximos pasos del proceso.
5. Anotar comentarios que haga el entrevistado.
6. Los documentos básicos que el entrevistador debería consultar con antelación a la entrevista y que le permitirá preparar su plan de exploración son las siguientes:
 - Ficha de puesto de trabajo y definición de requerimientos de competencias
 - Currículo Vitae

ESTRATEGIA

El entrevistador debe mantener una conversación activa a fin de poder extraer toda la información que necesitará para hacer su evaluación.

La Guía de entrevista supone una ayuda más en la planificación de la estrategia y el interrogatorio de la entrevista.

Efectuar preguntas abiertas que estimulan a expresar ideas y dar información.

DESARROLLO

Errores más frecuentes:

- Estereotipos
- Generalizaciones.
- Efecto halo: es un sesgo cognitivo que lleva a la tendencia a juzgar todas las características de una persona en función de la que resulta más sobresaliente haciendo pensar que unas características limitadas se aplican al todo. Ejemplo: Carlos es muy simpático seguro que es muy trabajador
- Comparaciones: realizar comparaciones entre candidatos nos lleva a realizar comparaciones entre ellos no con el perfil del puesto.
- Contagio: sentirte identificado con el candidato porque se parece a nosotros.
- Proyecciones: Consiste en proyectar cualidades, deseos o sentimientos nuestros en el candidato a quien se los atribuyen totalmente.
- Tendencias centrales y extremas al calificar.

INTRODUCCIÓN DE LA ENTREVISTA

- Debemos explicar al candidato los objetivos, el alcance y la metodología a seguir durante la entrevista.

- Recordar cómo se concertó la entrevista y fijar el objetivo de conocernos mejor y darle la oportunidad al candidato de que tenga más información sobre el puesto ofrecido.
- Reducir la ansiedad con un ambiente agradable y que favorezca la comunicación.
- Introducción de la entrevista a través de alguna pregunta inicial como las expectativas del candidato respecto al puesto de trabajo.

CUERPO DE LA ENTREVISTA

- Repasar el cv del candidato tomando notas de todo aquello que nos llame la atención y queramos completar
- Ver sus motivaciones e intereses reales para el puesto
- Situación económica
- Disponibilidad

Cierre de la entrevista:

- Al finalizar la entrevista se debe preparar una buena salida y dar la sensación de que se han cubierto todos los puntos que se pretendían explorar y que se ha cumplimentado la tarea satisfactoriamente.
- Indicar próximos pasos del proceso.
- Comprobar disponibilidad y datos de localización
- Pedir información complementaria si fuera necesaria

ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD

Objetivos de esta entrevista:

- Recabar información más amplia del candidato
- Explorar la trayectoria profesional y personal del candidato
- Explorar y/o verificar sus competencias
- Explorar más profundamente el área motivacional del candidato

Áreas de exploración:

- Historia educativa
- Historia profesional y experiencia
- Historia personal y familiar
- Red social interna y externa
- Situación económica
- Intereses, motivaciones y preferencias
- Habilidades, competencias conductuales y carencias o necesidades de formación y desarrollo
- Disponibilidad
- Características personales

Cuerpo de la entrevista:

- Evaluar los criterios de conducta profesional específicos. La conducta futura de las personas puede predecirse contemplando de forma completa y crítica su conducta pasada (Incidentes Críticos).
- La forma de proceder después de lanzar la pregunta de flash-back sobre una determinada competencia conductual, es:
- Cerciorarse de que el candidato realmente recuerda un episodio real de su pasado
- Trazar la “estrella” conductual (STAR, siglas de Situación, Tarea, Acción y Resultado)

PAUTAS A SEGUIR

- Comunicarle que nos hable en primera persona del singular
- Hacerle ver el nivel de detalle que necesitamos: “cuéntame la situación como si estuvieras viendo una película”
- Le pediremos que sean situaciones pasadas hace máximo un 1 año.
- Da tiempo para pensar
- Ayuda al candidato a encontrar un incidente si no le sale de forma espontánea

- Si la situación que nos narra no es importante, no pierdas tiempo y solicita otra
- Indaga los filones (subincidentes en las historias largas)
- Indaga hasta comprender bien qué pasó
- No aceptes generalizaciones, opiniones... reconduce
- Si por más que preguntas no te dice un hecho relevante, no insistas no tiene la competencia, o si la tiene es un nivel muy bajo.

Ejemplos de preguntas a realizar para explorar o verificar una competencia:

- Cuéntame una situación en la que tuvieras que cambiar el método de trabajo para conseguir mejores resultados.
- ¿Has ayudado a algún compañero para que consiguiera sus objetivos?, ¿cómo?
- ¿Has tomado alguna vez una decisión importante para que se consiguieran los objetivos de equipo? ¿Qué hiciste?

Toma de Decisiones

- Cuéntame una situación en la que hayas tenido que tomar una decisión compleja, ¿qué hiciste?
- Cuéntame una situación en la tuviste que tomar una decisión para mejorar un área concreta, ¿cómo lo hiciste?
- ¿Qué elementos necesitas para tomar las decisiones de tu día a día?

