



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"JAPÓN"

Guía
Metodológica De
Administración de Recursos
Humanos



Compilado por:

Ing. Karen Sanchez Jimenez

Carrera: Administración de Empresas

2019



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN
 GUIA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE

Nombre de la Asignatura: ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS		Componentes del Aprendizaje	Conocer los principios, métodos y técnicas efectivas en la gestión del potencial humano. Es consciente de los cambios del entorno y la necesidad de asumir una actitud creativa e innovadora en la gestión del personal.	
RESULTADO DE APRENDIZAJE: <ul style="list-style-type: none"> • Utilizar adecuadamente las normas fundamentales de las relaciones humanas, identificando oportunidades de trabajo en equipo que permita dar origen a un ambiente favorable. • Elabora correctamente un plan de trabajo, empleando herramientas de desarrollo personal con la capacitación constante. • Analizar y buscar información proveniente de diferentes fuentes de los trabajos en equipo encomendados. 				
Docente de Implementación:				
ING. KAREN SANCHEZ JIMENEZ			Duración: 20 horas	
Unidades	Competencia	Resultados de Aprendizaje	Actividades	Tiempo de Ejecución
Conferencia magistral de lo que es y cómo funciona el sistema de gestión humana con los Sub-sistemas: Alimentación, Aplicación, Mantenimiento, Desarrollo y Control	Desarrolla su capacidad crítica y analítica para enfrentar eficazmente la prevención y solución de problemas humanos en el contexto organizacional	Comprender la naturaleza mixta que existe hoy en los puestos de trabajo. Conocer los procedimientos, normas y reglas que se deben establecer en los negocios para la Ad. De RRHH.	Leer de contextos sobre Sistema de Gestión Humana, Normas y reglas actualizadas referentes a RECURSOS HUMANOS. Realizan Análisis,	5 HORAS



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN
GUIA DE APRENDIZAJE

Identifica los roles que le corresponde al jefe de personal, sus repercusiones en el trabajo.	Posee una actitud crítica y logra un mejor conocimiento de sí mismo, tanto de sus fortalezas y habilidades, procura ser más asertivo en sus relaciones con los demás y en la expresión de sus ideas.	Tener la habilidad para comunicarse efectivamente de forma oral y escrita en español; Comprender la responsabilidad ética y profesional;	Ejercicios didácticos enfocados a casos reales, como manejar situaciones difíciles como ser un Buen LÍDER. Como manejar una relación entre jefe y empleados. Análisis de Ética de Administración de R.R.H.H.	5 HORAS
Investiga los valores que hacen a un jefe más efectivo. Internaliza sus fortalezas y debilidades como gerente.	Conoce las políticas y las técnicas en los procesos de reclutamiento, evaluación, capacitación, desempeño laboral control, y desarrollo del personal.	Tener una educación amplia para comprender el impacto de las soluciones de su carrera profesional en el contexto global, económico, ambiental y social;	Procesos de reclutamiento de personal. Control laboral, La importancia de la Capacitación al personal	5 horas
Diseña instrumentos para el análisis y evaluación de puestos para establecer políticas salariales, programas de capacitación y de seguridad	Diseña instrumentos para el análisis y evaluación de puestos para establecer políticas salariales, programas de capacitación y de seguridad	Reconocer la necesidad de continuar aprendiendo a lo largo de la vida y tener la capacidad y actitud para hacerlo;	Conocer instrumentos de análisis y evaluación. Reflexionar sobre el valor y la calidez humana hacia los colaboradores de una empresa.	5 horas

2. CONOCIMIENTOS PREVIOS Y RELACIONAD

Tener conocimiento Relacionado a las bases de Administración, Recursos Humanos, Valores y Ética Profesional, deberá tener previos conocimientos de Leyes y normas basados a la materia.

3. UNIDADES TEÓRICAS



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN

GUIA DE APRENDIZAJE

• Desarrollo de las Unidades de Aprendizaje (contenidos)

A. Base Teórica

El objetivo básico que persigue la función de Recursos Humanos (RRHH) con estas tareas es alinear las políticas de RRHH con la estrategia de la organización, lo que permitirá implantar la estrategia a través de las personas.

Generalmente la función de Recursos Humanos está compuesta por áreas tales como Reclutamiento y Selección, Compensaciones y Benéficos, Capacitación y Desarrollo y Operaciones. Dependiendo de la empresa o institución donde la función de Recursos Humanos opere, pueden existir otros grupos que desempeñen distintas responsabilidades que pueden tener que ver con aspectos tales como la administración de la nómina de los empleados, el manejo de las relaciones con sindicatos, etc.

Para poder ejecutar la estrategia de la organización es fundamental la administración de los Recursos humanos, para lo cual se deben considerar conceptos tales como:

- Comunicación Organizacional
- Liderazgo
- Trabajo en Equipo
- Negociación
- Cultura
- Sistema de Administración de Recursos Humanos

ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Para comprender la importancia de los Recursos Humanos, así como el proceso de Reclutamiento y Selección dentro de la organización es necesario conocer algunos conceptos relacionados con la misma:

DEFINICIÓN DE ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Dada la importancia que la Administración de Recursos Humanos tiene para la organización existen diversos conceptos que tratan de explicar en qué consiste, a continuación se enuncian algunas definiciones:

Víctor M. Rodríguez: Es un conjunto de principios, procedimientos que procuran la mejor elección, educación y organización de los servidores de una organización su satisfacción en el trabajo y el mejor rendimiento en favor de unos y otros.

Joaquín Rodríguez Valencia define la Administración de Recursos Humanos como la planeación, organización, dirección y control de los procesos de dotación, remuneración, capacitación, evaluación del desempeño, negociación del contrato colectivo y guía de los Recursos Humanos idóneos para cada departamento, a fin de satisfacer los intereses de quienes reciben el servicio y satisfacer también, las necesidades del personal.

Fernando Arias Galicia dice que la Administración de Recursos Humanos es el proceso administrativo aplicado al acrecentamiento y conservación del esfuerzo, las experiencias, la salud, los conocimientos, las habilidades, etc., en beneficio del individuo, de la propia organización y del país en general.

De las anteriores definiciones podemos concluir que la **Administración de Recursos Humanos** es aquella que tiene que ver con el aprovechamiento y mejoramiento de las capacidades y habilidades de las personas y en general con los factores que le rodean dentro de la organización con el objeto de lograr el beneficio individual, de la organización y del país.

