



# Plática Plenaria: “La Importancia de la Imagen en la Entrevista”

## Objetivo y Alcance

La presente plática plenaria está dirigida a estudiantes universitarios que han cursado la mitad de su carrera. El objetivo es el de proporcionar herramientas efectivas para definir una imagen profesional; elemento clave para poder capitalizar la entrevista.

Es importante mencionar que en un proceso laboral, el/la aspirante más que ir propiamente a buscar trabajo irá a ofrecer sus servicios profesionales a un empleador potencial en cuestión, por lo que el proceso más que ser uno de búsqueda es uno de venta. Igualmente, en el mercado laboral no es tanto lo **QUE** se vende sino **CÓMO** se vende. Por lo tanto, para que un/a profesional pueda capitalizar su visita de venta, es decir la entrevista, resulta esencial manejar una imagen profesional y realizar una buena labor de ventas.

La imagen incluye vestimenta, pero evidentemente va más allá de la misma ya que también contempla elementos clave del lenguaje y comportamiento corporal.

La plática plenaria busca cubrir los elementos que resultan importantes para definir una imagen personal pero cuidando que se proyecte una semblanza profesional ante el reclutador. En una entrevista cada detalle cuenta y es lamentable que muchos/as profesionales, a pesar de su preparación y perfil técnico, queden fuera del proceso de contratación por no saber manejar una imagen adecuada y atinada.

Solamente aquellos/as candidatos/as que aprendan a dominar una imagen profesional podrán aspirar al puesto que merecen. Los elementos que se manejan en la plática plenaria son igualmente importantes a lo largo de la trayectoria de el/la profesional. Por lo que resulta en un beneficio complementario que aprendan a capitalizar los mismos para una presentación pública, una reunión con un cliente o en una junta importante con ejecutivos.

En gran medida, los elementos de imagen y manejo corporal que se presentan buscan equipar a el/la profesional con herramientas no verbales para poder influenciar con poder y persuadir a la persona con la que se interactúa; en el caso de una entrevista con el reclutador en cuestión.



Las ventajas resultan en una mejor confianza en el/la profesional, seguridad en la comunicación, una imagen que represente la personalidad de el/la individuo con una proyección adecuada y finalmente, una mayor tasa de éxito en las entrevistas de trabajo.

## Duración

El total de los temas propuestos se imparte en dos horas con base en el calendario establecido de conformidad con el cliente, incluyendo una sesión de preguntas y respuestas. Sin embargo, a petición del cliente, la duración puede ajustarse a sus necesidades.

## Descripción de la Plática Plenaria

### I: La Entrevista de Trabajo: “Más que un Interrogatorio - una Visita de Venta”

#### Objetivo

Los/as participantes aprenden técnicas efectivas para manejar una entrevista como una visita de venta en donde el propósito de el/la profesional es vender, en otras palabras que le compre un reclutador y en este caso recibir una oferta de trabajo. Estas técnicas han probado, en miles de casos, resultar en tasas de éxito mayores, marcando la diferencia entre recibir una oferta o simplemente ser descalificado/a del proceso.

Cabe aclarar que una entrevista no es un interrogatorio en donde el/la candidata/a se presenta meramente a responder preguntas potenciales del reclutador sino una visita de venta en donde la obligación de el/la profesional es venderse; en este caso vender su imagen, así como sus habilidades y fortalezas - las pregunte o no el entrevistador.



A pesar de que muchas personas le temen a la venta, se busca redefinir a su vez el proceso de venta como uno de persuasión y convencimiento, en cuyo caso los elementos de imagen y de lenguaje corporal resultan esenciales para persuadir al reclutador a contratar a el/la candidata/a.

## Contenido

1. El proceso de venta
2. La visualización

## II: Vestimenta e Imagen: “Como te Ven - te Tratan”

### Objetivo

Los/as participantes aprenden a manejar la vestimenta como un elemento de primera impresión, tomando en cuenta que nunca hay una segunda oportunidad para crear una primera impresión. En el caso de la vestimenta cada detalle cuenta.

Se busca presentar los elementos clave de toda vestimenta tanto para hombres como para mujeres, en donde aprenden a escoger prendas, accesorios, peinado y maquillaje en el caso de las mujeres. Igualmente, se presentan recomendaciones importantes para cada ocasión y para cada tipo de cuerpo. Cada persona es diferente y debe conservar siempre su individualidad pero dentro de ciertos estándares que todo entrevistador evalúa en un/a candidato/a durante la entrevista en términos de imagen.