Trabajo en equipo

- Cuéntame una ocasión en la que trabajaras con un grupo de personas para conseguir algo.
- Cuéntame una situación en la que trabajaras con un grupo de personas para resolver un problema
- Cuéntame una ocasión en la que te encontraste con un problema dentro de un grupo de personas con el que estabas trabajando

CIERRE DE LA ENTREVISTA

- Al finalizar la entrevista se debe preparar una buena salida y dar la sensación de que se han cubierto todos los puntos que se pretendían explorar y que se ha cumplimentado la tarea satisfactoriamente.
- Indicar próximos pasos del proceso.
- Comprobar disponibilidad y datos de localización
- Pedir información complementaria si fuera necesaria

HABILIDADES

LA ESCUCHA ACTIVA

Escuchar es entender el punto de vista de nuestro interlocutor, comprender la situación en la que se encuentra y el porqué de su conducta. Implica, además, hacerse cargo de los sentimientos que nuestro interlocutor experimenta ante esa situación...

- El primer paso para escuchar es cuestión de una decisión: ¿escucho o no? Las circunstancias, mis objetivos e incluso mi escala de valores forman el triángulo de la decisión.

LOS CINCO PASOS DE LA ESCUCHA EMPÁTICA

OLVIDA TU P.D.V. UN MOMENTO

- No contra argumentes
- No contraataques mentalmente
- No anticipes tu respuesta
- Céntrate en su punto de vista:
- Presta atención
- Mentalízate

- No interrumpas
- No lo juzgues ni evalúes

INVESTIGA SU P.D.V. HASTA ENTENDERLO

- Reformula: “quieres decir que...”
- Haz preguntas, abiertas y cerradas.
- No supongas ni juegues a hacer deducciones
- Demuéstrale que has entendido su p.d.v./sentimiento:
- Reformula: “Entiendo que quieres decir que...”
- Hazte cargo de sus sentimientos: “Comprendo cómo te sientes...”, “es posible que yo en tu lugar...”
- Busca un acuerdo, total o parcial:
- Acuerdo parcial: “Es cierto que...”, “desde ese p.d.v. entiendo lo que dices porque...”

INFORME

Instrumento de recogida y almacenamiento de información imprescindible para la toma de decisiones acerca de los candidatos y para su posterior seguimiento dentro de la organización.

Datos:

- Nombre del candidato, datos personales, nombre del puesto
- Aspectos generales desprendidos de la entrevista inicial
- Desarrollo y formación del candidato
- Experiencia detectada y contrastada
- Análisis de las competencias detectadas
- Motivación e intereses profesionales
- Puntos fuertes y Puntos débiles

INFORME DE ACTIVIDADES

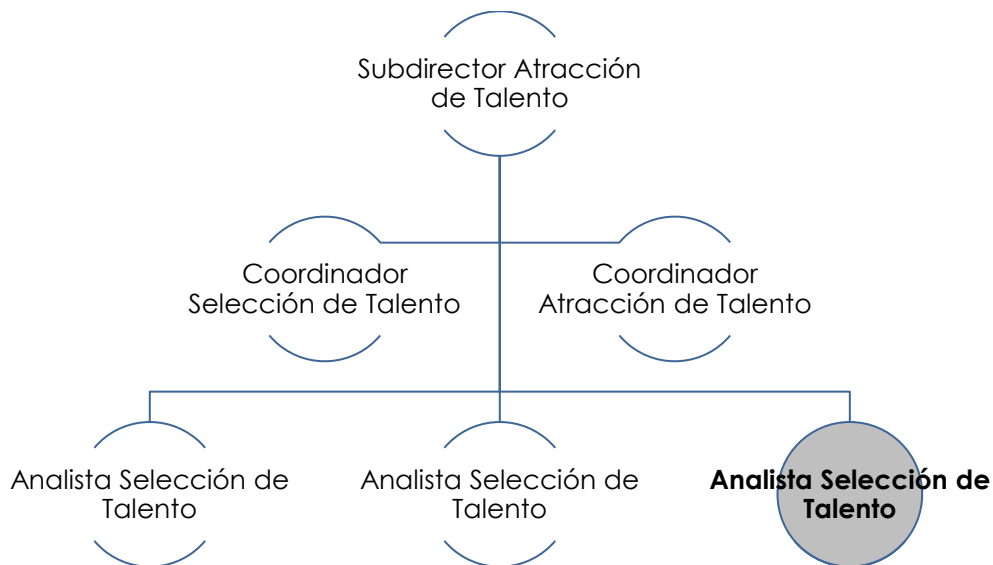
ORGANIZACIÓN: Grupo Posadas

Unidad de Negocio: Konexo, Conectum, PROVAC y GloboGO

Puesto Desempeñado: Analista de Atracción de Talento

Periodo: Enero 2008 – Mayo 2011

Ubicación dentro del Organigrama:



Este puesto lo obtuve mediante solicitud vía currículum, posteriormente realicé varias pruebas psicométricas y 7 entrevistas de trabajo, para posteriormente ser elegida de entre los demás candidatos.