OBJETIVOS DE LA ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN

GUIA DE APRENDIZAJE

El objetivo general de la administración de Recursos Humanos es el mejoramiento del desempeño y de las aportaciones del personal a la organización, en el marco de una actividad ética y socialmente responsable. Este objetivo guía el estudio de la Administración de Recursos Humanos, el cual describe las acciones que pueden y deben llevar a cabo los administradores de esta área. De aquí se derivan los siguientes objetivos específicos:

- **OBJETIVOS SOCIALES:** La contribución de la Administración de Recursos Humanos a la sociedad se basa en principios éticos y socialmente responsables. Cuando las organizaciones pierden de vista su relación fundamental con la sociedad, no sólo faltan gravemente a su compromiso ético, sino que generan también tendencias que repercuten en su contra en forma inevitable. Una de sus responsabilidades es el hecho de brindar fuentes de empleo a la sociedad, donde las personas se puedan desarrollar y contribuir al crecimiento de la organización.
- **OBJETIVOS CORPORATIVOS:** El administrador de Recursos Humanos debe reconocer que su actividad no es un fin en sí mismo; solamente un instrumento para que la organización logre sus metas fundamentales. El departamento de Recursos Humanos existe para servir a la organización proporcionándole y administrando el personal que apoye a la organización para cumplir con sus objetivos.
- **OBJETIVOS FUNCIONALES:** Mantener la contribución de los Recursos Humanos en un nivel adecuado a las necesidades de la compañía es otro de los objetivos fundamentales de la Administración de Recursos Humanos. Cuando las necesidades de la organización se cubren insuficientemente o cuando se cubren en exceso, se incurre en dispendio de recursos.
- **OBJETIVOS PERSONALES:** La Administración de Recursos Humanos es un poderoso medio para permitir a cada integrante lograr sus objetivos personales en la medida en que son compatibles y coinciden con los de la organización. Para que la fuerza de trabajo se pueda mantener, retener y motivar es necesario satisfacer las necesidades individuales de sus integrantes. De otra manera es posible que la organización empiece a perderlos o que se reduzcan los niveles de desempeño y satisfacción.

FUNCIONES DE LA ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

El departamento de Administración de Recursos Humanos cumple con diversas funciones dentro de la organización dependiendo de su tamaño y complejidad. El objetivo de las funciones consiste en desarrollar y administrar políticas, programas y procedimientos para proveer una estructura administrativa eficiente, empleados capaces, trato equitativo, oportunidades de progreso, satisfacción en el trabajo y una adecuada seguridad en el mismo, cuidando el cumplimiento de sus objetivos que redundará en beneficio de la organización, los trabajadores y la colectividad.

IMPORTANCIA DE LOS RECURSOS HUMANOS

Las organizaciones poseen un elemento común: todas están integradas por personas. Las personas llevan a cabo los avances, los logros y los errores de sus organizaciones. Por eso no es exagerado afirmar que constituyen el recurso más preciado. Si alguien dispusiera de cuantiosos capitales, equipos modernos e instalaciones impecables pero careciera de un conjunto de personas, o éstas se consideraran mal dirigidas, con escasos alicientes, con mínima motivación para desempeñar sus funciones, el éxito sería imposible.

La verdadera importancia de los Recursos Humanos de toda la empresa se encuentra en su habilidad para responder favorablemente y con voluntad a los objetivos del desempeño y las oportunidades, y en estos esfuerzos obtener satisfacción, tanto por cumplir con el trabajo como por encontrarse en el ambiente del mismo. Esto requiere que gente adecuada, con la combinación correcta de conocimientos y habilidades, se encuentre en el lugar y en el momento adecuados para desempeñar el trabajo necesario. Una empresa está compuesta de seres humanos que se unen para beneficio mutuo, y la empresa se forman o se destruye por la calidad o el comportamiento de su gente.

Lo que distingue a una empresa son sus seres humanos que poseen habilidades para usar conocimientos de todas clases. Sólo es a través de los recursos humanos que los demás recursos se pueden utilizar con efectividad.

CARACTERÍSTICAS DE LOS RECURSOS HUMANOS



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN

GUIA DE APRENDIZAJE

A) No pueden ser propiedad de la organización, a diferencia de los otros recursos. Los conocimientos, la experiencia, las habilidades, etc., son parte del patrimonio personal. Los Recursos Humanos implican una disposición voluntaria de la persona. No existe la esclavitud, nadie podrá ser obligado a prestar trabajos personales sin la justa retribución y sin su pleno consentimiento (salvo la pena impuesta por autoridad judicial, las funciones censales y electorales, el servicio de las armas y el jurado y los puestos de elección popular de acuerdo a las leyes respectivas) y a nadie podrá impedírsele que se dedique a la profesión, industria, comercio o trabajo que le acomode, siendo lícitos.

B) Las actividades de las personas en las organizaciones son, como se apuntó voluntarias; pero, no por el hecho de existir un contrato de trabajo, la organización va a contar con el mejor esfuerzo de sus miembros; por el contrario, solamente contará con él si perciben que esa actividad va a ser provechosa en alguna forma, ya que los objetivos de la organización son valiosos y concuerdan con los objetivos personales, los individuos pondrán a disposición de la organización, los Recursos Humanos que poseen y su máximo esfuerzo. Entonces aparte de un contrato legal, existe también un contrato psicológico cuya existencia está condicionada a lo anterior.

C) Las experiencias, los conocimientos, las habilidades, etc., son intangibles; se manifiestan solamente a través del comportamiento de las personas en las organizaciones. Los miembros de ellas prestan un servicio a cambio de una remuneración económica y afectiva. La intensidad de tal servicio depende generalmente de lo apuntado en el inciso anterior. Esta intangibilidad ha causado serios trastornos. Generalmente se ha pensado que los Recursos Humanos no cuestan nada y que no tienen connotación económica alguna; por tanto, han sido los que menos atención y dedicación han recibido en comparación a los otros tipos de recursos; sin embargo, la situación empieza a cambiar. Así, los economistas hablan ya de "capital humano" y algunos contadores empiezan a realizar esfuerzos a fin de que sus estados financieros, que tradicionalmente se ocupan de los recursos materiales, reflejen también las inversiones y los costos en los Recursos Humanos.

