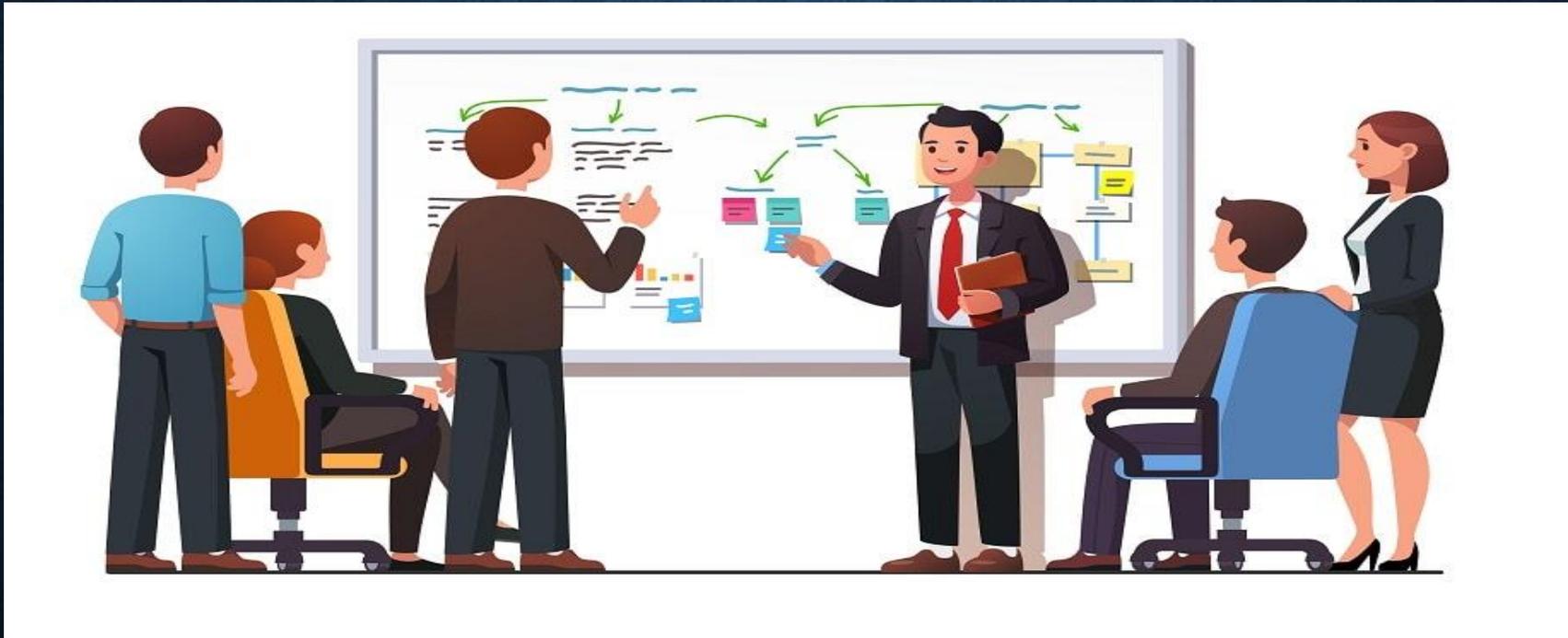


ADMINISTRACIÓN 1

LA DIRECCION



Licenciado Mauro Alfredo Rodriguez

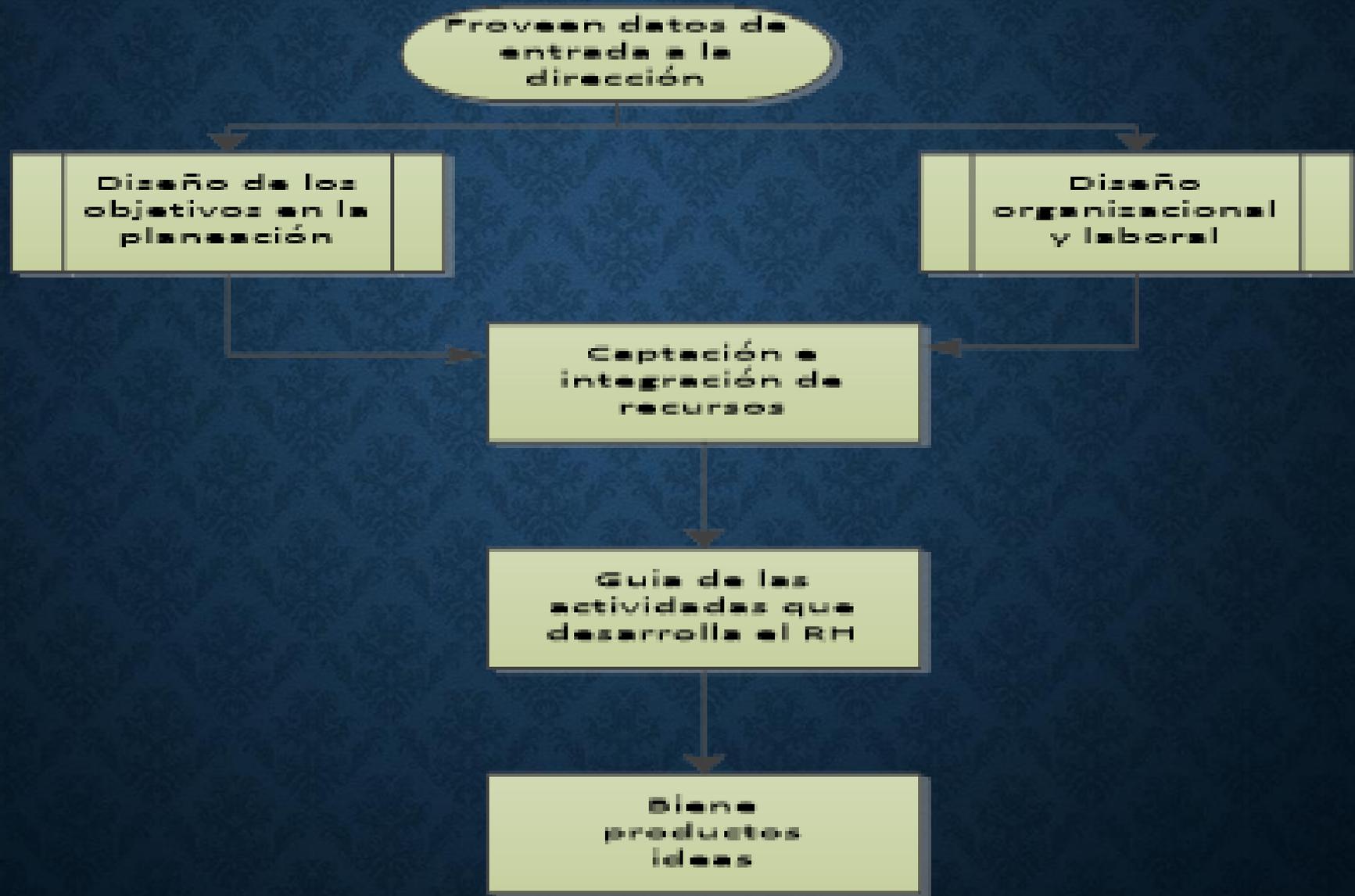
DEFINICIÓN
PROCESO DE INFLUIR
SOBRE LAS PERSONAS DE
TAL MODO QUE
CONTRIBUYAN A
ALCANZAR LA MISIÓN,
VISIÓN, OBJETIVOS Y LAS
METAS DE LA
ORGANIZACIÓN Y DE LOS
GRUPOS, DONDE
PARTICIPAN LOS
FACTORES DE LA
DIRECCIÓN HUMANOS,
MOTIVACIÓN, LIDERAZGO
Y COMUNICACIÓN.



