

Índice

<i>Introducción</i>	9
CAPÍTULO 1. <i>La situación de selección</i>	13
A) El candidato frente a la realidad	15
1. Desigualdad de fuerzas y de compromiso	16
2. Cambio y cuestionamiento personal	17
3. Tratamiento aceptado, tratamiento deseado	18
4. ¿Qué actitud adoptar frente a los tests?	19
B) La empresa y el problema de selección	21
1. La selección, un momento difícil	21
2. Buscar la objetividad a toda costa	22
3. Recurrir al especialista	23
4. Exceso de prudencia	24
5. La motivación, factor clave	25
C) El responsable de selección y su trabajo	27
1. Una confianza limitada del empleador	28
2. Una desconfianza certera del candidato	29
3. Una formación ¿para qué profesión?	30
4. Una respuesta de equilibrista	31

CAPÍTULO 2. <i>Los tests entre los métodos de conocimiento de uno mismo y de los demás</i>	33
A) Los diferentes métodos de selección	35
1. El expediente de candidatura	38
2. La entrevista individual	40
3. La grafología	43
4. La morfopsicología	46
5. La reunión de información	48
6. La observación, directa e indirecta	50
7. La técnica de grupo	52
8. El estudio del caso	54
9. El jurado	56
10. La puesta en situación	58
11. La búsqueda de información	60
12. Los tests	62
B) Los tests de selección más corrientes	67
1. Orígenes	67
2. Clasificación	68
3. Elaboración	70
4. Condiciones de calidad	71
5. La interpretación informática de los tests	73
— Cuadro resumen de los tests más utilizados en el ámbito de la selección	74
Introducción a la lectura de las fichas descriptivas	77
BUR	79
Test de comparación	81
Matrices de Raven o PM-38	84
Test MGM	86
Tests D 48 y D 70	89
Test de razonamiento	91
BV 16 y BV 17	93
Inventario de temperamento de Guilford-Zimmerman	95
Prueba PF de Rosenzweig	98
Test de percepción temática o TAT	100
Test del árbol	102
Rorschach	103

Cuestionario de Cattell	106
Test del pueblo	107
— Correcciones de los ejemplos propuestos	109
C) Los nuevos tests	115
1. Recrudescimiento del uso de los tests	115
2. La personalidad	116
3. La investigación de la personalidad	116
4. Cada vez más consultores, no psicólogos	117
5. Fundamentos	117
6. Comercialización	118
7. Utilización	118
8. Exploración	119
 CAPÍTULO 3. <i>Cómo aprovechar mejor la oportunidad de los tests</i>	 121
A) Una empresa consciente	123
1. Situar los tests en un conjunto	124
2. Conducir el proceso con inteligencia	129
3. Asociar a los colaboradores en una relación constructiva	134
B) Un candidato participativo	139
1. Considerarse y presentarse como un colaborador	140
2. Descubrirse: adoptar una actitud de transparencia	141
3. Empezar, aventurarse: preparar el contacto. . . .	143
4. No exceder los límites de la decencia.	145
5. Actuar en colaboración.	147
C) Perspectivas.	151
1. Superar la selección	151
2. Pronóstico o diagnóstico.	152
3. Auto-test.	153
4. Balance de competencias	154
 <i>Conclusión</i>	 157