D) El total de recursos de un país o de una organización en un momento dado puede ser incrementado. Básicamente existen dos formas para tal fin: descubrimiento y mejoramiento. En el primer caso se trata de poner de manifiesto aquellas habilidades e intereses desconocidos o poco conocidos por las personas; para ello, un auxiliar valioso son las pruebas psicológicas y la orientación profesional. En la segunda situación se trata de proporcionar mayores conocimientos, experiencias, nuevas ideas, etc., a través de la educación, la capacitación y el desarrollo. Desafortunadamente, los Recursos Humanos también pueden ser disminuidos por las enfermedades, los accidentes y la mala alimentación.

E) Los Recursos Humanos son escasos; no todo el mundo posee las mismas habilidades, conocimientos, etc. El conjunto de características que hacen destacar a la persona en estas actividades solo es poseído por un número inferior al total. En este sentido se dice que los Recursos Humanos son escasos, entonces hay personas u organizaciones dispuestas a cambiar dinero u otros bienes por el servicio de otros, surgiendo así los mercados de trabajo. En términos generales entre más escaso resulte un recurso, más solicitado será, estableciéndose así una competencia entre los que conforman la demanda, que se traduce en mayores ofertas de bienes o dinero a cambio del servicio.

En esta disciplina se entiende por público a todo grupo social con un interés determinado y, a veces también, con un nivel cultural específico.

Tradicionalmente los públicos de una organización se suelen clasificar en dos grupos: Públicos Internos y Públicos Externos.

Público Interno, a los grupos sociales afines que integran el organigrama de la empresa o institución. Así, por ejemplo: los accionistas; los directivos; los funcionarios; los empleados; etc.

Públicos Externos, por su parte, son todos aquellos grupos sociales que tienen un determinado interés que vincula a sus miembros entre sí y que no forman parte del organigrama de la organización de que se trata.

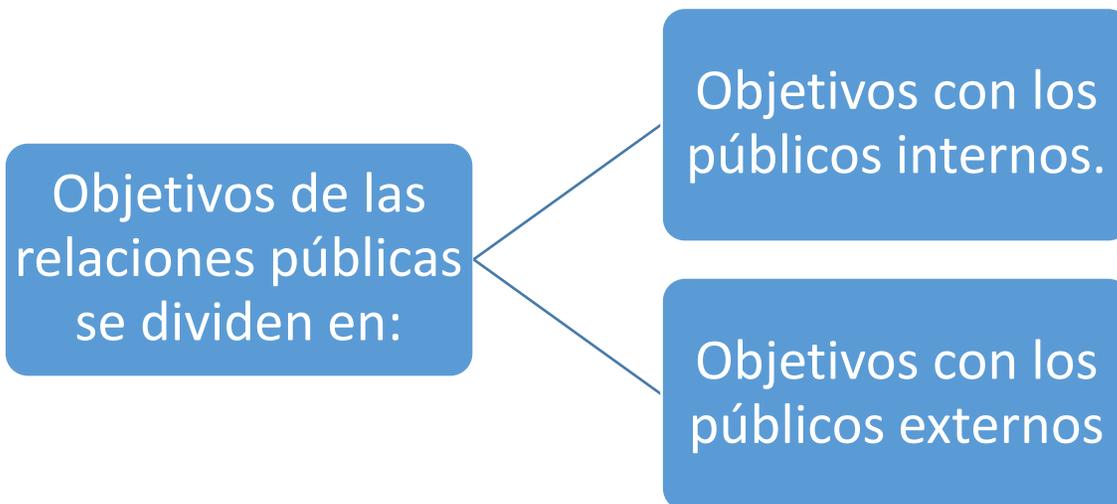


INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN

GUIA DE APRENDIZAJE

Objetivos de las Relaciones Públicas:

Teniendo en cuenta la clasificación anterior de los públicos, en:



Objetivos con los públicos internos: Lo que se prioriza fundamentalmente, con referencia a los públicos internos, es la formación o constitución del llamado “grupo empresa”, es decir, que la totalidad de los integrantes de la organización, desde el más elevado directivo o ejecutivo hasta los empleados de menor nivel jerárquico, constituyan un grupo, en el auténtico sentido de la palabra “grupo” a un conjunto de personas que poseen un objetivo común e interaccionan entre sí. Pero, es menester destacar que sólo merced a la comunicación puede establecerse el objetivo común, lo mismo que la interacción. Para que esto pueda realizarse es necesario que se establezca entre ellas un sistema de comunicación, que es el medio básico indispensable para la formación del denominado grupo empresa en una organización.

Es indudable que éste no es el único objetivo de las relaciones públicas con referencia a los públicos internos, pues existen otros tales como; sentido de pertenencia a la organización, elevación del grado de satisfacción de los recursos humanos, creación de una cultura de venta en todas las escalas y dependencias, etc., pero, todos los demás objetivos devendrán como consecuencia de lograrse la formación del grupo empresa dentro de la organización.

A los efectos de la creación del “grupo empresa”, cada una de las áreas o departamentos de la entidad deberá reunir a sus integrantes periódicamente, bajo la dirección del correspondiente jefe, quien deberá organizar, promover y dirigir la realización de tres tipos de comunicación:

En primer lugar, hablará el superior dando las indicaciones, órdenes, comunicación de nuevas metas, correcciones, etc. (comunicación de arriba para abajo).

La segunda etapa de la reunión, es la cual el jefe estimulará a sus subordinados para que hagan sugerencias sobre el mejor modo de llevar a cabo el trabajo a cargo del área o sección.

La tercera etapa consiste en que los presentes coordinen sus trabajos y actividades con el propósito de evitar que, por falta de comunicación adecuada, se produzcan desentendimientos y fricciones entre los diversos sectores de la organización.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN

GUIA DE APRENDIZAJE

Beneficios aportados por el grupo empresa:

Innumerables son los beneficios producidos por la implementación de un sistema tendiente a la formación del grupo empresa para cualquier organización:

- Eleva el rendimiento o productividad del trabajador, dado que éste se siente partícipe e involucrado en las decisiones adoptadas, pues ha participado en la elaboración de las mismas.
- Se produce una sensible disminución de los costos, debido a la eficiencia con que los recursos humanos cumplen sus respectivas labores.
- Se logra una capacitación permanente del personal, tanto de los jefes como de los subordinados. En las reuniones periódicas, por medio de las enseñanzas e indicaciones que los superiores hacen a sus subordinados.
- Se estimula la creatividad.
- Se crea un espíritu de pertenencia.

