

Informe Grafológico

Fecha de emisión
22 de febrero de 2026

Análisis profesional

Candidato (a): **María Jesús Robles Apraiz**

Puesto: **Marketing y publicidad**

ID del Análisis: **GRA-86917147**

1. INTRODUCCIÓN

El presente informe constituye una interpretación pericial grafológica profesional que sigue una metodología creada por Peritos Grafólogos Profesionales, basada en el estudio técnico de los trazos gráficos, su morfología, ritmo, presión, cohesión, orden y otros indicadores de expresión escrita.

Es importante señalar que no se trata de un diagnóstico psicológico clínico, sino de una valoración interpretativa que se apoya en los principios de la Grafología Científica y que tiene por finalidad aportar información complementaria sobre los aspectos de la personalidad funcional, actitudes y potencialidades del candidato, en el marco de un proceso de selección de personal.

El análisis grafológico no sustituye las pruebas psicométricas, entrevistas o evaluaciones profesionales: las complementa.

2. RESUMEN EJECUTIVO

Encaje funcional respecto al puesto:

APTO

Escritura de tamaño medio a amplio, inclinación hacia la derecha y buen ritmo general, compatible con iniciativa, orientación relacional y dinamismo. Predominan rasgos de expresividad y empuje, con tendencia a la espontaneidad y a decidir con rapidez, útil en entornos comerciales y creativos. Conviene contrastar en entrevista el nivel de método y seguimiento para sostener la ejecución en tareas repetitivas o de alto detalle.

3. ANÁLISIS DE RASGOS DE PERSONALIDAD



Autoconcepto

Autoimagen afirmativa y con necesidad de proyectar presencia, con gusto por destacar por aportación propia.



Autoconciencia

Percibe su impacto en el entorno y calibra la impresión, aunque puede pasar por alto señales finas cuando acelera.



Equilibrio Personal

Equilibrio razonable con oscilaciones ligadas a la motivación y a la intensidad del contexto.



Estabilidad emocional

Afectividad presente y expresiva, con tendencia a implicarse, sin indicios de inestabilidad marcada en el trazo.



Gestión del estrés

Tolera presión por objetivos si hay foco y autonomía; el estrés aumenta ante ambigüedad y desorden operativo.



Claridad de ideas

Ideas que fluyen con rapidez y discurso natural, con riesgo de dispersión si no se prioriza.



Capacidad de análisis

Análisis funcional orientado a lo práctico, más fuerte en patrones generales que en microdetalle.



Capacidad de síntesis

Buena síntesis y tendencia a cerrar mensajes, con foco en lo esencial y en el efecto comunicativo.



Velocidad de Razonamiento

Razonamiento ágil y resolutivo, con preferencia por avanzar y ajustar sobre la marcha.



Orden mental

Orden suficiente para operar, pero con estilo flexible; requiere sistema para sostener consistencia en entregables.



Iniciativa

Iniciativa alta, con facilidad para empezar y proponer, especialmente en entornos con interacción.



Autonomía

Autonomía natural para ejecutar y decidir, con mejor rendimiento cuando dispone de marco y criterios claros.



Adaptabilidad

Adaptabilidad elevada ante cambios y situaciones nuevas, con buena respuesta a estímulos externos.



Constancia

Constancia variable: fuerte cuando el objetivo es significativo, menos estable en tareas repetitivas o de seguimiento largo.



Sociabilidad

Sociabilidad marcada y estilo cercano, con capacidad para vincular y persuadir desde lo emocional y lo verbal.

4. COHERENCIA ENTRE TEXTO Y FIRMA

Se observa coherencia general entre el texto y la firma, manteniendo el mismo tono expansivo, social y de afirmación personal. La firma amplifica la necesidad de impacto y cierre, sugiriendo búsqueda de reconocimiento y control del encuadre final. No se aprecian disonancias severas, aunque la firma enfatiza más la imagen pública que el registro operativo.

5. ASPECTOS ESPECIFICOS DEL PUESTO- MARKETING

Visión estratégica de mercado

Buena lectura global y orientación a oportunidad, con tendencia a decidir por intuición informada y contraste rápido.

Capacidad creativa aplicada

Creatividad práctica, con facilidad para generar enfoques y titulares y adaptarlos al contexto.

Comunicación y expresión

Expresión fluida y cálida, con impacto interpersonal y buen manejo del tono emocional.

Orientación a resultados

Orientación a logro con necesidad de ver avance; responde bien a metas claras y plazos concretos.