Una vez en el puesto tuve la oportunidad de analizar e implementar lo siguiente:

ÁREAS DE OPORTUNIDAD

- La información estaba desorganizada y era insuficiente lo que se capturaba, por lo que era difícil dar seguimiento puntual a los candidatos sobre su proceso de selección y sacar reportes útiles

- El lugar físico donde se evaluaba a los candidatos estaba fuera de la vista de los seleccionadores, por lo que a veces los candidatos tenían dudas y no se les daba atención oportuna
- No se separaba adecuadamente la cartera de expedientes, por lo que era difícil ubicar rápido a los candidatos más adecuados para los diferentes puestos
- Había vacantes que requerían el manejo del idioma inglés y ningún seleccionador dominaba el idioma
- El formato de entrevista estaba caduco, se pedía mucha información no útil, y de igual forma, faltaba pedir información que sí se necesitaba

FORTALEZAS

- Las herramientas de trabajo para generar reportes eran suficientes
- El apoyo del jefe inmediato para propuestas y cambios siempre estuvo presente
- La unión y el trabajo en equipo de toda el área para aceptar cambios y trabajar en ellos siempre fue muy bueno
- El área de trabajo y las instalaciones eran espaciosas y adecuadas
- Ambiente de trabajo favorable
- Apoyo de jefes de áreas hermanas

APORTACIONES

- Implementación de una nueva base de datos en Excel con captura de información suficiente
- Creación de una hoja de cálculo formulada y ligada a la base de datos con estadísticas inmediatas

- Instalé en las computadoras de los candidatos un software gratuito que se comunicaba con mi computadora, de manera que me podían avisar cuando necesitaban ayuda o tenían alguna duda durante la aplicación de sus pruebas psicométricas
- Actualización del formato de entrevista para optimizar el tiempo de la misma de manera que se obtuviera sólo la información relevante y necesaria para la selección
- Era la única seleccionadora que realizaba entrevistas en inglés
- Separación adecuada de la cartera en el archivo mediante etiquetas que permitían su fácil ubicación
- Creación de “Job Posting” dentro del Blog de Konexo, de manera que siempre estuviera actualizado y permitiera a los empleados estar enterados de las vacantes vigentes dentro de la empresa, lo cual les permitiría crecimiento laboral
- Creación de un formato de entrevista online mediante un software gratuito llamado “Lime Survey”, para uso exclusivo de jefes de área, el cual les permitiría calificar a sus candidatos potenciales de manera más rápida y eficaz. El software permitiría también obtener reportes y estadísticas de manera inmediata.
- Creación y manejo de la página oficial de Grupo Posadas en Facebook y en Twitter, para difusión de nuestra empresa y vacantes vigentes.
- Creación de una carpeta compartida en uno de los servidores principales de Konexo, de manera que todos tuviéramos acceso a la base de datos desde cualquier computadora.

Descripción de la Experiencia Relevante:

- A) Capacitación:** Curso “Coaching”, 5 octubre de 2009. Duración: 20 horas.
Lugar Fiesta Inn Morelia.

B) Objetivo General del Puesto: Proveer a las diferentes áreas de la compañía de los recursos humanos idóneos, a través del uso de técnicas eficientes para identificar el talento y atributos buscados en los candidatos, de acuerdo a las descripciones de puestos establecidas por los clientes internos. Aplicar y evaluar los procesos de entrevista, desarrollando una cultura de "cliente satisfecho" y de permanencia en los candidatos.

C) Actividades a Desarrollar: Proporcionar atención clara y oportuna a los candidatos durante todo su proceso de reclutamiento y selección, mediante la aplicación de pruebas y entrevistas por competencias, tanto para puestos operativos, como administrativos y gerenciales, así como puestos especializados del área de Tecnología. Control de la base de datos en Excel para la generación de estadísticas y análisis de resultados demográficos. Generación de reportes mensuales, semestrales y anuales, tanto en Excel como en Power Point para la presentación de resultados del área. Control y captura de la lista de No Reingresos. Creación e impresión de slides promocionales de vacantes para su difusión interna. Manejo del apartado de Job Posting dentro del Blog de Konexo para la difusión de las vacantes, así como el manejo del archivo de Excel de este proceso para su adecuado control y seguimiento. Recepción de postulaciones internas y externas y después hacerlas llegar al área ofertante para su selección y entrevista posterior, agendar dichas entrevistas. Mandar cartas de agradecimiento a todos los no seleccionados y mandar incidencia a mi jefe inmediato con los seleccionados.