PRINCIPIOS

1. Armonía de objetivos, los mismos sobre lo planificado.
2. Motivación, influir para crear el ambiente de trabajo adecuado.
3. Liderazgo, la gente sigue a quien satisface sus anhelos y deseos personales.
4. Claridad e integridad de la comunicación, debe ser formal, palabras sencillas no ambiguas, comprensible por el receptor, ser honesto y sincero.
5. Resolución del conflicto, nunca echar mas fuego
6. Aprovechamiento del conflicto, si hay algo malo es el momento de decirlo

PROCESO DE DIRECCION SEGÚN KOONTZ



TOMA DE DECISIONES

La Dirección es el ejercicio y arte de tomar decisiones entre dos o más alternativas de solución buenas o malas, pero toma la responsabilidad en las organizaciones. Por lo tanto, es el acto más importante en la práctica gerencial, la toma de decisiones. Una decisión es una resolución o determinación final. También se ha definido como la selección de un curso de acción entre dos o más alternativas. Por medio de tres elementos o factores, La Motivación, El Liderazgo y La Comunicación.



SEGÚN HAROLD KOONTZ, LA MOTIVACIÓN ES UN TÉRMINO GENÉRICO QUE SE APLICA A UNA SERIE DE IMPULSOS, DESEOS, NECESIDADES, ANHELOS Y FUERZAS SIMILARES. DECIR QUE LOS ADMINISTRADORES MOTIVAN A SUS SUBORDINADOS, O SEA, QUE REALIZAN COSAS CON LAS QUE ESPERAN SATISFACER ESOS IMPULSOS Y DESEOS E INDUCIR A LOS SUBORDINADOS A ACTUAR DE DETERMINADA MANERA Y AL MISMO TIEMPO, OTRO INDIVIDUO PUEDE ESTAR MOTIVADO POR EL DESEO DE OBTENER ESTATUS SOCIAL, AUTORREALIZACIÓN, BIENES, ANHELOS, AMORES, METAS ETC.



VERDADES ABSOLUTAS

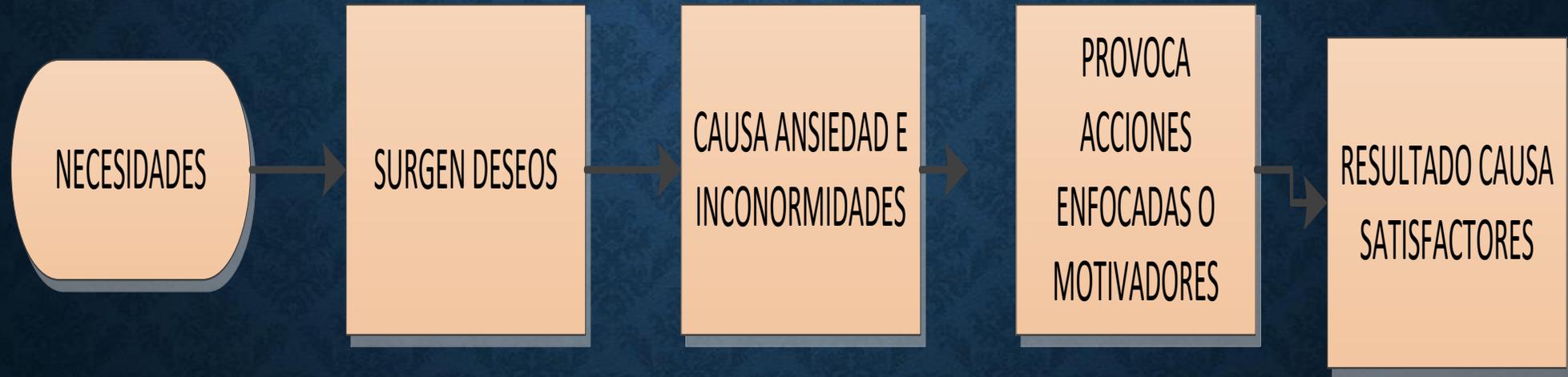
EL SER HUMANO NO ES UNA TENDENCIA CENTRAL CONVERGENTE (CADA UNO TIENE SUS PROPIAS NECESIDADES Y DESEOS).

EL SER HUMANO MERECE ABSOLUTO RECONOCIMIENTO A SU DIGNIDAD. LAS ORGANIZACIONES BUSCAN OBJETIVOS Y LOS TRABAJADORES TIENEN NECESIDADES.

EL HOMBRE ES UN SER DE COSTUMBRES Y SE ADAPTA.

EL HOMBRE TIENE UNA FUERTE INFLUENCIA DEL MEDIO EXTERNO. (PROCESOS, REGLAS, NORMAS).

