



**CENTRO EDUCACIONAL  
FERNANDO DE ARAGÓN  
ENSEÑANZA MEDIA**

**GUÍA PARA EL APRENDIZAJE**

**Desde: 06/07/2020 Hasta: 17/07/2020**

**NOMBRE DE ALUMNO/A:**

**CURSO:** 4° Medio

**ASIGNATURA:** Dotación de personal

**NIVEL:** Cuartos medios

**UNIDAD II:** Investigación interna de las necesidades

**CONTENIDO:** Detectar las necesidades

**OBJETIVO DE APRENDIZAJE:** ¿Cómo detectar las necesidades de empresa enfocado en reclutamiento?

**OA 1** - Ejecutar tareas sistemáticas de descripción de cargos, de reclutamiento y de selección de personal, de acuerdo a las necesidades de una empresa, a los procedimientos establecidos y a la normativa vigente.

**Unidad II** - Investigación interna de las necesidades

**CASO INTRODUCTORIO “El desafío de Paramount”**

Atraer talentos. Esto llegó a ser el mayor desafío para Marina Schwarzkopf en la dirección del programa de reestructuración y expansión de la industria Paramount. La nueva estrategia empresarial se enfocaba en la consolidación y cobertura de nuevos mercados en todo el país

Para hacer posible este crecimiento de la empresa era necesario buscar nuevos talentos en el mercado. La cultura de Paramount es abierta y participativa y sus ejecutivos son comunicativos. Pero Marina no quiere sólo un mayor número de empleados. Quiere atraer personas especiales. Paramount necesita talentos y competencias. ¿Cómo atraerlos?

Para esto es necesario ordenar la casa para hacerla más agradable, placentera y amigable. No únicamente los muebles, instalaciones y colores, sino también el clima interno. Se necesita calor humano y mucha solidaridad. ¿Cómo lograrlo?

Las personas y las organizaciones conviven en un interminable proceso dialéctico; se entrelazan en un continuo e interactivo proceso de atracción. De la misma manera en que los individuos atraen y seleccionan a las organizaciones, informándose y formándose opiniones acerca de ellas, las organizaciones tratan de atraer individuos y obtener información acerca de ellos para decidir si les interesa aceptarlos o no.

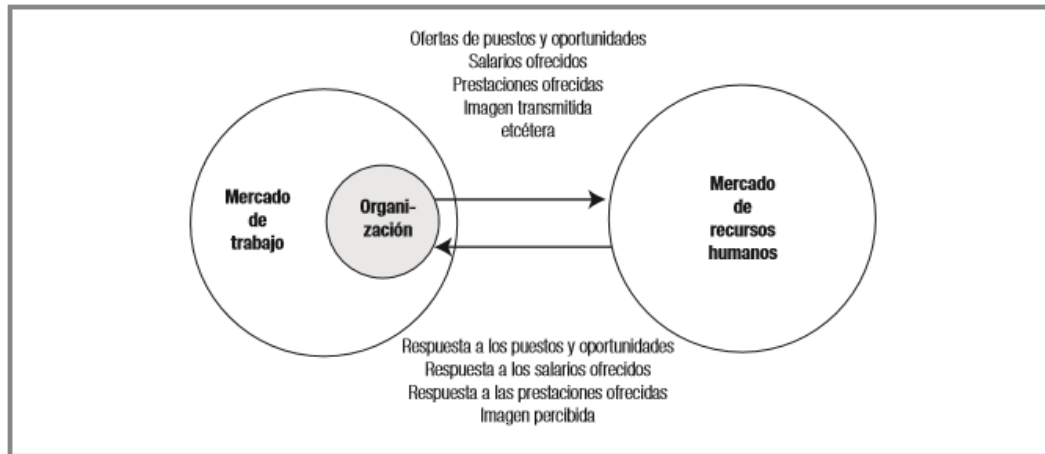
El reclutamiento se hace a partir de las necesidades de recursos humanos presentes y futuras de la organización. Consiste en la investigación e intervención sobre:

1. Qué necesita la organización en términos de personas.
2. Qué puede ofrecer el mercado de RH.
3. Qué técnicas de reclutamiento se deben emplear.

- A las que corresponden las siguientes tres etapas del proceso de reclutamiento:

1. Investigación interna de las necesidades.
2. Investigación externa del mercado.
3. Definición de las técnicas de reclutamiento a utilizar.

La planeación del reclutamiento tiene, pues, la finalidad de estructurar el sistema de trabajo a ser realizado.



### Investigación de las necesidades internas

Es una identificación de las necesidades de la organización respecto a recursos humanos a corto, mediano y largo plazo. Hay que determinar lo que la organización necesita de inmediato y cuáles son sus futuros planes de crecimiento y desarrollo, lo que ciertamente implica nuevos aportes de recursos humanos.

El departamento de personal no siempre toma parte en este proceso y recibe los resultados como algo listo y terminado en forma de requisiciones de empleados. Para alcanzar todo su potencial, la organización necesita disponer de las personas adecuadas para el trabajo a realizar. En términos prácticos, esto significa que todos los gerentes deben de estar seguros de que los puestos que están bajo su responsabilidad.

