

UD 4

PRODUCCIÓN

Parte 1

EL CAPITAL HUMANO: PLAN DE R.R.H.H

OBJETIVOS

1. Entender la importancia del capital humano en la empresa.
2. Analizar los conceptos y elementos básicos para realizar un plan de recursos humanos
3. Conocer la estructura del departamento de recursos humanos
4. Valorar la relación entre motivación y productividad
5. Diferenciar las fases del proceso del proceso de selección
6. Elegir test psicotécnicos o cuestionarios

CONTENIDOS

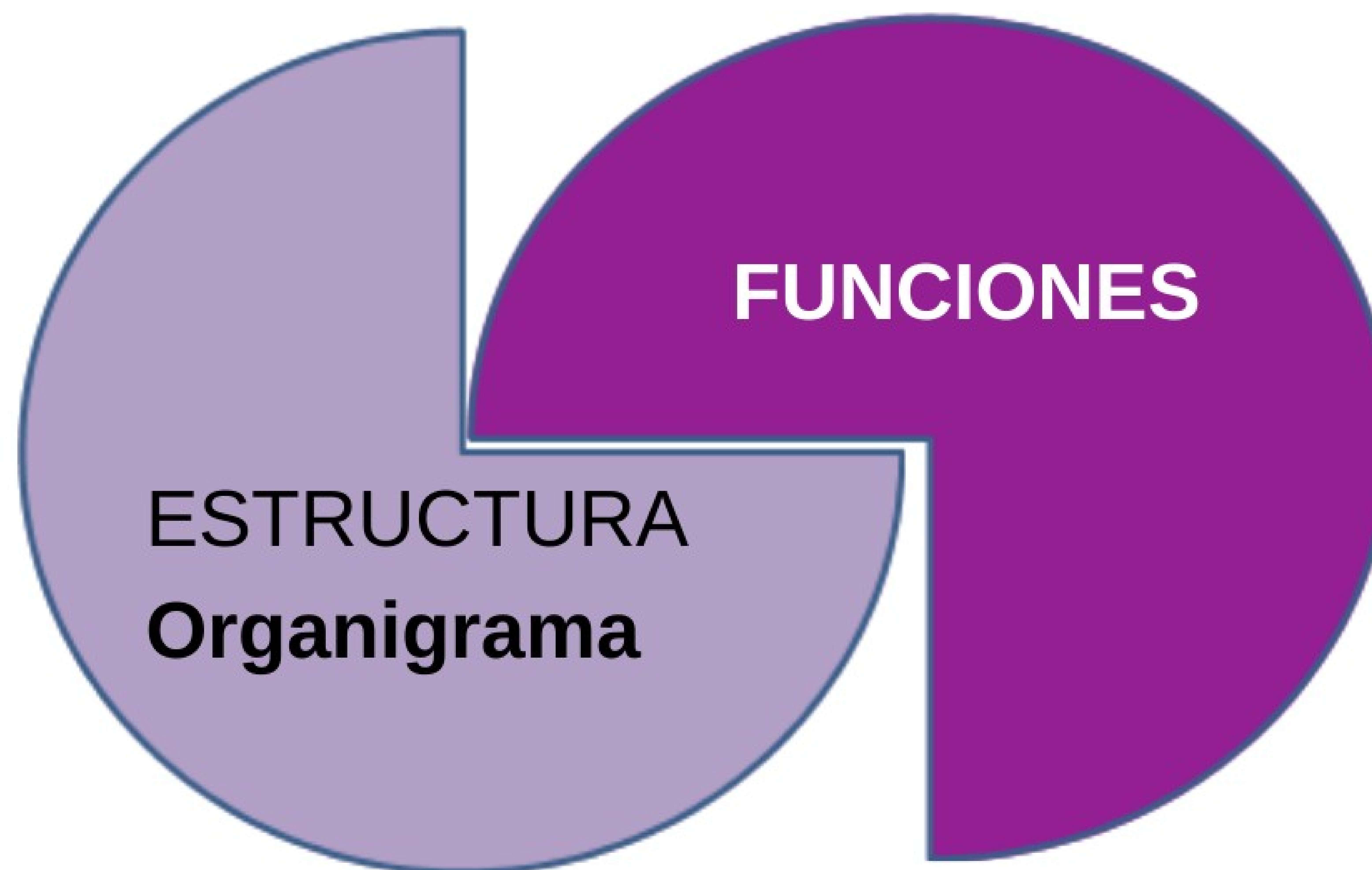
1. El departamento de RRHH: Concepto y funciones.
2. El proceso de selección de personal
3. Costes laborales
4. La motivación laboral
5. La comunicación en el departamento de RRHH



¿QUÉ NECESITO SABER PARA ELABORAR UN PLAN DE RECURSOS HUMANOS?