PROCESO DE LA MOTIVACION



FACTORES HUMANOS DE LA ADMINISTRACION

Por medio de la función de dirección, los administradores ayudan a las personas a ver que pueden satisfacer sus propias necesidades y desenvolver su potencial, considerando la filosofía ganar-ganar.

Múltiples roles, familia, sociedad, trabajo, escuelas, calle, política, etc.

Dignidad personal, implica el logro de los objetivos de la empresa, alcanzar los resultados, pero los medios no deben lastimar nunca la dignidad de las personas, lo cual indica que las personas deben ser tratados con respeto, sin discriminación de raza, religión, sexo, color, academia, sea cualquier puesto o rol.

Como lograr que las personas incorporadas a la organización, trabajando en equipo, eficiente y eficaz y con recursos disponibles, contribuyan por medio del diseño organizacional al logro de los objetivos.

TEORIAS SOBRE LA MOTIVACION



TERORIA X Y

La teoría X postula que los seres humanos sienten desgano y apatía por el trabajo, que lo realizan de forma obligada y que la mayoría prefieren que se les indique como realizar las cosas.

Por el contrario, la teoría Y sostiene que el trabajo es algo tan natural para el ser humano como dormir o jugar, que los individuos son capaces de autocontrolarse y auto dirigirse, que tienen gran capacidad creativa.

Teoría X

Las personas son perezosas e indolentes

Las personas rehúyen al trabajo.

Las personas evaden la responsabilidad, para sentirse más seguras.

Las personas necesitan ser controladas y dirigidas.

Las personas son ingenuas y no poseen iniciativa.

Teoría Y

Las personas se esfuerzan física y mental y les gusta estar ocupadas.

El trabajo es una actividad tan natural como divertirse o descansar.

Las personas buscan y aceptan responsabilidades y desafíos.

Las personas pueden automotivarse y autodirigirse.

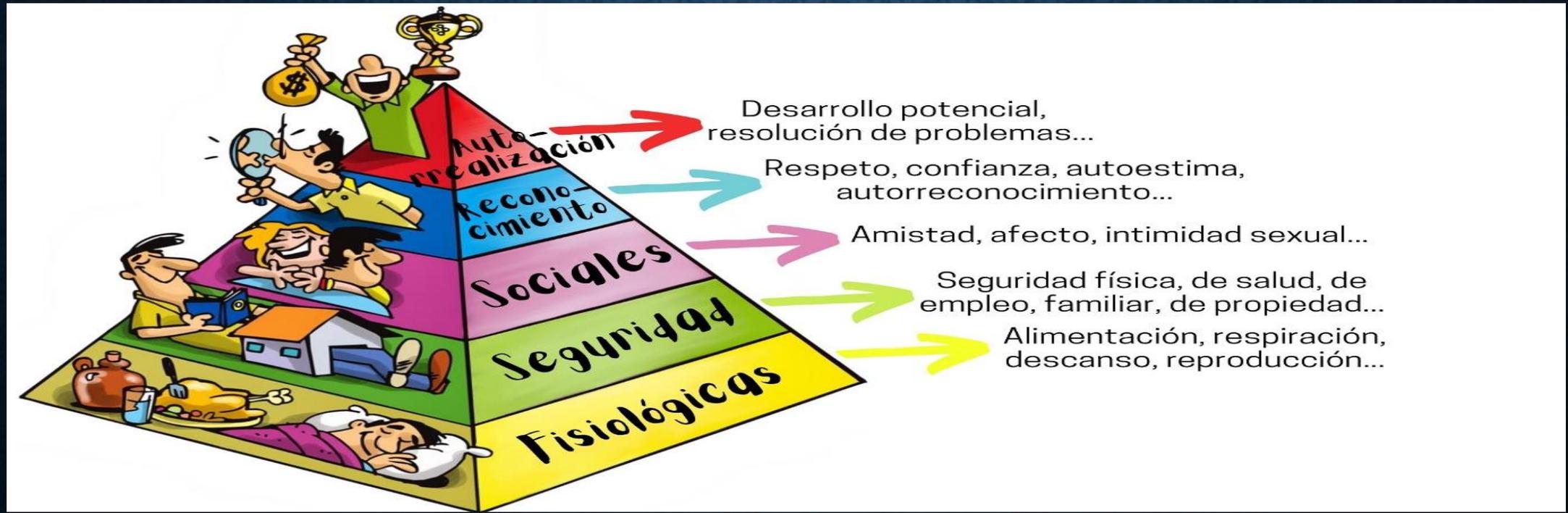
Las personas son creativas y competentes.

a) La teoría X es pesimista, estática y rígida.

b) La teoría Y es optimista, dinámica y flexible.