Objetivos con los públicos externos: Básicamente son dos los objetivos a ser perseguidos por las relaciones públicas con referencia a los públicos externos:

Proyectar una imagen positiva en dichos públicos haciendo que los mismos experimenten simpatía hacia nuestra empresa o institución y nos brinden su apoyo y comprensión.

Lograr, por medio de un dialogo permanente, la concordancia de intereses entre la organización y sus diversos públicos para beneficio de ambas partes.

3. Relaciones Públicas internas

Grupos en la empresa

En toda empresa, dentro de su público interno, existen y se forman grupos de afinidad que es conveniente tenerlos en cuenta en el programa de relaciones públicas que se elabore. Dichos grupos se constituyen por diversos motivos, tales como el sexo, el estado civil, el origen de nacimiento, el partido político al que pertenecen los trabajadores, etc.

La pregunta que surge de inmediato es si el profesional de relaciones públicas debe recomendar a la dirección de la organización que instaure una política que inhiba la formación y expresión de tales grupos en aras de la unidad e integración de la totalidad del personal, lo cual podría resultar beneficioso para la productividad de la empresa o, por el contrario, que la dirección empresaria permita la libre expresión de dichos grupos.

La respuesta al interrogante planteado está, evidentemente, en relación con el principio de que la empresa debe ser un medio para la autorrealización de todos y cada uno de sus integrantes y la de permitir la libre formación y actuación de los grupos que naturalmente surjan dentro de la entidad.

Es notorio que el rendimiento del personal está estrechamente anexado al íntimo sentimiento que éste tenga de que la empresa en la cual trabaja le permite hacer realidad sus aspiraciones y proyectos.

Comunicaciones formales e informales dentro de la empresa:

Comunicaciones Formales son aquellas originadas en la dirección y que llegan al personal siguiendo los canales establecidos en el organigrama.

Comunicaciones informales son las que circulan entre los integrantes de la empresa sin conocerse con precisión su origen y sin seguir los canales estatuidos para el efecto.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN

GUIA DE APRENDIZAJE

A este tipo de comunicación se le suele conocer comúnmente como rumor. Corre de persona a persona, nadie se responsabiliza de su veracidad, pero, ella es recibida como verdad inconclusa. Es negativa para la organización porque crea un ambiente de tensión, expectativa y desasosiego entre los recursos humanos.

La mejor manera de disminuir lo más posible la existencia de comunicaciones de esta índole, es aumentando, proporcionalmente, la comunicación formal

En todas las organizaciones, sean públicas o privadas, existen otras dos clases de comunicaciones, que las podemos denominar: programada y no programada.

Comunicación programada la primera se refiere a la que es elaborada, planificada y emitida intencionalmente por la organización, como serian, por ejemplo; los comunicados de prensa, la publicidad, etc., por medio de las cuales la empresa difunde en el público lo que quiere y desea transmitir.

No programada es la que surge o emana de los trabajadores de la empresa y de los familiares de los mismos. Cada integrante del grupo laboral de la institución, expresa su opinión sobre la empresa, en primer término, a los integrantes de su familia, pero, además, al grupo de sus amistades.

Así, en un proceso de circularidad, se difunde en el medio social la opinión del trabajador con referencia a la empresa en la cual presta sus servicios.

Esta difusión de imagen de la empresa a través de sus propios trabajadores, evidentemente, no fue ni puede ser programada ni planificada, pero, sin embargo, tiene una gran importancia por el alto grado de credibilidad que despierta en el medio ambiente.

Las relaciones públicas y el desarrollo económico y social:

Las relaciones públicas son unas de las palancas más poderosas para impulsar el desarrollo económico y social de una comunidad, en razón de que las mismas hacen posible:

Que, las empresas e instituciones sean consideradas como un medio para el auto desarrollo de todos sus integrantes.

Que, al existir canales de comunicación dialogadas entre todos los estamentos de la organización, y al estimular el aporte creativo de los subordinados, se consigue, el doble propósito de, en primer término elevar el índice de satisfacción del personal y, por tanto, de su rendimiento y, en segundo lugar, se estimula en sumo grado la creatividad de los recursos humanos que aportan sus ideas para la mayor productividad de la empresa.

Como consecuencia de la política enunciada, se logra una considerable disminución de costos, ya sea por la más alta productividad de los trabajadores, como por la desaparición de rozadura, pugnas, huelgas y paros.

Que, asimismo en lo atinente a los públicos externos las relaciones públicas, al establecer canales de comunicación dialoguista entre la organización y éstos, hacen posible que la producción de bienes y servicios satisfaga mejor las necesidades y aspiraciones de los individuos. Además de que éstos tienen la posibilidad de expresar sus derechos y demandas.

Las Relaciones públicas constituyen una actividad esencial, por medio de las cuales las empresas, las asociaciones y los organismos gubernamentales se comunican con los diversos públicos para:

Transmitir una imagen fiel y exacta de la Empresa.

Establecer un entendimiento mutuo



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN

GUIA DE APRENDIZAJE

Hacer conocer su valor como fuente de trabajo, su aporte a la Economía Nacional y su prestigio en el orden internacional

Su contribución a la comunidad.

La Empresa:

Las relaciones públicas constituyen una función asesora que tendrá a su cargo la fijación de la política general de la empresa y, por ende, su ubicación se encuentra al lado de la presidencia o de la gerencia general.

La empresa debe ser considerada por lo tanto como una entidad económica a producir bienes y servicios, utilizando todos los recursos disponibles, en el cual sus integrantes, o sea, sus recursos humanos, cualquiera sea su nivel o jerarquía dentro de la misma, obtenga su más amplio y total subdesarrollo y desenvolvimiento.

La Empresa Moderna debe sentir las exigencias de la Opinión Pública, comprender sus problemas, no debe apartarse de estos y colaborar a resolverlos, pero también debe buscar la forma de hacerse interpretar por las distintas categorías de públicos a fin de evitar que se creen prejuicios, opiniones erróneas y antagonismos. La Empresa que actúa en el seno de la sociedad no puede aislarse porque debe crear para vivir una infinidad de tratos que se definen como una responsabilidad social implícita en las exigencias del vivir en común.