1. EL DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS



Departamento de FOL

1. EL DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS

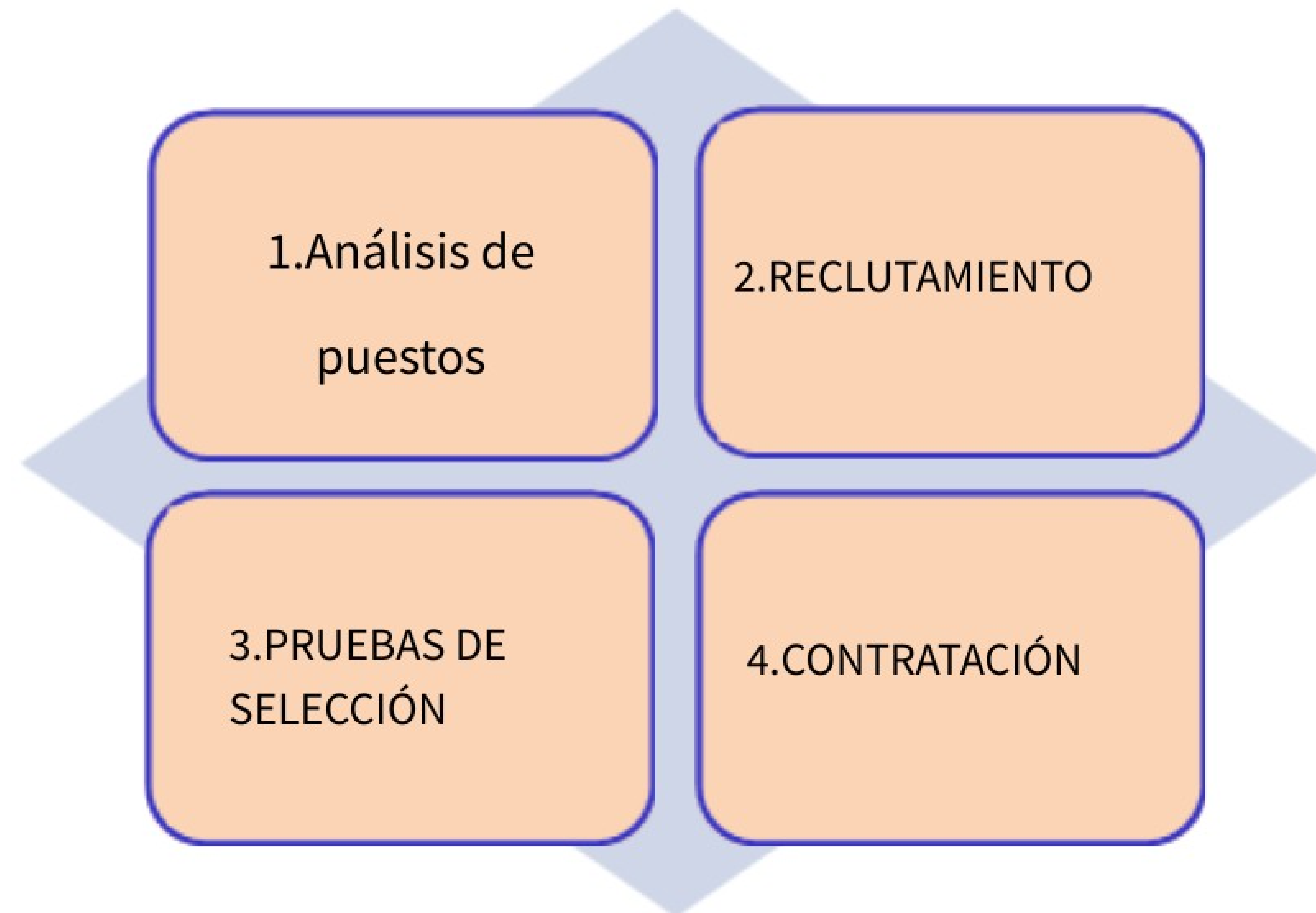


FUNCIONES:

1. Laborales (Elaborar profesionograma)
2. Administrativas(contratos, nóminas, ss, control del personal, altas,bajas, sistemas de retribución etc)
3. Interpersonales(Motivar , resolución conflictos)
4. Preventivas(estructurar el departamento de prevención)
5. Sociales y recreativas (Planes de pensiones)



2. EL PROCESO DE SELECCIÓN DEL PERSONAL:FASES



2. EL PROCESO DE SELECCIÓN DEL PERSONAL: FASES



1:ANÁLISIS DE PUESTOS

- ESTABLECEMOS LAS TAREAS Y RESPONSABILIDADES DE UN PUESTO DE TRABAJO
- DETERMINAMOS EL TIPO DE PERSONA SEGÚN SU CAPACIDAD Y EXPERIENCIA

2. EL PROCESO DE SELECCIÓN DEL PERSONAL: FASES

2ª RECLUTAMIENTO:

Proceso para conseguir candidatos que se ajusten a los requisitos del puesto .

- **Tipos:** Interno (Promoción) y Externo
- **Sistemas:** Anuncios en medios (Infojobs, Servef, prensa especializada, ETT, Agencias de colocación)
- **Bancos de datos** (colegios profesionales.) LinkedIn

2. EL PROCESO DE SELECCIÓN DEL PERSONAL: FASES

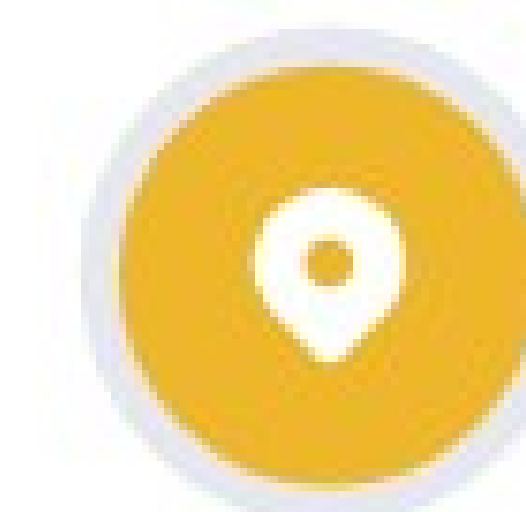
3ª PRUEBAS DE SELECCIÓN:

- Preselección.
- Realización de pruebas.
 - Test psicotécnicos y de personalidad.
 - Entrevistas.
- Elaboración de informes.



PARA HACER TEST

<https://www.psicotecnico.org>



4ª CONTRATACIÓN:

- 

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL
SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL
SEPE



 MINISTERIO DE TRABAJO Y ASUNTOS SOCIALES	
CONTRATO DE TRABAJO DE DURACIÓN DETERMINADA	
<input type="checkbox"/> TIEMPO COMPLETO	
<input type="checkbox"/> Oblea o servido Determinado <input type="checkbox"/> Eventual por circunstancias de la <input type="checkbox"/> actividad	
<input type="checkbox"/> TIEMPO PARCIAL	
<input type="checkbox"/> Oblea o servido Determinado <input type="checkbox"/> Eventual por circunstancias de la <input type="checkbox"/> actividad <input type="checkbox"/> Situación de jubilación parcial	
DATOS DE LA EMPRESA	
C/PAFME <input type="text" value="A000000000"/>	
D/ENIA <input type="text" value="ALMUDENA SALGADO ROMERO"/>	
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA <input type="text" value="CONSTRUCCIONES Y PROMOCIONES HURILLO"/>	
PAFIS <input type="text" value="ESPAÑA"/>	
MUNICIPIO <input type="text" value="ALAYA"/>	
DATOS DE LA CUENTA DE CONTABILIZACIÓN	
REGIMEN	

3. LOS COSTES LABORALES

¿Qué cuesta contratar a un trabajador?

