

Gestión Empresarial

Selección de personal La grafología

Viene de la página 41

grafología y selección de personal, asegura que las empresas lo hacen con alto cargos, "gente que quieren que dure en la empresa y que tienen valía". Insiste en que, aunque cada vez se usa más, el ir y venir del mercado laboral descarta su uso para algunos candidatos. "La gente joven y barata entra y sale de los sitios en poco tiempo, para este tipo de empleo, no es necesario una prueba grafológica. Pero si buscas un alto directivo, también tienes que tener en cuenta que estas personas no están para estar pasando tests toda la tarde", comenta.

Los mismos grafoanalistas explican que la probabilidad de acertar al elegir el candidato idóneo es de un 85 por ciento frente a un margen de error del 15 por ciento.

¿En qué se fijan?

"La letra permite saber cómo eres pero más importante que eso para una empresa es saber cómo te vas a relacionar con tu entorno, eso es lo que importa a las compañías", explica Simón.

Entre las cosas que miran las empresas están la situación del texto

y de la firma en la página - se debe escribir en un folio no pautado y nunca sobre un cristal -, los márgenes que deja el candidato, la separación entre letras, palabras y frases, el tamaño de la letra, la forma de la misma y la velocidad y presión del trazo, entre otros, además de comas, punto y coma y puntos sobre las *ies*.

Simón explica que la velocidad de escritura es sinónimo del ritmo vital de la persona y la presión del trazo equivale al grado de energía de cada uno. Por ejemplo, las personas que escriben con el trazo inclinado hacia la derecha buscan aceptación y cercanía en su ambiente laboral, las que lo hacen hacia la izquierda prefieren que se acequen los demás y los que la inclinan indistintamente o tienen un trazo recto acostumban a ser personas que cambian de opinión constantemente.

La dirección de cada línea de escritura revela las expectativas de la persona en su futuro puesto de trabajo y las personas que unen las letras en cada palabra suelen ser más consecuentes y capaces de hilvanar mejor las acciones. "Un comercial, por ejemplo, debe tener una letra

La prueba grafológica no debe realizarse con pluma. *elEconomista*

movida, con una velocidad rápida de trazo más que una letra perfecta y redonda", aclara Viñals. "Un administrativo puede escribir más lento pero debe hacerlo más limpio, como con letras más bien hechas porque se le exige ser ordenado mientras que a un comercial se le exige dinamismo y rapidez".

¿Para qué?

Pero, ¿qué buscan? Las compañías quieren ver en cada letra algún indicio que les revele las capacidades del candidato en cuanto al rendi-

miento, orden, honestidad, fiabilidad, extroversión, constancia y posibles complicaciones personales, entre otros, como traumas infantiles o problemas psicológicos.

Las compañías pagan por informes grafológicos puntuales y muy pocas cuentan con un grafólogo en su plantilla, al contrario que las consultoras de *headhunters* o cazatalentos que acostumbran a tener uno fijo. El coste de cada informe grafológico (que incluye el análisis de una sola persona) varía entre los 150 y 300 euros. Sin embargo cuan-

do se trata de hacer un descarte inicial, el precio suele ser mucho menor al hacer un *precio de grupo*. "Los más costosos y completos son los que se hacen para decidirse por un aspirante u otro a un puesto intermedio o superior", reconoce Viñals.

Aunque más del 70 por ciento de los informes sirven para seleccionar candidatos a puestos superiores, también hay compañías que lo hacen como descarte. "Por ejemplo, cada vez más anuncios laborales de los diarios piden que junto al currículum se envíe una carta manuscrita. ¿Para qué te crees que es?", reflexiona Simón.

Y como en el resto de fases de la selección de personal, también en la grafología hay picaresca. No será usted el primero que intente engañar a un grafólogo haciendo que un pariente o amigo le escriba la carta. "Es habitual, gente que cree que su caligrafía no es buena y optan porque alguien les escriba algo en un papel. Pero casi nunca sirve, cuando llegas a la entrevista te hacen escribir allí mismo", explica Xandró. Viñals añade que "no sirve de nada, aunque pases la prueba al final te acaban pillando por otro lado".

COMPETICIÓN DEPORTIVA

Esta 'Olimpiada' la han ganado las compañías

Concluyen los V Juegos de las Empresas con la entrega oficial de los galardones a todos los vencedores

MADRID. El pasado 30 de junio tuvo lugar el acto oficial de entrega de medallas y trofeos corporativos, correspondientes a la V edición de los Juegos de las Empresas, que se celebraron entre el 20 y 22 de junio en Madrid.

Con estos trofeos se reconoció a las organizaciones y profesionales que han destacado por sus resultados y participación y se les hizo entrega de las medallas y trofeos correspondientes. El acto estuvo presidido por Alberto López Viejo, consejero de Deportes de la Comunidad de Madrid; José Ramón Lete, director general de Promoción Deportiva de la Comunidad de Madrid; y Ugo de Benedictis, Marketing manager de Randstad.

Durante el acto se entregaron las medallas correspondientes a los profesionales y empresas mejor clasificadas, donde este año destacan Unión Fenosa, Aviva y Everis, entre otras. Además, dos trofeos muy especiales: *Gran Trofeo Medallero*, a la empresa con mayor número de medallas de oro acumuladas (Unión Fenosa, Everis y Grupo Banco Popular), y el *Trofeo Corporativo a la Empresa más Saludable* a la compañía con mayor número de participantes (Everis). También se hizo

Acto oficial de entrega de medallas a los ganadores de los juegos de las empresas 2008. *eE*

entrega del *Trofeo Fair Play* a la deportividad, que correspondió a Rural Servicios Informáticos y Unisys, aunque se tuvo en secreto hasta el mismo acto.

Años de trabajo

Como indicó José María Cobo, director general de Desafía -empresa organizadora del evento- "ha resultado muy emocionante contem-

plar cómo personas que, en algunos casos, llevaban años trabajando en la misma compañía sin apenas conocerse, han desarrollado estrechos lazos y un fuerte sentimiento de pertenencia a la empresa, además de un fuerte orgullo como equipo". Por su parte, Joaquín Soler, director de la multinacional holandesa Randstad -patrocinadora oficial- subrayó que "la gran

acogida de esta "Olimpiada empresarial" viene a evidenciar el gran paralelismo que existe entre Deporte y Empresa; las organizaciones quieren tener equipos de trabajo que posean valores como el logro, el espíritu de superación, la competitividad, el rendimiento, la pasión o el equilibrio. Por eso, no cabe duda de que los *Juegos* constituyen una potente herramienta

de Recursos Humanos". Cristina Castro, directora de Comunicación Interna de Banco Popular, resaltó, al finalizar las competiciones, como este evento "traslada a toda la organización el espíritu deportivo, que fomenta valores como el trabajo en equipo, la agilidad o la comunicación". Por su parte, Francisco Fernández Ferreras, gerente de Everis, destacó que el deporte "tiene un efecto multiplicador, potenciando aspectos absolutamente necesarios para un correcto desempeño de nuestras tareas y un equilibrado desarrollo profesional". Finalmente, Julio Carlavilla, director de Comunicación de Citi España, señaló: "En Citigroup, estamos plenamente convencidos de que este tipo de actividades deportivas son una herramienta tremendamente eficaz para potenciar valores como el trabajo en equipo, el compañerismo y la comunicación interpersonal; valores todos ellos imprescindibles para el éxito de una empresa".

La V edición de los Juegos de las Empresas congregaron en Madrid a 4.400 profesionales, lo que supone casi el cuádruple respecto a la primera edición de 2004. Pero si hubo un triunfador, éste fue la comunidad empresarial.