Las Relaciones Públicas, dijimos son vinculaciones con los públicos. Esta disciplina busca insertar a la empresa dentro de la comunidad, haciéndose comprender, tanto por sus públicos externos como internos, de sus objetivos y procedimientos a fin de crear vinculaciones provechosas para ambas partes mediante la concordancia de sus respectivos intereses.

El cargo de Relaciones Públicas.

El Director de Relaciones Públicas de una compañía u otra organización es casi siempre un funcionario del equipo que por lo general es responsable ante la autoridad más alta, el presidente, vicepresidente o gerente general. Se encuentra en una posición similar a la del asesor legal o financiero, o de otras personas que ofrecen sus servicios de expertos a cualquier persona de la compañía en donde se necesita más o puede obtenerse el mayor beneficio. El personal de relaciones públicas es responsable ante varios superiores para quienes realizan los trabajos en forma directa o indirecta de su equipo, como asistentes, especialistas y oficinistas.

El jefe de relaciones públicas es un intermediario que trata con ideas y que se ocupa de la comunicación informal, tanto

descendente como ascendente. A diferencia de otros departamentos éstos están en contacto con todos los departamentos y saben algo sobre las personas. El trabajo de relaciones públicas circula a través de toda la organización y entrecruza los límites de autoridad.

Para los especialistas en relaciones públicas es muy importante entender cuál es su lugar en la organización aunque en ocasiones esto sea confuso.

Se supone que el departamento de relaciones públicas es, sobre todo, experto en comunicaciones. El director de relaciones públicas puede ofrecer sugerencias en conexión con políticas de la compañía, pero solo el gerente de personal o sus supervisores tienen poder de decisión.

La necesidad de adecuación y entendimiento es una de las principales razones por las que las relaciones públicas deberán ser una función de alta jerarquía al nivel de departamentos de operaciones como el de ventas o de producción. Muchas ideas de relaciones públicas afectan a otros departamentos; muchas acciones de otros



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN

GUIA DE APRENDIZAJE

departamentos afectan la posición de relaciones públicas de una organización. Las relaciones públicas no pueden funcionar bien si se ignora lo que sucede en la propia compañía. No sólo es preciso conocer las decisiones sino también tener voz en la toma de las mismas.

Las firmas externas de relaciones públicas se contratan por varias razones, una de ellas es que porque la organización es demasiado pequeña como para emplear personal de relaciones públicas o para proporcionar conocimientos especiales como en relaciones públicas financieras, contactos con la prensa, etc.

Las firmas externas de relaciones públicas son más costosas que el personal interno, pero proporcionan ayuda especial cuando se necesita. Como son externas pueden ser más objetivas que el personal de relaciones públicas interno que se vuelve miembro del equipo.

Las buenas ideas de relaciones públicas también pueden originarse a nivel personal. Los expertos en relaciones públicas deben ser capaces de transmitir comunicaciones tanto vertical como, ascendente o descendente, como horizontal.

Las relaciones públicas seguramente continuarán extendiéndose con rapidez en los años venideros.

A medida que aumenta la importancia de la interacción de los grupos humanos y se multiplican los medios de comunicación, el cambio está siempre presente, existiendo una necesidad de servicios de comunicación persuasiva.

Beneficios que aportan las relaciones publicas a las organizaciones:

Numerosas y muy importantes son las aportaciones que las relaciones públicas pueden dar a las organizaciones tanto públicas como privadas, sean ellas de carácter comercial o no. Estos son algunos de los aspectos en que las relaciones públicas pueden actuar en forma decisiva en beneficio del éxito y del crecimiento de una organización.

Disminución de los costos:

La mayor eficiencia y eficacia en la producción o en la prestación de servicios está en relación directa con el grado de capacitación y de satisfacción de los recursos humanos de la empresa. Mediante una correcta política de relaciones públicas el personal se siente integrado a la institución y compenetrado de sus objetivos, creándose en los mismos un sentido de pertenencia que eleva en sumo grado la productividad, la calidad y la producción en la prestación del servicio.

Estimula la creatividad:

Los directivos al considerar a los funcionarios como la más eficiente "fabrica" o "computadora" que puede ser estimulada para beneficio de la empresa, están poniendo al servicio del logro de los objetivos de la organización un potencial realmente inagotable y rico. Es labor del profesional de relaciones públicas crear el sistema interno adecuado para despertar la creatividad, reconocerla y recompensarla. Ningún gerente puede saber lo que está pasando en un sector o departamento mejor que quien está realizando el trabajo en ese punto.

Eleva el índice de ventas:

La imagen es de alta importancia para, asegurar su propia supervivencia y, luego su desarrollo. Una buena imagen es considerada ampliamente superior a cualquier campaña publicitaria o de promoción. La relación es directa: a mejor imagen, mayor venta.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN

GUIA DE APRENDIZAJE

5 principales características que debe tener un Relacionista publico

1. Capacidad de trabajar en equipo

Un RR.PP nunca va a a trabajar solo, por lo tanto es necesario que este tenga la capacidad de trabajar con otros y de crear una buena relación con sus compañeros de trabajo. Seguramente este sea uno de los trabajos en donde la persona tendrá que colaborar con varios sectores de una empresa, así como con los servicios tercerizados que esta contrate.

2. Carisma

Al ser la cara visible de una organización, la persona encargada de representar a una empresa debe saber expresarse de forma adecuada y representar mediante sus acciones y dichos a los valores de quienes representa. A esto se le suma la habilidad de "leer" a los demás, para así saber qué y cómo decir las cosas y lograr sus objetivos.

3. Capacidad de orador

Muy relacionado al punto anterior, el RR.PP debe tener grandes capacidades de comunicación, ya sea para conversaciones o para exposiciones frente a grandes multitudes. Es imprescindible no dejarse llevar por los nervios y mantener el control, así como ser rápido en contestar las preguntas que los presentes pueden hacerle a uno.