Regla del 66% más

Es una regla no escrita que extrapola muy bien todos los costes, indica que el coste mensual de un trabajador es un 66% más de su coste mensual. Esta regla sirve para realizar un cálculo de costes más rápido.



SALARIO BRUTO +
PAGAS EXTRAS

SEGURIDAD
SOCIAL

OTROS: Ej: Planes de pensiones, formación, salud y seguridad en el trabajo, costes de inmovilizado (vehículo de empresa, uniforme, móvil, ordenador..)



Más info sobre costes laborales

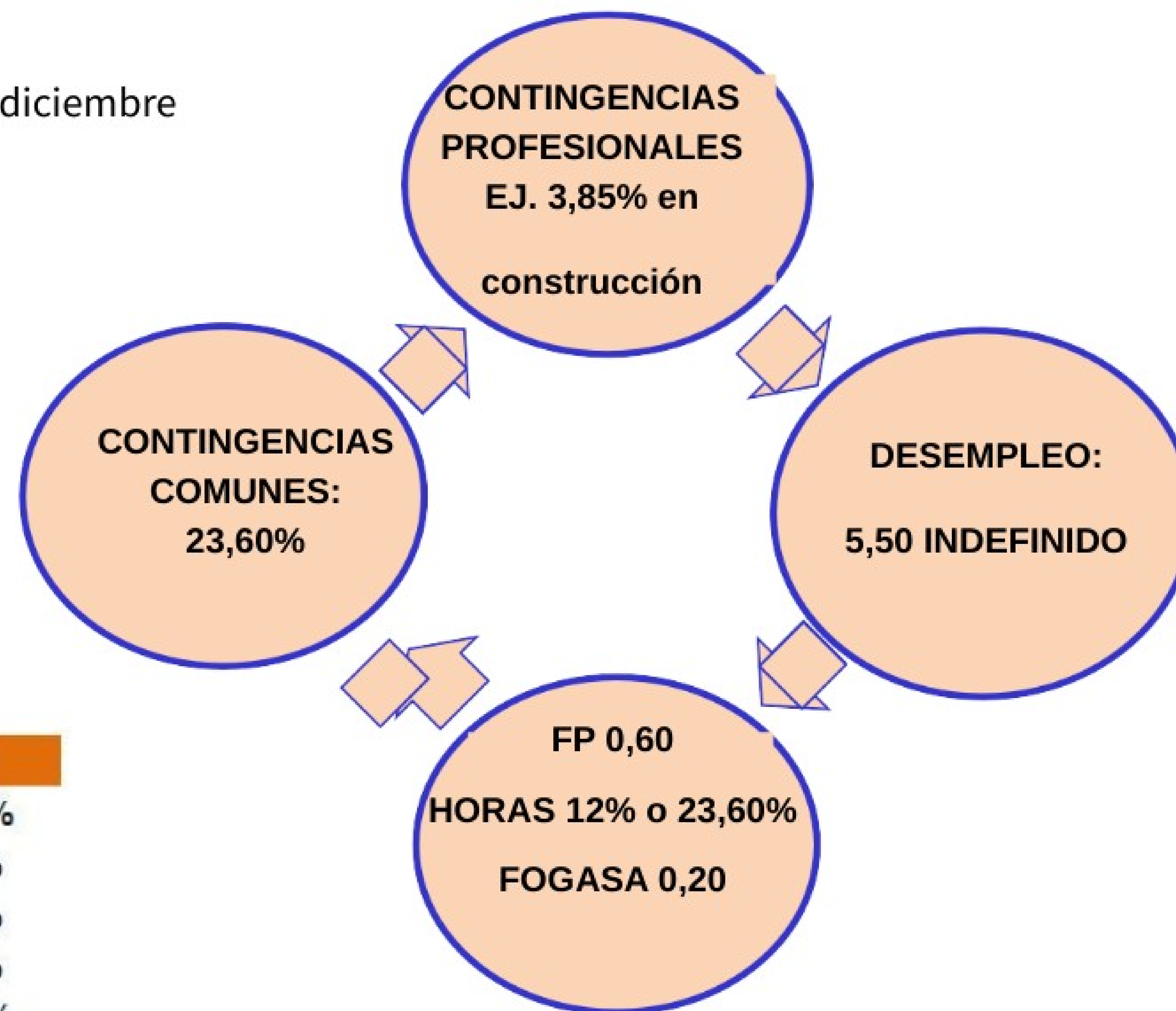


Departamento de FOL

3. LOS COSTES LABORALES

EPÍGRAFES AT:

disposición adicional cuarta de la Ley 42/2006, de 28 de diciembre



Concepto	Empresa	Trabajador	Total
Contingencias Comunes	23,60%	4,70%	28,30%
Desempleo	5,50%	1,55%	7,05%
FOGASA	0,20%	0,00%	0,20%
Formación Profesional	0,60%	0,10%	0,70%
TOTAL	29,90%	6,35%	36,25%