- Modelo basado en la demanda estimada del producto o servicio Las necesidades de personal son una variable dependiente de la demanda estimada del producto (si se trata de una industria) o del servicio (si se trata de una organización no industrial).
- Modelo basado en segmentos de puestos Este modelo también se enfoca en el nivel operativo de la organización. Es una técnica de planeación de personal utilizada por las empresas grandes. La planeación de personal de Standard Oil, por ejemplo, consiste en:

a) Elegir un factor estratégico (nivel de ventas, volumen de producción, plan de expansión) para cada área de la empresa. Se trata de elegir un factor organizacional cuyas variaciones afecten las necesidades de personal.

b) Establecer niveles históricos (pasado y futuro) de cada factor estratégico.

c) Determinar los niveles históricos de mano de obra en cada área funcional.

d) Proyectar los niveles futuros de mano de obra de cada área funcional y correlacionarlos con la proyección de los niveles (históricos y futuros) del factor estratégico correspondientes.

- Modelo de gráfica reemplazo Muchas organizaciones utilizan gráfica de reemplazo u organigramas de carrera. Son una representación gráfica de quién sustituye a quién, si se presenta la eventualidad de una vacante futura dentro de la organización.
- Modelo basado en el flujo de personal Es un modelo que describe el flujo de personas hacia el interior, dentro y hacia fuera de la organización. La verificación histórica y el seguimiento de ese flujo de entradas, salidas, promociones y transferencias internas permiten una predicción a corto plazo de las necesidades de personal de la organización.
- Modelo de planeación integrada Es el modelo más amplio e incluyente. Desde el punto de vista de los insumos, la planeación de personal toma en cuenta cuatro factores o variables que son:



- a) Volumen planeado de producción.
- b) Cambios tecnológicos que modifiquen la productividad del personal.
- c) Condiciones de oferta y de demanda en el mercado y comportamiento de los clientes.
- d) Planeación de carrera dentro de la organización.

Desde el punto de vista del flujo interno, la planeación de personal considera la cambiante composición de la fuerza de trabajo de la organización y da seguimiento a las entradas y salidas de personas, así como su movimiento en la organización. El modelo integrado es un modelo sistemático e incluyente de planeación de personal.

#### DE VUELTA AL CASO INTRODUCTORIO

##### EL DESAFÍO DE PARAMOUNT

Marina solicitó a todos los gerentes de Paramount un análisis de las necesidades de personal en los próximos 12 meses. Les pidió que las separaran en dos clases: personas para reemplazo y personas para

expansión. Les solicitó también las características y competencias deseables. ¿Cómo podría ayudarle usted a Marina en esta tarea?

Investigación externa del mercado Es una investigación del mercado de RH con objeto de segmentarlo y diferenciarlo para facilitar su análisis y posteriormente abordarlo. Así, en la investigación externa sobresalen dos aspectos importantes: la segmentación del mercado de RH y la identificación de las fuentes de reclutamiento.

Por segmentación del mercado se entiende la división del mercado en diferentes segmentos o clases de candidatos con características definidas, para después analizarlos y abordarlos de manera específica. La segmentación se hace de acuerdo con los intereses particulares de la organización. Cada segmento del mercado tiene características propias, atiende a distintas demandas, tiene diferentes expectativas y aspiraciones, utiliza distintos medios de comunicación y, por lo tanto, se le puede abordar de manera diferente. Si la técnica de reclutamiento a ser utilizada fueran anuncios en los periódicos, ciertamente el periódico elegido para reclutar ejecutivos sería diferente del periódico elegido para reclutar obreros.

#### Síntesis:

**¿Cómo abordar el mercado de RH?** El lector podría preguntar si el reclutamiento debe enfocarse a todo el mercado de RH. El reclutamiento no siempre involucra al mercado de RH en su totalidad. Eso no siempre funciona, cuesta caro e inevitablemente da en blancos imprevistos, cuando no logra dar en los blancos pretendidos.

**¿dónde están los candidatos que se pretende atraer?** Por eso es importante la identificación y localización de las fuentes de reclutamiento que serán los manantiales de aquellos candidatos capaces de atender los requerimientos y exigencias de la organización.

#### Actividad

Referente a la materia anterior, responder las siguientes preguntas:

- 1.- ¿Qué estrategia empresarial utilizó Paramount, para llevar a cabo la solución al desafío manifestado?
- 2.- ¿Por qué motivo las organizaciones buscan obtener información referente a los postulantes?
- 3.- ¿De qué forma las organizaciones alcanzan todo su potencial empresarial en base a objetivos?
- 4.- ¿Cuáles es la diferencia entre el modelo segmentado y el modelo de flujo de personal?
- 5.- ¿Qué nos aporta el modelo basado en segmentos?
- 6.- ¿Por qué es importante realizar un resumen en análisis de necesidades anual?
- 7.- ¿Qué nos aporta la investigación externa del mercado? Si lo enfocamos en recursos humanos

**Dudas y consultas profesor Daniel Sepúlveda – Mónica Carrasco**

**Email: [profedanielsepulvedap@gmail.com](mailto:profedanielsepulvedap@gmail.com) – [carrasco.monica.ruth@gmail.com](mailto:carrasco.monica.ruth@gmail.com)**

**Fecha de entrega: 17 de Julio 2020**