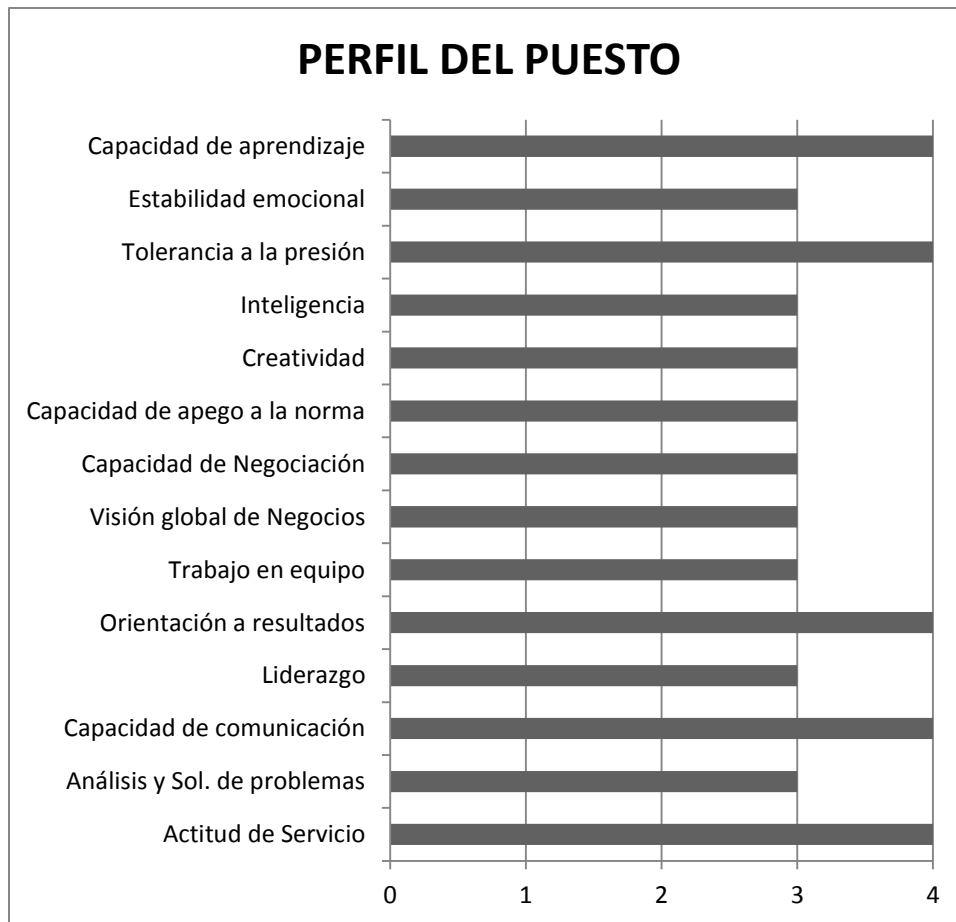
D) Actividades Secundarias: Creación y manejo de la página de Facebook y cuenta de Twitter de Grupo Posadas, por iniciativa y propuesta propia, para difusión de nuestras vacantes, valores y fotografías de la empresa. Creación y manejo de una entrevista online para jefes de área en Lime Survey con el

fin de efficientar el llenado de las mismas y ahorrar papel, así como obtener de manera inmediata estadísticas y reportes de ésta información.

E) Materias Relacionadas: Recursos Humanos, Estadística, Administración.

F) Logros y Reflexión Crítica de la Experiencia: Son innumerables los logros que obtuve en este puesto, tanto laborales como personales, ya que éste fue mi primer empleo. Uno de los logros más importantes fue desarrollar seguridad para tratar con personas en el día a día y darles una atención de calidad. Esto me permitió crecer como persona y tener la facilidad para desarrollarme en otros ámbitos. Tuve la suerte de tener un jefe que me apoyaba en todo y me permitía proponer todo el tiempo opciones de mejora, así como aplicarlas ya en la práctica y eficiente el trabajo de todo el equipo. Desarrollé una nueva base de datos en Excel que nos permitía tener información más completa y llevar un mejor control de todos los candidatos que iban a pedir empleo, así como una hoja de cálculo que nos permitía obtener estadísticas de manera inmediata, de esta manera era más sencillo analizar nuestro mercado potencial para que el reclutamiento fuera más sencillo y mejor enfocado

G) Perfil Requerido Según Competencias Profesionales:



Donde:

1: No presenta la competencia

2: Competencia en desarrollo

3: Competente

4: Experto

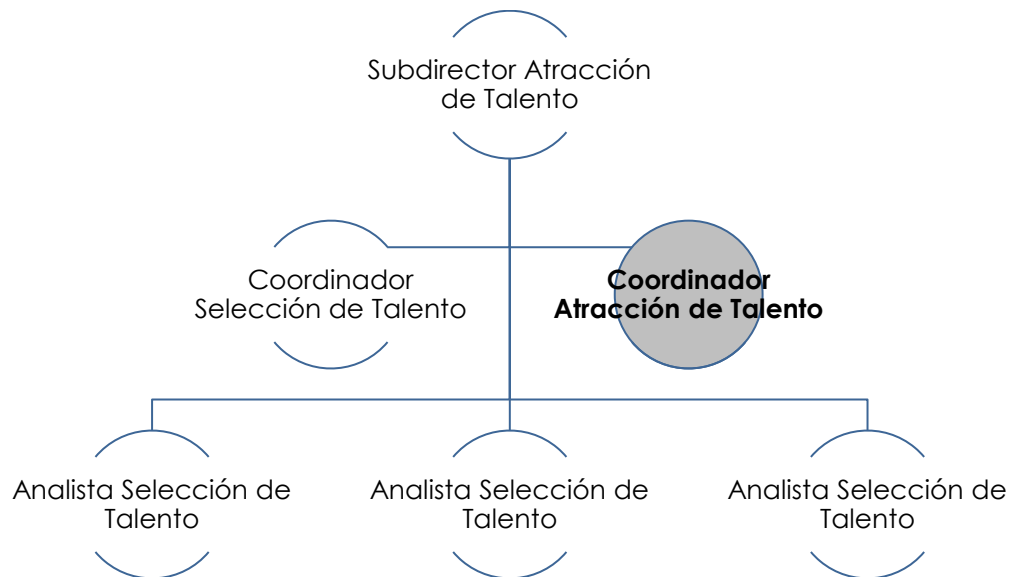
ORGANIZACIÓN: Grupo Posadas

Unidad de Negocio: Konexo, Conectum, PROVAC y GloboGO

Puesto Desempeñado: Coordinador Atracción de Talento

Periodo: Junio 2011 – Mayo 2012

Ubicación dentro del Organigrama:



Para obtener este puesto, el jefe del área realizó una convocatoria interna a todas las analistas para que participáramos en la selección para el puesto de Coordinadora de Atracción de Talento (puesto que recién acababa de quedar vacante por la salida de la persona que se encontraba anteriormente), la cual consistía en crear un proyecto basado en lo que cada una de nosotras haríamos si estuviéramos en ese puesto, así como metas y logros que se obtendrían como resultado de nuestras acciones y planeaciones.

Fui seleccionada como finalista junto con otra compañera, y cada una de nosotras aplicaría su proyecto durante 1 mes completo, de manera separada, para posteriormente medir los resultados y escoger a la ganadora.

Después de estos 2 meses, el jefe del área se reunió junto con el otro coordinador para decidir quién había ganado, y finalmente nos anunciaron que yo había quedado en el puesto de Coordinadora de Atracción de Talento.

Una vez ya en el puesto tuve la oportunidad de analizar e implementar lo siguiente:

ÁREAS DE OPORTUNIDAD

- Aunque ya había una persona en este puesto anteriormente, las funciones no se encontraban muy bien definidas
- Los medios para la atracción de talento no estaban bien explotados
- Se tenía la idea de que para atraer talento había que salir a la calle a conseguir candidatos
- No se tenía un control sobre la fuente por la que llegaba cada uno de los candidatos a pedir empleo a la empresa
- No se tenía un presupuesto anual para la compra de artículos de regalo (souvenirs) para las Ferias del Empleo a las que se asistía, ni presupuesto para volantes o lonas de promoción

FORTALEZAS

- Se tenían ya buenos vínculos con empresas de Gobierno como el SNE, así como instituciones privadas y educativas que permitían el intercambio de cartera
- Se contaba ya con una página de Facebook y Twitter que permitía una buena difusión de las vacantes y llegaba a nuestro mercado potencial directamente, gente joven que sabía utilizar la computadora
- El apoyo del jefe inmediato para la implementación de nuevas ideas para la atracción de candidatos

APORTACIONES

- Aumento de la cartera de 200 a 500 candidatos mensuales mediante la explotación de Facebook y OCC Mundial principalmente
- Se comenzó a capturar en la base de datos la fuente por la que el candidato se había enterado de la vacante, información que comenzó también a recabarse en la primer entrevista de selección
- Creación de reportes y estadísticas en base a lo realizado en Atracción de Talento
- Diseño de volantes innovadores para su repartición en las avenidas principales y unidades de transporte público
- Manejo del sistema de Evaluatest y creación de perfiles de puestos
- Organización de presentaciones y recorridos en la instalaciones de la empresa para escuelas y así obtener cartera para candidatos y practicantes

Descripción de la Experiencia Relevante:

A) Capacitación:Curso “Entrevista por Competencias”, 10 octubre 2011.

Duración: 30 horas. Lugar: Konexo Boulevard y Fiesta Inn Morelia.

B) Objetivo General del Puesto: Mantener en constante dinamismo el Sistema de Vinculación de Morelia con el objetivo de atraer a los mejores talentos para trabajar en las empresas de Grupo Posadas Morelia. Tener contacto con las diferentes instituciones y cámaras de Gobierno en lo referente a bolsas de trabajo para estar constantemente publicando nuestras vacantes. Deberá ser el principal promotor de posicionar CONECTUM, PROVAC, GloboGO y Konexo, como las mejores empresas para trabajar en Morelia.