4. LA MOTIVACIÓN LABORAL

LO QUE IMPULSA A LOS TRABAJADORES A ACTUAR DE UNA MANERA

MOTIVACIÓN:

- POSITIVA
- NEGATIVA

4 LA MOTIVACIÓN LABORAL: TEORÍAS

MASLOW



- **JERARQUIA DE NECESIDADES**

HERZBERG



- **DOS FACTORES: HIGIENICOS (EXTRÍNSECOS) Y MOTIVADORES (INTRÍNSECOS)**

ADAMS



- **EQUIDAD**

4. LA MOTIVACIÓN LABORAL: TÉCNICAS

MEJORAS

CONDICIONES LABORALES

ENRIQUECIMIENTO

DEL TRABAJO

ADECUACIÓN DE

PERSONA Y PUESTO

PARTICIPACIÓN

DELEGACIÓN

4. LA MOTIVACIÓN LABORAL: TÉCNICAS

RECONOCIMIENTO

DEL TRABAJO

FORMACIÓN

PROFESIONAL

DESARROLLO

PROFESIONAL

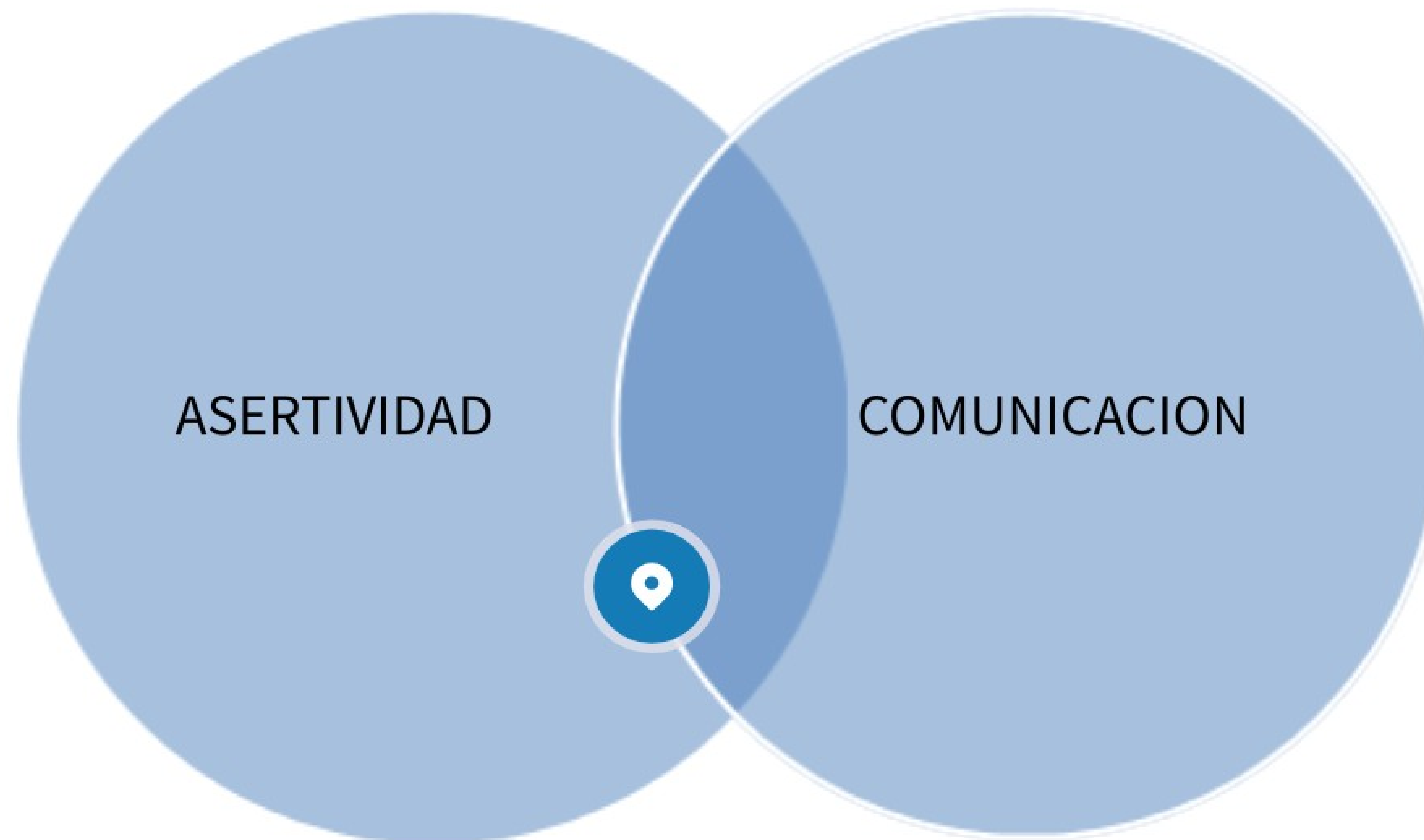
ESTABLECIMIENTO

OBJETIVOS

5. LA COMUNICACIÓN EN RRHH: TIPOS



5. LA COMUNICACIÓN EN RRHH





A) OBJETO

Dotar a la empresa de un adecuado sistema de comunicación que le permita difundir sus valores, principios y objetivos. Contribuyendo a aumentar la motivación, cohesión y desarrollo personal en aras de una gestión más eficiente.

B) DESTINATARIOS

Todos los departamentos y empleados de la empresa.

C) DESARROLLO

Los tipos de comunicación empleados serán:

- Comunicación Descendente.
- Comunicación Ascendente.
- Comunicación Horizontal.
- Comunicación Formal.
- Comunicación Informal.
- Comunicación verbal (oral y escrita) y no verbal (señalización de seguridad, etc.)

Soportes de comunicación interna:

- Tablones de Anuncios: Colocados en lugares visibles de tránsito seguro del personal, donde se insertarán los Avisos, Normativa, etc.