4. Detallista

Es que existen tantas cosas que pueden salir mal, que un buen Relacionista Público debe tener la habilidad necesaria como para realizar varias tareas y al mismo tiempo poder desarrollarlas a la perfección. Se puede estar en un evento empresarial, pero al mismo tiempo estar al tanto de lo que sucede al otro lado de la ciudad para el lanzamiento de un nuevo producto.

5. Creativo

Con los avances tecnológicos que existen y las distintas plataformas en las que se expresa una organización, es importante que un RR.PP sepa cómo utilizar cada una con éxito y de forma creativa, captando al público que diariamente recibe mensajes por parte de la competencia.

CLIMA LABORAL

El clima laboral no es otra cosa el medio en el que se desarrolla el trabajo cotidiano. La calidad de este clima influye directamente en la satisfacción de los trabajadores y por lo tanto en la productividad empresarial. Si eres capaz de conseguir una mayor productividad con un buen clima laboral, tienes todo lo necesario para conseguir grande éxitos en tu empresa.

De aquella manera, mientras que un buen clima se orienta hacia los objetivos generales, un mal clima destruye el ambiente de trabajo ocasionando situaciones de conflicto, malestar y generando un bajo rendimiento.

Un clima laboral negativo puede dilapidar el desarrollo de la empresa. Cuando los empleados no están satisfechos en el entorno de trabajo, su rendimiento desciende y los conflictos aumentan. ¿Qué podemos hacer para evitar esta situación? **¿Cuáles son los factores que afectan al clima laboral?**



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN

GUIA DE APRENDIZAJE

Factores que afectan al clima laboral

Conscientes de esta subjetividad en torno a los factores que afectan al clima laboral, podemos relacionar las **variables que influyen en mayor medida** en la generación del ambiente de la organización.

¿Cuáles son los elementos de evaluación que puedan dar una visión lo más cercana a la realidad del clima de una institución? Los estudios de este tema sostienen que el clima en las organizaciones está configurado por la interacción y mezcla de los siguientes elementos:

1. **El sujeto:** Las características de cada trabajador (su actitud, personalidad, valores, expectativas, motivaciones, estado anímico, o su vida familiar) influirán tanto en el clima laboral como en su propia percepción del mismo. Como señalan Cristian Camilo Herazo, Michelle Ospina y Sandra Ramírez en Factores psicosociales y organizacionales que afectan la productividad “un empleado no opera al vacío, trae consigo una cantidad de ideas preconcebidas que reaccionan al contacto con la forma de liderar, con la estructura organizacional y el ambiente laboral”.
2. **Los equipos:** Las relaciones interpersonales que se desarrollan dentro de la organización son también factores que afectan al clima laboral, determinados por la organización y estructura, procesos comunicativos, distribución de los roles, cohesión de los equipos... Si la empresa consigue crear vínculos positivos conseguirá mejorar el ambiente organizacional y, viceversa.
3. **La estructura:** La forma en la que se organiza la compañía a nivel puestos, políticas y procedimientos de trabajo también interviene en la conformación del clima laboral. El objetivo es conseguir que las relaciones entre los grupos e individuos fluyan de forma natural, de modo que si conseguimos adaptar la estructura a las necesidades de la compañía, estaremos ayudando a mejorar el clima laboral de la misma.
4. **Políticas de personal:** Este elemento se refiere a las acciones concretas que lleva a cabo la compañía para impulsar un clima laboral positivo, como el reconocimiento, los incentivos, la capacitación, programas sociales, política de promoción interna, medidas de bienestar...
5. **El liderazgo:** El papel de los líderes y el tipo de relación que consigan crear con sus equipos es clave en la construcción de climas laborales sanos. Por ello, las empresas deben apostar por un estilo de liderazgo transformacional que se adapte tanto a las circunstancias de la compañía como a las necesidades de cada trabajador.
6. **La cultura:** El conjunto de normas intangibles de una organización también influye directamente en el clima laboral y el que este sea positivo dependerá, no de la cultura en sí, sino de que sea compartida por la plantilla.
7. **Los factores físicos:** Las instalaciones, los recursos materiales, la iluminación o la existencia de zonas comunes son aspectos del entorno físico de la empresa que también intervienen en la conformación del clima laboral.
8. **Los factores externos:** También el entorno tiene influencia en el clima organizacional. Los clientes, proveedores, administraciones públicas, competencia o la propia sociedad influyen en las empresas. Por ejemplo, la alianza con una gran compañía puede insuflar motivación a la plantilla y mejorar el ambiente de trabajo.

TEMA:#2

Elabora correctamente un plan de trabajo, empleando herramientas de desarrollo personal con la capacitación constante.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN

GUIA DE APRENDIZAJE

Identifica el objetivo de tu plan de trabajo. Existen diversas razones por las que se crea un plan de trabajo. Antes de empezar a crearlo, deberás determinar lo que quieres lograr con él para que así puedas prepararte adecuadamente. Ten en cuenta que la mayoría de estos planes están orientados a un determinado plazo (por ejemplo, 6 meses o 1 año).

En el centro laboral, los planes de trabajo le permiten a tu supervisor saber qué proyectos se realizarán en el transcurso de los próximos meses. Por lo general, se desarrollan justo después de una evaluación anual de desempeño o cuando los equipos emprenden proyectos de gran envergadura. Los planes de trabajo también pueden ser el resultado de sesiones de planificación estratégica que realiza la organización al principio de un nuevo año calendario o fiscal.

En el ámbito académico, los planes de trabajo pueden ayudar a los estudiantes a elaborar un itinerario para un proyecto grande, y a los maestros a planificar el material didáctico para el semestre.

Si se trata de un proyecto personal, los planes de trabajo te ayudarán a determinar lo que piensas hacer, la manera en que lo harás y la fecha en que planeas hacerlo. Si bien no son estrictamente necesarios, te ayudarán a llevar un registro de tus metas y tu progreso.

Escribe la introducción y los antecedentes. Si vas a crear un plan de trabajo profesional, probablemente debas escribir una introducción y los antecedentes. Esto le dará a tu supervisor o jefe la información necesaria para poner en contexto el plan de trabajo. En un ámbito académico, estos puntos suelen ser innecesarios.

