



PROPUESTA DE APLICACIÓN PARA UN MEJOR ENTENDIMIENTO DEL DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS ANTE LA GLOBALIZACIÓN MEDIANTE UN MODELO DE GESTIÓN, CASO: MÉXICO

***Antonio Castelán Valdivia**

Profesor asociado "A"

acastelan@iteshu.edu.mx

Instituto Tecnológico Superior de Huichapan

***Gustavo Catarino Alcibar Hernández**

Profesor asignatura

galcibar@iteshu.edu.mx

Instituto Tecnológico Superior de Huichapan

*Profesores Adscritos a la Academia de Ingeniería en Administración

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Antonio Castelán Valdivia y Gustavo Catarino Alcibar Hernández (2017): "Propuesta de aplicación para un mejor entendimiento del departamento de recursos humanos ante la globalización mediante un modelo de gestión, caso: México", (junio 2017). En línea:

<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2017/globalizacion-mexico.html>

Resumen:

La siguiente propuesta trata de comprender algunos puntos usados por el reclutador en México para poder encontrar donde detallar y ahondar en la información para una mejor toma de decisiones; como sabemos en cada país la manera de reclutar es muy diferente sin embargo las corporaciones transnacionales están tratando de homogeneizar sus procesos de reclutamiento no importando la cultura y la historia del país.

Los procesos de globalización están obligando a que se evalúen aptitudes nunca antes vistas y que a la vista quizás puedan ser sencillas pero para las nuevas generaciones y futuros empleados les resulta básicas en su formación.

Abstract:

The following proposal tries to understand some points used by the recruiter in Mexico to find where detail and delve into information for better decision-making; in each country as we know how to recruit is very different however transnational corporations are trying to standardize recruitment processes regardless of culture and history.

The processes of globalization are forcing never seen before skills are evaluated and that in view perhaps may be simple but for future generations and future employees find it in basic training.

Palabras clave:

Globalización, mundialización, reclutamiento, empleado, empleador

Keywords:

Globalization, globalization, recruitment, employee, employer

Introducción:

Hoy en día las organizaciones no pueden dejar a un lado el factor humano y la tecnología en el orden de importancia ante los procesos vertiginosos que está desarrollando la globalización con tendencias nunca antes imaginables para las generaciones pasadas, Dicha vorágine de tecnologías podemos rescatar algunas aplicadas dentro del sector laboral y su principal departamento fuente como es el área de Recursos Humanos, vista desde la óptica en una empresa de presencia mundial, sin embargo en las empresas consideradas micros y pequeñas, la tecnología debe de contar con una partida presupuestal que te lleve a una planeación y pertenencia del mercado y no solamente sobrevivir por sobrevivir, ya que la competencia es más intensa cada día en todos los niveles.

Cualquier cambio que sea usado la tecnología deberá de ser visto como un reto en el interior de la corporación e impactará dentro de las tomas de decisiones en la alta dirección, allí es donde se verá relegado un plan de negocios exitoso o una estrategia ineficiente ya que las empresas presentan números y dan información

Cuando se habla de una realización de tomas de decisiones dentro de un organigrama se puede considerar que dentro de los manuales de operación se hagan de una manera metodológica y se sigan al pie de la letra para poder realizar e identificar los flujos que puedan llegar a tener un cuello de botella en la información y por ende la retrase ya sea de tipo directa o indirectamente. En el caso de la primera opción se deberá de revisar el porqué no fluye y tomar decisiones de tipo "correctivas"; mientras que en la segunda se usará la información recabada para realizar una matriz de riesgos y generar posibles planes contingentes.

Todo esta vorágine de información y tecnologías se empezaron a gestar en el mundo a inicios de la década de los 80's mientras que en México se tuvo conocimiento hasta mediados en el cual evidenciaba de una manera clara la política de duplicada de actividades, que hasta la fecha en algunas empresas gubernamentales subsisten, en la iniciativa privada es muy raro ver ese tipo de tareas.