- Manual de Bienvenida: Con "Bienvenida" del Director General, normas de la empresa, organigrama, integrantes, etc.
- Folletos sobre temas particulares, como por ejemplo: Protocolo de actuación en caso de emergencia.
- Publicaciones Institucionales: Revista interna.
- Reuniones: Son espacios de comunicación oral para la toma de decisiones, coordinación de tareas, etc. Precisan de espacios adecuados y deben convocarse con el tiempo y la difusión necesaria.

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA DE UNA EMPRESA



- Línea telefónica.
- Buzón de sugerencias, quejas o ideas.
- Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) permiten nuevas posibilidades de comunicación, como por ejemplo a través del correo electrónico, foros de Internet, página Web de la empresa, blog interno de la empresa, video-conferencias, etc.
- Encuestas a los trabajadores para conocer su opinión en relación a temas puntuales.

D) METODOLOGÍA

Diseño del Plan de Comunicación:

- Definición de los objetivos de la comunicación. Por ejemplo, asegurar que la totalidad de los miembros de la empresa estén informados del "plan de mejora continua".
- Destinatarios: ejemplo, todos los empleados de la empresa.
- Propuesta de los medios más eficaces: ejemplo, e-mail
- Canales de comunicación (redes): En cadena, los problemas o necesidades que se presenten deben comunicarse al superior inmediato, para que éste hable a su vez con el jefe del departamento correspondiente.
- Designación de los gestores de cada canal: Jefes de departamento.
- Fijar el presupuesto necesario.