Análisis de datos y métricas

Aproximación más interpretativa que minuciosa; conviene soporte de herramientas y rutinas de revisión.

Planificación de campañas

Planifica mejor por hitos y narrativa que por checklist; requiere estructura para evitar huecos de ejecución.

Gestión de marca

Sensibilidad a imagen y coherencia de mensaje, con énfasis en percepción y posicionamiento.

Capacidad de persuasión

Persuasión natural basada en vínculo, energía y estilo asertivo, adecuada para interlocución comercial.

Innovación funcional

Tendencia a proponer mejoras y variantes, con facilidad para probar y ajustar en ciclos cortos.

Gestión de proyectos

Puede liderar por impulso y coordinación, pero necesita control de seguimiento para sostener el cierre.

Adaptabilidad a cambios de mercado

Alta capacidad de reacción y recalibración, con buena tolerancia al cambio y al feedback externo.

Gestión del estrés por objetivos

Maneja bien la presión si hay autonomía; se tensiona más cuando hay microcontrol o cambios sin criterio.

Autonomía operativa

Autonomía sólida para avanzar sin supervisión constante, con necesidad de acordar criterios de calidad.

Constancia y seguimiento

Seguimiento mejorable si la tarea es monótona; funciona bien con tableros simples y responsable de control.

Trabajo en equipo interdisciplinar

Buen encaje en equipos diversos por comunicación y flexibilidad, con preferencia por roles visibles y activos.

6. IDONEIDAD PARA EL PUESTO

Ajuste favorable para funciones de marketing orientadas a comunicación, activación, relación con clientes internos y generación de propuestas. Rinde mejor en entornos dinámicos con objetivos claros, autonomía operativa y un sistema de seguimiento compartido. Supervisión recomendable en fases de control de calidad, consistencia de ejecución y disciplina de métricas.

7. FORTALEZAS FUNCIONALES Y ÁREAS DE RIESGO

Fortalezas: empuje, sociabilidad, capacidad persuasiva y enfoque a impacto del mensaje, con creatividad aplicada y buena energía de arranque. Riesgos: dispersión por exceso de estímulos, menor paciencia para tareas de detalle y tendencia a priorizar lo urgente sobre lo importante si no hay priorización explícita. Vigilancia: hábitos de seguimiento, control de entregables y consistencia en cierres.

8. APTITUDES Y ACTITUDES LABORALES

APTITUDES

- Comunicación y narrativa comercial
- Creatividad aplicada a mensajes y piezas
- Iniciativa para activar acciones
- Negociación y persuasión relacional
- Visión global y síntesis ejecutiva

ACTITUDES

- Responsabilidad: asume y se implica cuando el objetivo tiene sentido y visibilidad
- Presión: responde bien a plazos si hay foco, se resiente con cambios caóticos
- Equipo: colaborativo y expresivo, puede dominar el espacio si no se regula
- Objetivos: orientado a logro, necesita claridad de prioridades y criterios de cierre

9. POTENCIAL / CONDICIONES DE DESARROLLO

Potencial alto en roles con interacción, construcción de mensaje, coordinación y activación de campañas, especialmente donde prime la iniciativa. Se desarrolla mejor con hábitos ligeros de planificación, revisión de métricas y cierre de tareas, apoyados por herramientas y rutinas estables. Conviene un marco de objetivos y criterios de calidad acordados para equilibrar creatividad con consistencia operativa.

10. PREGUNTAS SUGERIDAS PARA ENTREVISTA

- Cuéntame una campaña donde tuviste que sostener el seguimiento durante varias semanas: ¿qué sistema usaste para no perder tareas y plazos?
- Cuando una idea creativa compite con datos que la contradicen, ¿cómo decides y cómo lo argumentas?
- Describe una situación con cambios frecuentes de prioridad: ¿qué hiciste para mantener foco y comunicación con el equipo?
- ¿Qué parte del trabajo de marketing se te hace más pesada (reporting, etiquetado, QA, documentación) y cómo la gestionas para cumplir?
- Dame un ejemplo de un error en ejecución o detalle que afectó un resultado: ¿qué aprendiste y qué control añadiste después?
- ¿Cómo equilibras autonomía con alineamiento: qué información necesitas al inicio para trabajar sin supervisión constante?



Documento generado el 22/02/2026

Encaje funcional respecto al puesto:

APTO

Certifico que el análisis y la interpretación de los trazos gráficos aquí expuestos han sido realizados siguiendo los principios de la Grafología Científica.

D. Pedro Jesús Ruiz García

Perito Grafólogo Profesional

Colegiado N.º 1743