- La introducción debe ser breve e interesante. Recuérdales a tus superiores la razón por la que vas a crear este plan de trabajo. Asimismo, presenta los proyectos específicos que desarrollarás durante este periodo.
- Los antecedentes deben dejar en claro las razones por las que crearás el plan de trabajo. Por ejemplo, describe los detalles o los datos estadísticos de informes recientes, identifica los problemas que es necesario resolver, o evalúa las recomendaciones o los comentarios que hayas recibido en proyectos de trabajo anteriores.

Establece tus metas y objetivos. Las metas y objetivos se relacionan en lo referente a que ambos señalan cosas que esperas alcanzar por medio del plan de trabajo. No obstante, también debes tener en cuenta las diferencias que tienen: las metas son generales y los objetivos, más específicos.

- Las metas deben enfocarse en el panorama general del proyecto. Menciona el máximo resultado que esperas obtener con el plan de trabajo y mantenlo en un ámbito amplio. Por ejemplo, establece como meta completar un informe de investigación o aprender más sobre la redacción.
- Los objetivos, por su parte, deben ser específicos y tangibles. En otras palabras, debes descartarlos de la lista a medida que los cumplas. Por ejemplo, entrevistar personas para tu informe de investigación sería un buen objetivo.
- En el caso de objetivos que varían considerablemente, muchos planes de trabajo los dividen en **corto, mediano y largo plazo**. Por ejemplo, la meta a corto plazo de la empresa para aumentar el público en un 30 % en tres meses podría



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN

GUIA DE APRENDIZAJE

variar considerablemente de la meta a largo plazo de reforzar la visibilidad de la marca en los medios sociales durante el próximo año.

- Por lo general, los objetivos se escriben utilizando la voz pasiva y emplean verbos de acción con significado específico (por ejemplo, “planear”, “escribir”, “incrementar” y “medir”) en lugar de unos con significado ambiguo (por ejemplo, “examinar”, “entender”, saber”, etc.).

Considera la posibilidad de ordenar tu trabajo siguiendo objetivos “SMART”. SMART (siglas en inglés para específico, medible, alcanzable, relevante y con tiempo limitado) es un acrónimo utilizado por personas que buscan resultados más tangibles y factibles en los planes de trabajo.

- **Específico.** *¿Qué se hará exactamente y para quién?* Explica el público en el que te enfocarás y todas las acciones específicas que emplearás para ayudarlo.
- **Medible.** *¿Se trata de un objetivo cuantificable y es posible medirlo? ¿Puedes contar los resultados? ¿Has estructurado el plan de trabajo de una manera tal que “la salud en Sudáfrica se incremente en el 2020” o que los casos de VIH/SIDA en bebés sudafricanos recién nacidos disminuya un 20 % en el dicho año?”.*
- Recuerda que es necesario indicar una cifra referencial que te permita cuantificar el cambio. Si no sabes la tasa de incidencia del VIH/SIDA en los recién nacidos de Sudáfrica, te será imposible señalar con seguridad que pudiste reducirla en un 20 %.
- **Alcanzable.** *¿Es posible cumplir el objetivo en el tiempo asignado y con los recursos disponibles?* El objetivo debe ser realista teniendo en cuenta las limitaciones. Aumentar las ventas en un 500 % es un objetivo razonable únicamente si tienes una empresa pequeña. No obstante, si tu empresa es la que domina el mercado, este objetivo es casi imposible. En algunos casos, quizás necesites consultar con un experto o una autoridad para determinar si los objetivos establecidos en el plan de trabajo son factibles.
- **Relevante.** *¿Este objetivo tendrá un efecto en la meta o estrategia deseadas?* Si bien quizás sea importante para la salud en general, ¿medir la talla y el peso de los estudiantes de secundaria produce *directamente* un cambio en los procedimientos de salud mental? Asegúrate de que tus objetivos y métodos establecidos guarden una relación clara e intuitiva.
- **Tiempo limitado.** *¿Cuándo se logrará este objetivo o cuándo se sabrá que todo está terminado?* Especifica un plazo límite invariable para el proyecto. Estipula (si es posible) qué resultados harían que el proyecto finalice de manera prematura, habiendo alcanzado todos los objetivos.

Menciona los recursos con los que cuentas. Incluye todo lo que necesitarás para alcanzar tus metas y objetivos. Los recursos variarán según la finalidad del plan de trabajo.

- En un ámbito laboral, los recursos pueden incluir elementos tales como un presupuesto financiero, personal, consultores, edificios o habitaciones, y libros. Si tu plan de trabajo es más formal, podrías incluir un presupuesto detallado en un apéndice.
- En el ámbito académico, los recursos pueden incluir el acceso a diversas bibliotecas, materiales de investigación (p.ej. libros, periódicos y diarios), acceso a computadoras e Internet, así como maestros y otras personas que puedan ayudarte en caso de que tengas dudas.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN

GUIA DE APRENDIZAJE

Identifica las limitaciones. Las limitaciones son obstáculos que pueden interponerse en el logro de tus metas y objetivos. Por ejemplo, si quieres elaborar un informe de investigación para la escuela, podrías descubrir que tu itinerario está demasiado ocupado como para investigar y escribir de manera apropiada. Por ende, una limitación sería tu horario demasiado apretado, de modo que necesitarías eliminar algunas cosas durante el semestre para así finalizar con eficacia el plan de trabajo (si tienes más de una clase difícil por semestre, necesitarás recurrir a la planificación).

Determina las partes responsables. La responsabilidad es un factor esencial en un buen plan de trabajo. ¿Quién será responsable de terminar cada tarea? Puede haber un equipo de personas trabajando en una tarea (ver el punto donde se mencionan los recursos), pero solo una será la encargada de hacer que se complete a tiempo.

Escribe tu estrategia. Revisa tu plan de trabajo y determina cómo emplearás los recursos a tu disposición y superarás las limitaciones con la finalidad de alcanzar tus metas y objetivos.

- Enumera las acciones específicas. Identifica las acciones diarias o semanales que deberás realizar para poder cumplir con tus objetivos. También enumera las acciones que los demás integrantes de tu equipo deberán realizar. Considera la posibilidad de utilizar un software de gestión de proyectos o un calendario personal para mantener esta información organizada.
- Elabora un horario. Si bien puedes crear un horario de trabajo tentativo, ten en cuenta que pueden surgir situaciones inesperadas y que necesitarás contar con un espacio disponible que te impida retrasarte.