TEORIA DE ABRAHAM MASLOW (Las necesidades)

La interpretación de la pirámide nos proporciona la clave de su teoría: Un ser humano tiende a satisfacer sus necesidades primarias (más bajas en la pirámide), antes de buscar las de más alto.



MODELO DE MOTIVACIÓN E HIGIENE

LOS DOS FACTORES HERZBERG

Aspectos relevantes de los puestos y lo que las personas esperan de la organización

The diagram illustrates Herzberg's Two-Factor Theory. It features a central title 'Teoría de la Motivación de Herzberg' at the top. Below the title, there are two main sections, each presented as a stack of cards. The left section is titled 'Factores de Higiene:' and lists five categories of hygiene factors. The right section is titled 'Factores de Motivación:' and lists five categories of motivation factors.

Teoría de la Motivación de Herzberg

Factores de Higiene:

- Factores económicos: sueldos, salarios, prestaciones.*
- Condiciones laborales: iluminación y temperatura adecuados, entorno físico seguro.*
- Seguridad: privilegios de antigüedad, procedimientos sobre quejas, reglas de trabajo justas, políticas y procedimientos de la compañía.*
- Factores sociales: oportunidades para interactuar con los demás trabajadores y para convivir con los compañeros de trabajo.*
- Categoría: títulos de los puestos, oficinas propias y con ventanas, acceso al baño de los directivos.*

Factores de Motivación:

- Trabajo estimulante: posibilidad de manifestar la propia personalidad y de desarrollarse plenamente.*
- Sentimiento de autorrealización: la certeza de contribuir en la realización de algo de valor.*
- Reconocimiento de una labor bien hecha: la confirmación de que se ha realizado un trabajo importante.*
- Logro o cumplimiento: la oportunidad de llevar a cabo cosas interesantes.*
- Responsabilidad mayor: la consecución de nuevas tareas y labores que amplíen el puesto y brinden al individuo mayor control del mismo.*

2-.LIDERAZGO



- Arte o proceso de influir sobre las personas de tal modo que se esfuercen de manera voluntaria y entusiasta por alcanzar los objetivos y las metas de sus grupos.
- Disposiciones que las personas tienen para seguir a otro lo que convierte a este en líder, la gente sigue a quienes consideran que les darán los medios para satisfacer sus propios deseos, carencias y deseos.

ELEMENTOS PRINCIPALES DEL LIDERAZGO



1. Capacidad de ejercer poder eficaz y responsable.
2. Entendimiento que los motivos de los seres humanos varían.
3. Habilidad de inspirar confianza en la aplicación de conocimientos.
4. Crear un ambiente propicio para inducir los motivos y respuestas, recompensas, satisfactorios, ambiente bueno de trabajo.

LIDERAZGO BASADO EN EL USO DE LA AUTORIDAD

AUTOCRATICO

1. Es de dominación, dogmático y positivo
2. Impone sus decisiones, aprovecha su poder
3. En otras palabras, es un dictador.

DEMOCRATICO PARTICIPATIVO

1. Involucrador, incita a participar
2. Toma decisiones en consenso con sus subordinados.
3. Considera viables las propuestas del personal
4. Hagamos,

LIBERAL O RIENDA SUELTA

1. Autonomía de las operaciones
2. Responsabilidad individual y grupal, y
3. Deja a la persona tomar sus propias decisiones, que de acuerdo a su criterio sean las más acertadas para el fin común.
4. Este estilo se ha malinterpretado como anárquico, totalmente permisivo.

CUADRICULA O REJILLA



TEORIA DEL LIDERAZGO SITUACIONAL

Administradores son aquellos que logran el éxito en las organizaciones, por medio de conducir las y orientar a los subordinados a conseguirlas. No existe el modelo mejor. Conjunto de patrones de conducta que utiliza el líder cuando intenta influenciar en los demás.