A su vez, se remueven muchos mitos que se relacionan con la vestimenta con el propósito de que la persona logre manejar una imagen verdaderamente profesional que proyecte seguridad (más no arrogancia), así como elementos de persuasión y convencimiento, como por ejemplo colores, que con base en la psicología de colores, impactan favorable o desfavorablemente en la mente del interlocutor.



## Contenido

### 1. Prendas

## III: Lenguaje Corporal: “Lo que Dices es Importante pero Cómo lo Dices es Más Importante”

### Objetivo

El cuerpo a través de su propio lenguaje está mandando continuamente muchas señales cuando se está frente a otra persona, interlocutor o en el caso laboral, frente al entrevistador. Cada movimiento y posición está en todo momento proyectando un mensaje e influyendo subconscientemente en la contraparte. Como resultado de lo anterior es clave conocer, manejar y dominar los múltiples elementos del lenguaje corporal a manera de que cada uno de ellos sea a favor.

Lamentablemente, hay una gran diferencia entre lo que se proyecta y lo que la otra persona percibe. Mucho del lenguaje corporal es inconsciente y uno/a no se da cuenta de mensajes equívocos que continuamente se mandan al interlocutor que le pone en desventaja frente al mismo: movimientos, gestos y ademanes que son interpretados de una manera muy distinta a lo que en realidad se quiere proyectar.

Como resultado de ello, es igualmente importante cuidar cada uno de los detalles del lenguaje no verbal durante una entrevista con el propósito de lograr que el conjunto de todos ellos ponga a la persona en una situación de ventaja frente al reclutador. Cualquier tropiezo, por mínimo que sea, puede descalificarle. Peor aún, al ser descalificados/as muchas veces se desconocen las verdaderas razones y al carecer de esta información se tienden a cometer los mismos errores una y otra vez en las entrevistas subsecuentes; todos ellos, pequeños detalles que de corregirse mejoran la tasa de éxito de ser contratado/a.



## Contenido

1. Saludo
2. Sentado
3. Romper el hielo
4. Dirigirse al interlocutor de “tú” o de “usted”
5. Muletillas verbales y corporales
6. Uso del nombre del interlocutor
7. Conduciendo la entrevista como una conversación
8. Manejo corporal ante preguntas incómodas
9. Contacto visual
10. Gesticulación de manos y brazos
11. Elementos de la voz

## IV: Diseñando un Empaque o Etiqueta de Acuerdo a Tu Imagen Personal

### Objetivo

A pesar de las recomendaciones generales que se presentan, todas ellas de vital importancia, resulta clave que cada profesional personalice los elementos de imagen y lenguaje corporal a su propio estilo a manera de no perder su esencia o individualidad ni pretender ser una persona que no es. Lo más importante ante un reclutador o un interlocutor es proyectar una imagen que habla de la persona, es decir una imagen auténtica en lugar de prestada, forzada o falsa.



En esta sección se presentan recomendaciones para que cada persona personalice las herramientas corporales a su personalidad individual, en otras palabras a lo que más le acomoda a la persona, conservando su esencia pero asegurando una imagen profesional.

## Contenido

1. Elementos estándares
2. Elementos discrecionales

## Dinámica de la Plática Plenaria

La plática plenaria se imparte a lo largo de una duración de tres horas, incluyendo un tiempo asignado para preguntas y respuestas. Por su parte, se busca que la dinámica de la plática plenaria sea altamente interactiva con la participación continua del público a manera de que puedan afianzar los conceptos al vivirlos y que los/as participantes se beneficien de observar a algunos de sus compañeros/as.

## Participantes

El número de participantes será indicado por el cliente y se ajustará el expositor y el formato al tamaño de la audiencia a manera de garantizar una alta efectividad en la presentación de los conceptos.



## Material de Apoyo para la Plática Plenaria

Se requiere contar con el siguiente material de apoyo:

- Espacio con capacidad para el número de participantes
- Proyector de tipo cañón para PC o compatible
- Rotafolio y pintarrón
- Plumones para rotafolio y pintarrón
- Micrófono de solapa inalámbrico para el expositor para permitir su desplazamiento a lo largo del escenario
- Micrófonos inalámbricos para el público para la toma de preguntas a manera de garantizar que el resto de los/as participantes puedan escuchar las mismas