B. Base de Consulta

TÍTULO	AUTOR	EDICIÓN	AÑO	IDIOMA	EDITORIAL
Gestión del Talento Humano,	CHIAVENAT O Idalberto	Edición, Tercera	2009	Español	Mc. Graw- Hill.
Relaciones Humanas, Comportamiento humano en el trabajo.	DUBRIN Andrew J	Novena	2007	Español	Pearson.

C. Base práctica con ilustraciones



ADMINISTRACION ESTRATEGICA DE RECURSOS HUMANOS



Fortalecer las habilidades administrativas generales de los empleados y hacer que se comprometan con su respectiva misión dentro de la firma son dos de las metas que persiguen los programas de capacitación.

Las compañías pueden obtener muchos beneficios, e incluso desarrollar una ventaja competitiva, cuando su administración de recursos humanos incluye un enfoque tan intenso en su personal.



VISIÓN, MISIÓN, OBJETIVOS Y ESTRATEGIA

- **Visión:** el poder de comunicación de un destino común. Percepción anticipada de la organización en un escenario futuro.
- **Misión:** conocer y explicitar objetivos y valores comunes. Contribuye a lograr y mantener la integridad y la orientación hacia el destino fijado.
- **Objetivos:** fines intermedios que permiten avanzar en la dirección deseada. Orientan la acción en el corto y mediano plazo y posibilitan el control de resultados.
- **Estrategia:** plan de acción establecido para el logro de los objetivos. Definición de los recursos necesarios (tecnológicos, humanos, institucionales, financieros, etc.)



JEFE VS. LÍDER

- ☹️ - INSPIRA MIEDO
- EGO - YO, YO Y YO
- 👉 - PRESUME DE ÉXITOS
- 😈 - UTILIZA A LA GENTE

- INSPIRA ENTUSIASMO ✓
- NOSOTROS ✓
- COMPARTE LOS ÉXITOS ✓
- FORMA A LA GENTE



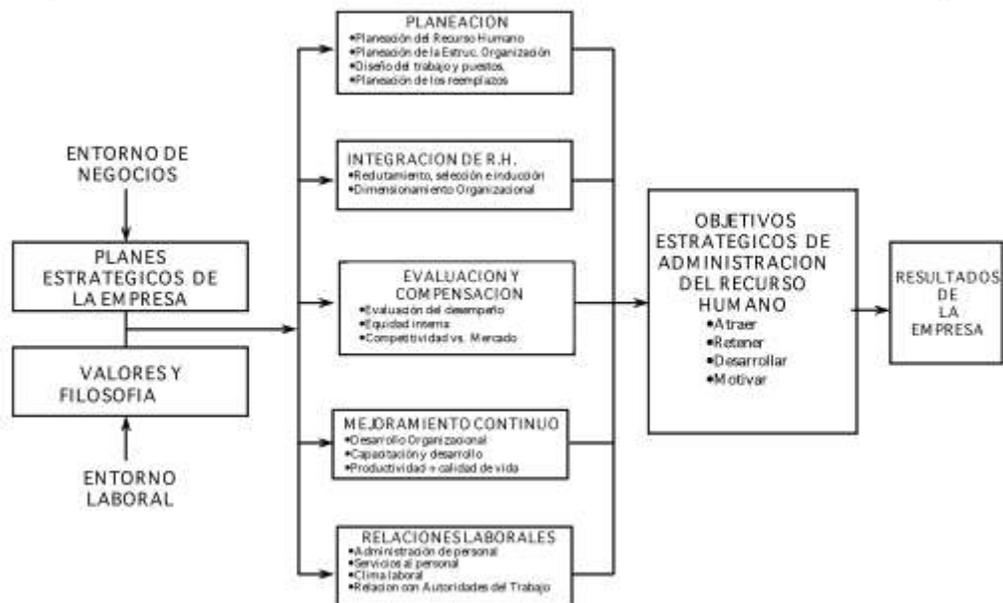


INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN

GUIA DE APRENDIZAJE



MODELO ESTRATEGICO





INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN
GUIA DE APRENDIZAJE

PRINCIPALES FUNCIONES POR ÁREA DE RECURSOS HUMANOS				
RELACIONES INDUSTRIALES	CAPACITACIÓN Y DESARROLLO	EMPLEOS	COMPENSACIONES	ADMINISTRACIÓN
Cuidado de la relación con los gremios.	Capacitación; Entrenamiento; Planes de carrera; Planes de sucesión, Estudios	Atracción; Selección; Incorporación e inducción de personas.	Revisiones de salarios; políticas de beneficios; Encuestas salariales para comparar con el mercado.	Aspectos administrativos en general; Liquidación de haberes; control de ausentismos, etc.

4. ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

ESTRATEGIA DE APRENDIZAJE 1: Análisis y Planeación
Descripción: Discusión sobre las lecturas, artículos y videos. Observación atenta y detallada de las éticas que emiten los niños y las personas que están en su contexto para lograr la respuesta de los demás.
Ambiente(s) requerido: Aula amplia con buena iluminación.
Material (es) requerido: Infocus.
Docente: Con conocimiento de la materia.

5. ACTIVIDADES

- Controles de lectura
- Exposiciones
- Presentación del Trabajo final



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN
GUIA DE APRENDIZAJE

Se presenta evidencia física y digital con el fin de evidenciar en el portafolio de cada aprendiz su resultado de aprendizaje. Este será evaluable y socializable.

6. EVIDENCIAS Y EVALUACIÓN

Tipo de Evidencia	Descripción (de la evidencia)
De conocimiento:	Ensayo expositivo grupal de lecturas Definición del tema de investigación
Desempeño:	Trabajo grupal presentación del trabajo sobre estimulación temprana
De Producto:	Trabajo de realizado
Criterios de Evaluación (Mínimo 5 Actividades por asignatura)	Conocer herramientas para selección de personal, Manejo y distribución de personal. Manejo de conflictos empresariales. Definir la habilidad, destreza, actitud de cada empleado. Saber distribuir las actividades de cada puesto de trabajo. Promover la Ética profesional en la empresa.

Elaborado por: (Docente)	Revisado Por: (Coordinador)	Reportado Por: (Vicerrector)



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "JAPÓN"



www.itsjapon.edu.ec

Calle Mariete de Veintimilla y
Cuarta Transversal
2 356 368