Acciones concretas:

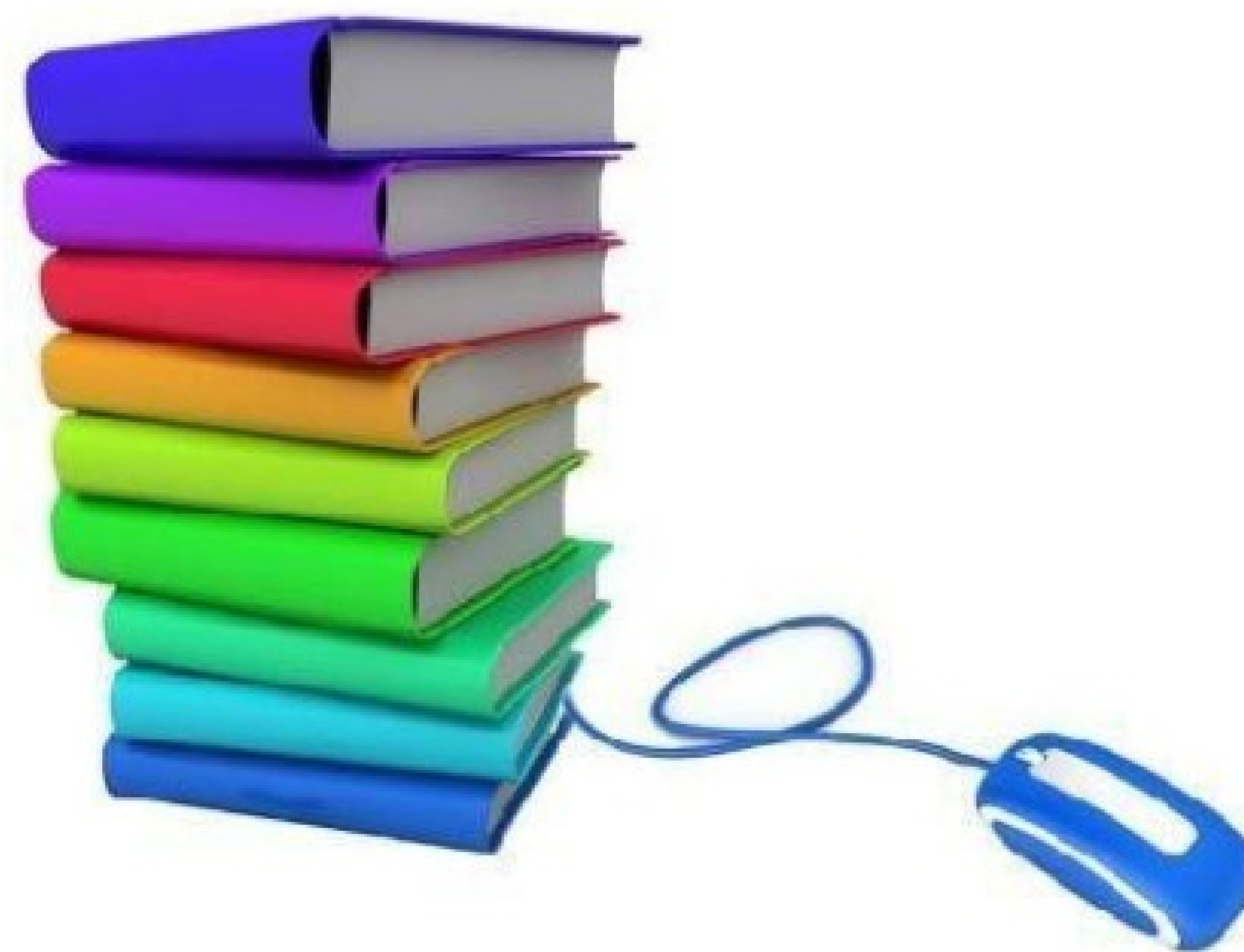
- Confeccionar el organigrama de la empresa.
- Crear una lista de distribución de correo electrónico.
- Crear un usuario genérico.
- Crear y mantener actualizada una página Web de la empresa.
- Fijar reuniones de departamento (una por semana) para coordinar y resolver problemas, etc.

BIBLIOGRAFÍA

Salinas Sánchez José Manuel, Manzano Muñoz Francisco Jesús. Alonso Sánchez, Araceli, Gándara Martínez Francisco Javier. Empresa e Iniciativa Emprendedora, Mac Graw Hill 2018

WEBGRAFIA

<http://www.ipyme.org/es-ES/CreaEmpresa/Paginas/Crea-tu-empresa.aspx> <https://www.eleconomista.es>
<https://www.emprendedores.es>



FIN
EIN