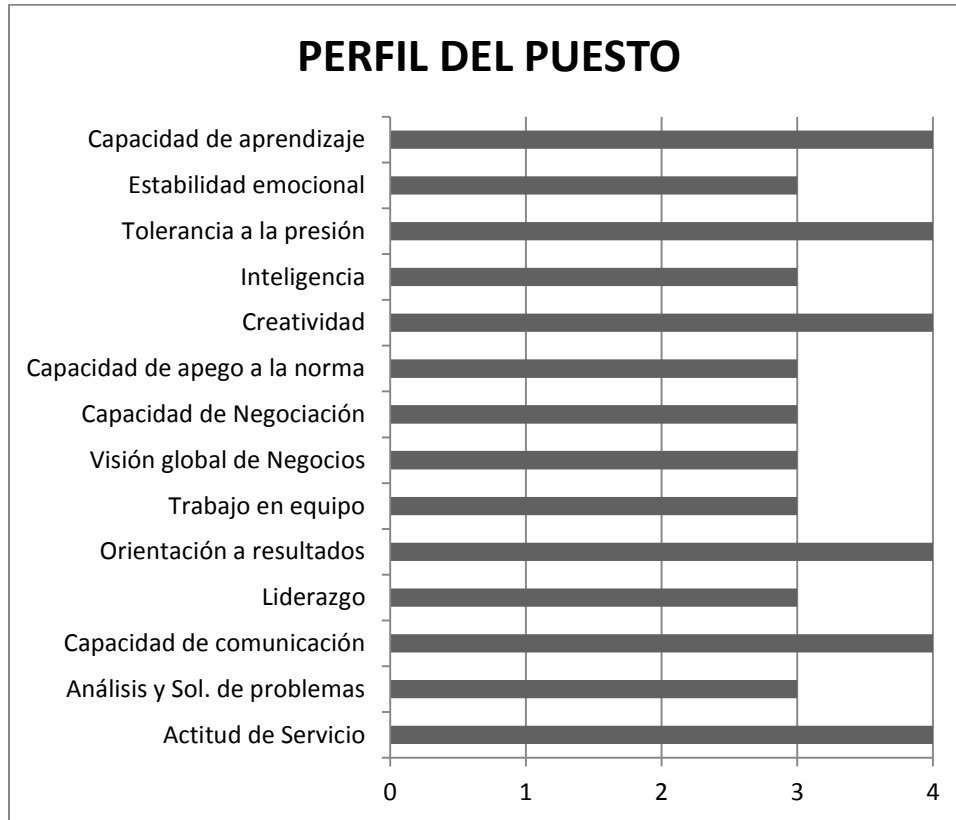
C) Actividades a Desarrollar: Estar al pendiente de las vacantes a contratar y los tiempos que se tienen para cubrirlas. Especificar las necesidades de contratación para expansión y nuevos proyectos. Ser el principal responsable de proveer de cartera suficiente para cubrir las vacantes y asegurarse de cubrir las metas. Mantener buenas relaciones con las áreas de vinculación de las escuelas. Verificar que las altas y bajas de las vacantes estén actualizadas en sus bolsas de trabajo de todas las escuelas de la región. Participación y atención en distintas Ferias del Empleo, tanto de Gobierno como de empresas privadas, hacer presencia, desplegar imagen, promocionar la empresa y sus vacantes, con el fin de obtener cartera en el medio laboral. Participación directa en Grupos de intercambio. Volantear las vacantes en diversos medios y lugares de la ciudad, publicación de las vacantes en el periódico u otros medios impresos, en Facebook, en combis, Plazas Comerciales, etc. Reportar contrataciones a todas las bolsas de trabajo del Estado. Generar nuevas prácticas de Atracción para las temporadas complicadas de encontrar candidatos. Estrechar lazos en “Abriendo Espacios” para la atracción de talento de personas con capacidades diferentes y adultos mayores.

D) Actividades Secundarias: Administración de la página de Facebook y cuenta de Twitter. Creación del diseño de volantes más atractivos para lograr captar la atención de las personas e interesarlos en trabajar en la empresa. Administración de la entrevista hecha en Lime Survey así como ser la responsable de la generación de reportes y estadísticas. Negociación de presupuesto para la autorización de compra de souvenirs para Ferias de Reclutamiento.

E) Materias Relacionadas: Recursos Humanos, Estadística, Administración, Mercadotecnia.

F) Logros y Reflexión Crítica de la Experiencia: Este puesto me enseñó primero que nada a destacar en una sana competencia con mis compañeras del área, ya que se nos invitó a todas a participar mediante un proyecto, sobre el cual se elegiría a la persona que se quedaría en el puesto. Me ayudó a aprender mucho sobre mí misma, cuestiones relacionadas con el respeto, inteligencia, paciencia, competitividad, entre muchas otras cosas. Aprendí también a salir de la oficina a enfrentar y conocer todo el ámbito que le rodea a la empresa, como escuelas, empresas de Gobierno y de iniciativa privada, y personas en general, para relacionarme con ellos y crear un nexo ganar-ganar para el intercambio de cartera, venciendo así mi inseguridad para hablar en público y mi timidez.

G) Perfil Requerido Según Competencias Profesionales:



Donde:

- 1:** No presenta la competencia
- 2:** Competencia en desarrollo
- 3:** Competente
- 4:** Experto

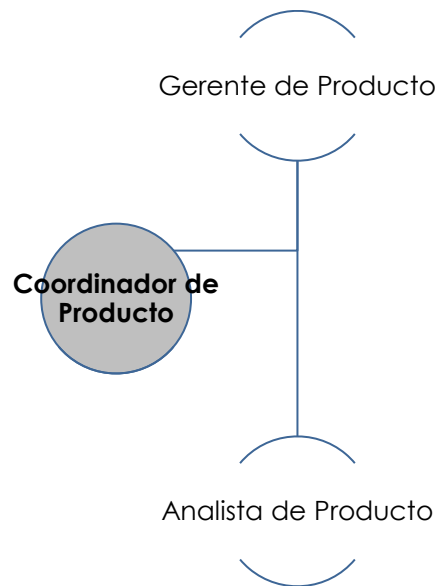
ORGANIZACIÓN: Grupo Posadas

Unidad de Negocio: GloboGO

Puesto Desempeñado: Coordinador de Producto

Periodo: Junio 2012 – Actualidad

Ubicación dentro del Organigrama:



Este puesto se publicó de manera interna para todo aquel empleado que cubriera con los requisitos. Se trataba de un área totalmente independiente a Recursos Humanos, pero me llamó la atención porque se requería de experiencia en relaciones personales, la cual yo había desarrollado con instituciones de Gobierno y privadas gracias a mi puesto como Coordinadora de Atracción de Talento. Se requería también del idioma inglés y buena presentación, manejo avanzado de Office 2010 y perfil numérico, el cual había desarrollado también por la creación de los reportes y estadísticas dentro de Atracción de Talento.

Me postulé, pasé por varias entrevistas y finalmente me comunicaron que había sido la elegida, despidiéndome así de Recursos Humanos.

Dentro de este puesto he tenido la oportunidad de analizar y proponer lo siguiente:

ÁREAS DE OPORTUNIDAD

- No había establecidas políticas o procedimientos para cada una de las áreas/puestos
- La comunicación entre las áreas no era buena, e inclusive dentro de la misma
- No había una base de datos o directorio con todos los datos de los proveedores que se tenían
- El lugar de trabajo no era suficiente
- No había presupuesto para comprar el software necesario que permitiera un mejor desarrollo y resultados de las áreas

FORTALEZAS

- Cartera nacional suficiente de proveedores para lograr un buen posicionamiento con los demás competidores
- Presupuesto para la asistencia a los eventos turísticos más importantes del país para la negociación de nuevos proveedores y presencia con los proveedores actuales
- Herramientas de trabajo suficientes para la generación de reportes

APORTACIONES

- Creación de una carpeta compartida en Dropbox para poder tener acceso todos a las distintas bases de datos y directorios
- Creación de un directorio completo y organizado de nuestros proveedores
- Creación de un archivo de control de proveedores en negociación

- Creación de una hoja de cálculo formulada que nos permitiera saber la información que se tiene en el directorio
- Creación de un archivo de control para las tarifas 2014 de nuestros proveedores, así como su hoja de cálculo que nos permitiera saber la información que se vaya recabando
- Creación de varios archivos a manera de machotes que se pudieran usar como guías en los procesos del día a día

Descripción de la Experiencia Relevante:

A) Capacitación:Curso “Experiencia WOW”, 7 septiembre de 2012. Duración: 10 horas.Lugar: Fiesta Inn Morelia. Curso “Coaching PROVAC”, 4 y 5 septiembre 2013. Duración: 20 horas.Lugar. Turotel Morelia. Capacitación en cruceros “Dreams Destinations” 11 febrero 2013. Duración: 6 horas. Lugar. León, Guanajuato.

B) Objetivo General del Puesto: Negociar y abastecer a la empresa de inventario turístico, satisfaciendo las necesidades específicas del negocio y obteniendo y manteniendo las condiciones de negociación, tarifas, operación y crédito que se tienen determinadas, asegurando los mejores términos para generar el mayor impacto en los márgenes de ganancia de la empresa y contribuir a las metas generales establecidas.

C) Actividades a Desarrollar: Negociar inventario turístico asegurándose de cumplir con los requerimientos de mark up, condiciones crediticias y mecanismos operativos establecidos. Administrar y manejar cuentas de proveedores. Negociación de promociones y solicitudes especiales. Solicitar y revisar la carga del producto negociado en el sistema. Proveer de producto promocional que incentive la generación de ventas en periodos específicos

que consecuentemente contribuyan al margen de ganancia de la empresa. Tener el producto disponible en los distintos canales de distribución. Asegurar que el sistema refleje correctamente los términos y condiciones pactados en la negociación. Generar y analizar reportes de producción y estadísticas de venta. Revisar el comportamiento de las ventas por destinos y producto para generar estrategias de promoción e incentivar la venta de inventario específico. Dar seguimiento a las cuentas por pagar y facturación de proveedores. Revisar el cumplimiento de pago a proveedores para mantener una cartera sana. Cumplir con la cuota establecida de venta de publicidad. Contribuir a la generación de ingresos directos haciendo alianzas de publicidad con los proveedores.