Que aparte de practicar principios administrativos del proceso, encuentran su expresión en la

1. Innovación
2. Toma de decisiones
3. Negociación y concertación
4. Resolución de conflictos
5. Optimizar los recursos

LIDERAZGO TRANSACCIONAL



Manera de transar o negociar, identificar lo que los administradores identifique y transmitan lo que tienen que hacer los subordinados, para lo cual tienen claro los papeles, las tareas organizacionales, establece estructura, recompensas en el desempeño, claras las necesidades sociales.

De negociar, transar, negociar, habilidad del administrador-

LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL



influir en la mente de los subordinados de la necesidad de cambio de actitud y su forma de pensar, articulan la misión y visión de la organización, forman la cultura organizacional y crean el ambiente agradable para el cambio, cambiar su forma de pensar con relación al trabajo.



LIDERAZGO CARISMÁTICO

La persona es admirada y apreciada por los seguidores fieles, por sus condiciones personales propias, y por satisfacer ideologías y sentimientos personales, no obstante que las únicas recompensas que ofrece es el contenido moral.

3 LA COMUNICACIÓN

La comunicación se puede definir como la transferencia de información y entendimiento entre personas por medio de símbolos con significados. Es de vital importancia, para poder expresar nuestros objetivos, necesidades, emociones, etc., y ayuda a:

1. Establecer y difundir los propósitos y metas de la empresa.
2. Desarrollar planes para lograr dichos propósitos.
3. Organizar los recursos humanos en forma efectiva.
4. Seleccionar, desarrollar y evaluar los miembros de dicha empresa.

EL PROCESO DE LA COMUNICACION.

Para llevar a cabo una comunicación eficaz, es necesario que en el flujo de la transmisión de ideas, intervengan varios elementos, los que se describen a continuación:

Emisor (codificador)

Canal

Mensaje

Receptor (decodificador)

Comprensión

Retroalimentación

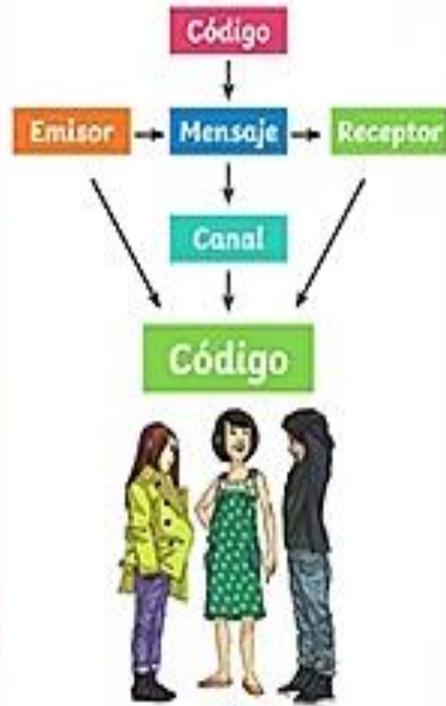
Proceso de comunicación

Emisor: Persona que se encarga de comunicar un mensaje.

Receptor: Persona que se encarga de recibir un mensaje.



Mensaje: información o enunciado verbal que el emisor envía al receptor a través de un canal de comunicación.



Canal: medio por el que se transmite cualquier información entre un emisor y un receptor.

Ejemplos: correo electrónico, mensaje de texto.



Código: lenguaje formado por signos y reglas con que se comunica el emisor y el receptor.

Ejemplo: lengua española



Ahorro tinta Eco



Son las condiciones o factores que interfieren en la transmisión efectiva de un mensaje, y entre ellas se encuentran:

1. Falta de planeación, cualquier mensaje sin pensar.
2. Supuestos no aclarados, creo que.
3. Distorsiones semánticas frase que, o ambiguas “gobierno”
4. La interpretación que realiza el receptor del mensaje.
5. Defectos fisiológicos del emisor o receptor.
6. Los sentimientos y emociones del emisor o receptor.

INDICADORES O TIPS

Palabras y frases sencillas
palabras cortas y conocidas
hable en tercera persona
oraciones cortas
no ofenda al llamar la atención