Todo esto comenzó por las tendencias de calidad y todas sus derivaciones: calidad total, calidad en el servicio, entre otras y llegando al día de hoy a las tendencias de sustentabilidad y sostenibilidad dentro de las empresas siempre teniendo junto las herramientas tecnológicas.

En el momento que se toca el tema de la tecnología de la empresa por lo regular nos basamos al Balanced Score card o a algún cuadro de mando para eficientar los recursos, sin embargo hoy en día el especialista debe de ir más allá de la justificación tecnológica y deberá buscar una justificación social para conservar una buena práctica sana de las actividades diarias.

Dentro del gobierno corporativo es bien sabido que la palabra tecnología implica inversión, aunque muchas veces la inversión en las pequeñas y micro empresas no las tiene pero se debe de crear una estrategia de trabajo en la cual sea eficiente y apegada a una rentabilidad.

En lo que corresponde a las grandes empresas se cuenta con un departamento de sistemas que tiene enfocado un área específica y está dentro de los parámetros de calidad institucionales que exigen las distintas normativas y de calidad institucional.

Cualquier modelo de gestión deberá ser adecuado para el ámbito de competencia y podrá contener entre otras directrices

Cultura organizacional: labro fundamental para el área de reclutamiento para que se permee la información de buena manera y sobre todo la manera en que esta puede ayudar al ahorro de costos en los recursos tecnológicos y explotando la creatividad dentro de los valores éticos. Algunos indicadores que pueden tomarse para ver si la cultura se esta permeando bien de manera exógena y endógena son las ventas del bien o servicio

Comunicación organizacional: es el eje dentro de la empresa y una directriz para poder generar un valor dentro de la corporación es una sana comunicación, algunas empresas creen que esto no genera una mayor productividad, tan diferente es el contexto como la manera de dirigirse, este indicador lo podemos ver reflejado en una mínima rotación de personal porque muchas veces se cae dentro del teléfono descompuesto y esto orilla a que muchos trabajadores vean "fantasmas donde no existen"

Imagen organizacional: los grandes estudiosos en la mercadotecnia comentan que la imagen es la primera entrada a la empresa esto es cierto en empresas que no se han actualizado a los tiempos tecnológicos, sin embargo los tiempos y la evolución orillan a que no solo se vea a la empresa con un producto sino que se vigile desde distintos frentes como las redes sociales, medios tradicionales, personas en recomendación o de viva voz, y lo más importante, dentro de estas directrices se encuentran las dos áreas que son eje de las compañías: las áreas de compras y

ventas con sus distintas subdivisiones y subáreas; cada una tiene una mejor manera de ver e negocio que la otra dependiendo de la óptica y sobre todo de la calidad del servicio.

Empatía: Cuando se tiene comunicación aceptable en las empresas todos los miembros sabrán hacia donde jalar el barco y sobre todo a las metas que año con años se deben de cumplir en todos los rubros y que no solo son de índole económica, sino que se tiene que hacer un seguimiento a lo social y a lo sostenible.

Entorno organizacional: las grandes tendencias tecnológicas no solo ven lo que se produce en los medios tradicionales sino que sus baterías las andan cambiando hacia las redes sociales, ya hoy en día, es muy difícil que una empresa no pueda tener una página en la red, el usar esta herramienta les considera un valor al mercado y sobre todo un mejor conocimiento de cómo es vista la empresa desde las redes sociales y que se verá en la rentabilidad social y la buena imagen corporativa.

Tecnología: con el simple hecho de poseer una computadora de escritorio y acceso a internet la empresa puede estar en todo el mundo el destinar un presupuesto al rubro de tecnología es algo que en todas las empresas deben de hacer, independiente del tamaño, como por ejemplo dentro de este año la contabilidad debe de ser llevada de manera electrónica y que permitirá a la autoridad obtener la información.