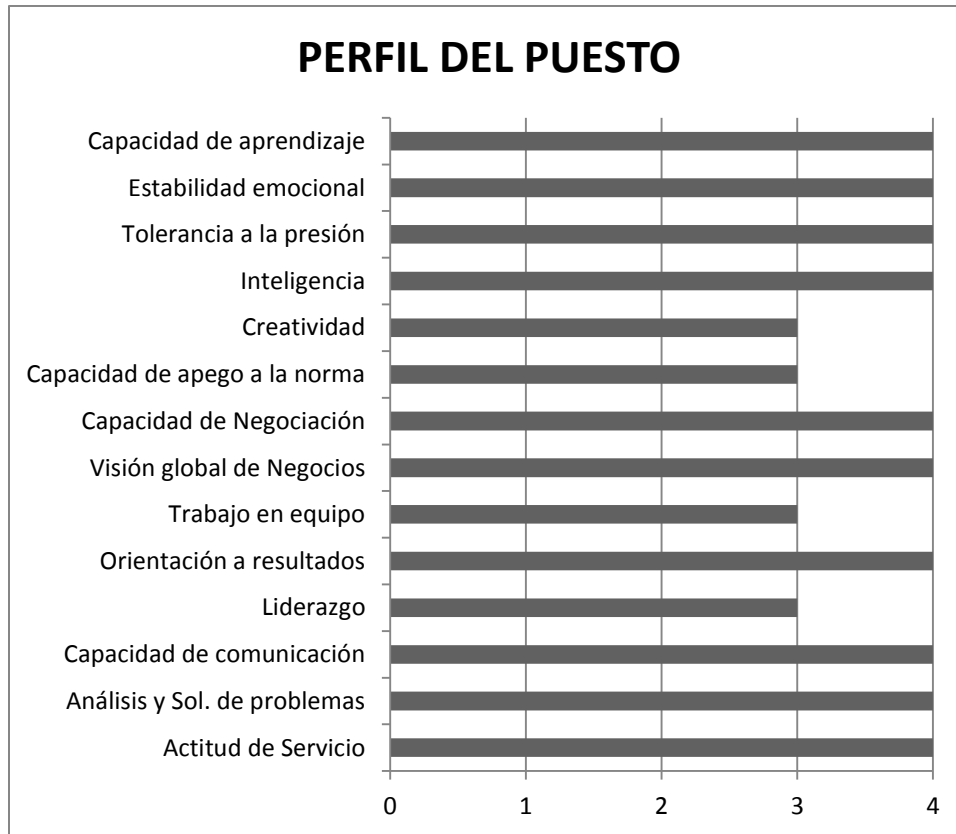
D) Actividades Secundarias: Asistir a eventos turísticos nacionales como Travel Mart en Cancún, F.I.T.A en la Ciudad de México y Tianguis Turístico en el destino escogido cada año. Asistir a reuniones y eventos organizados por los proveedores turísticos del país en las diversas ciudades. Tomar capacitaciones referente al producto, hoteles, cruceros, tour operadores.

E) Materias Relacionadas: Administración, Ventas, Mercadotecnia, Turismo, Estadística

F) Logros y Reflexión Crítica de la Experiencia: Esta vez ya no sólo era salir de la oficina y relacionarme con otras empresas de la misma ciudad, ahora era salir de la ciudad y visitar a otros estados para asistir a eventos turísticos de una magnitud impresionante, presentarme y relacionarme con los diversos contactos administradores o dueños de cadenas de hoteles, conocer a otras agencias de viajes y otros competidores. La verdad fue algo emocionante para mí y me permitió tener mucha más seguridad en mí misma, darme cuenta que puedo causar una buena impresión y lograr una buena negociación con otras empresas del medio. Además, llegar a este

puesto que no tenía nada que ver con la información que yo yadominaba en Recursos Humanos, me permitió abrirme un mundo lleno de aprendizaje en el medio turístico y en especial de todo el negocio de Ecommerce. Cada día aprendo cosas nuevas estando aquí y aunque sea un poco, me gusta perfeccionar procesos y bases de datos que nos permitan tener un mejor control de toda la información que se maneja en esta empresa.

G) Perfil Requerido Según Competencias Profesionales:



Donde:

1: No presenta la competencia

2: Competencia en desarrollo

3: Competente

4: Experto

CONCLUSIONES

El hecho de haber tenido toda una carrera profesional que me permitiera llegar preparada a la vida laboral es una de las cosas que más agradezco, pero también me he dado cuenta que en la práctica es donde más se aprende, la experiencia laboral que he obtenido en estos 5 años 8 meses, me ha permitido obtener los logros más preciados de mi vida, las satisfacciones más grandes. El hecho de que se me reconozcan las aportaciones y esfuerzos dentro de la empresa y que se me haya brindado la oportunidad de tener crecimiento dentro de la misma, es de las mejores cosas que me han pasado. Pertenecer a un equipo de trabajo y contribuir para el logro de metas de una empresa tan grande como Grupo Posadas es una experiencia muy grata. Participar en la difusión de sus valores, ayudar a compañeros de trabajo, aprender de los jefes del área, tomar decisiones acertadas y crecer y aprender cada día, es todo lo que la vida laboral me regala cada día. Espero durar muchos años dentro de esta etapa profesional y espero me permita tener poder tener una vida plena y lograr mis metas personales a futuro.

BIBLIOGRAFÍA

- Hay Group consultores. (2009). Uso de las competencias para identificar a los mejores.
- Palomo, María teresa. (2007). Liderazgo y motivación de equipos de trabajo. 4º edición.
- Robert M. Kaplan, Dennis Saccuzzo (2006). Pruebas Psicológicas.
- María Rosario Martínez Arias, María José Hernández Lloreda, María Victoria Hernández Lloreda. Alianza Editorial 2007. Psicometría