Comunicación grupal: sin duda uno de los grandes éxitos en las empresas mundiales es ver como un gran equipo de trabajo y una gran familia, estrategias hay muchas desde el crear una vez al mes desayunos para los empleados hasta poder ir a visitar a los empleados a sus domicilios, todos deben de estar permeados de la cultura corporativa y que lleven el mensaje más allá de la empresa para un mejor entendimiento familiar, entre estos no solamente deben de ser los intereses de tipo familiar sino que también son de índole personal.

Presupuesto: dentro de este rubro la empresa deberá estar asignando una partida contable para el estudio y el análisis del recurso humano así como las posibles tendencias de trabajo que ahorre costos dinero y esfuerzos para la corporación; algunas tendencias que las transnacionales están llevando con sus empleados es la tendencia de “homeworking” en el cual el empleado solo va un par de días a la oficina y el resto del tiempo trabaja desde su domicilio, si lo observamos desde el punto de vista económico le permite al patrón mejorar los tiempos y ahorrar dinero en gastos directos e indirectos.

Trabajo social: sin duda el empleado actual debe de hacer un paréntesis en la vida laboral para dedicarle por lo menos un día al ayuda social, algunas entidades se encargan por medio de las fundaciones que tienen otras tantas hacen sinergias con organizaciones sin fines de lucro para apoyar diversas causas, algunas son propuestas ecológicas pasando por las sociales y benéficas y desembocando en un mejor entendimiento del entorno como consumidores finales, algunos modelos prospectivos se encargan de analizar y cuantificar el impacto de estas acciones tanto en el valor de la marca como en volumen de ventas.

¿Cómo implementar alguna propuesta en micro, pequeñas y medianas empresas en México?

Sin duda la propuesta del modelo arriba descrito aplica en gran parte a las empresas grandes y transnacionales, aquí es donde podemos hacer una reflexión para poder entender a las pequeñas, medianas y micro empresas todas estas establecidos de una manera formal en la sociedad mexicana, aparentemente es muy difícil entender el concepto de recursos humanos ya que como se tiene considerado muchas empresas buscan solo prevalecer en la línea de tiempo y no quieren crecer por distintas cuestiones como son: mayor carga tributaria, entrada de sindicatos, aumento a la prima de riesgo, por mencionar algunas.

Debido al poco ingreso que generan estas empresas en definitiva no le invierten al factor humano ya que las empresas.

Conclusiones

La propuesta presentada en el apartado de gestión para un mejoramiento en las relaciones humanas se debe centralizar de manera personalizada debido a los cambios sociales y económicos que la sociedad en su consumo exigen y por ende cada día existen nuevas tendencias y metodologías que ayudan a complementar los tiempos y a ser más eficientes los movimientos dentro de los empleados y generar un nuevo paradigma organizacional en aras de la productividad que tanto se anhela en las empresas mexicanas.

Las variables comentados renglones arriba se señalan de manera enunciativa más no limitativa, para una mejora continua en el interior del clima laboral con una clara muestra de comunicación organizacional, el usuario que elabore la matriz de riesgos deberá sopesar si realmente es importante para su empresa y los valores exógenos y endógenos que estos conlleven.

En un estudio de publicado por el INEGI en el año 2008 nos hace referencia a que los factores dominantes en México sean pequeñas micros y medianas empresas y que como tal no se cuenta con alguna aportación para poder crear algún plan para que el empleado pueda enfrentar en conjunto el reto de crecer.

Bibliografía

Harvard Business Press. Crear un plan de negocios. Editorial Impact media. Chile 2009, Primera edición. ISBN 978-956-8827-11-3

Entendiendo el plan de negocios, Sergio Viniegra. ISBN 978-1-4303-0684-9, 2007

Félix Velasco Álvaro, aprender a elaborar un plan de negocios. Editorial Pidós Ibérica. España 2007, Primera edición. ISBN 978-84-493-1971-6

http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/M_PYMES.pdf