

Manual de inducción reinducción para talento humano de
Empaquetaduras y Empaques S.A.

Trabajo de grado para optar por el título de
Comunicador Periodista

Santiago Córdoba Henao

Asesora:

Tatiana Betancur Jaramillo
Magíster en Educación y Desarrollo Humano

Corporación Universitaria Lasallista
Facultad de Ciencias Sociales y Educación
Comunicación y Periodismo
Caldas-Antioquia

2016

Dedicatoria

A mi madre, ejemplo de nobleza, amor y alegría, motivo de inspiración y esfuerzo para no declinar en la lucha que nos impone el camino para el alcance de las metas en el bello ejercicio de tan amada profesión. Gracias madre, eres el motor de mi vida.

Y no puede faltar la más sincera gratitud a mi padre, por saber entender las exigencias que lleva consigo la construcción del sueño que un día decidí enfrentar. Gracias a él, por demostrarme que cuando una meta no te deja tranquilo, es un deber cumplirla sin importar las dificultades que nos impone el camino de la lucha diaria.

Santiago Córdoba Henao

Agradecimiento

Gracias a la Corporación Universitaria Lasallista, por convertirse en mi segunda casa mientras construía un largo proceso de aprendizaje y de formación académica, siendo la institución que me formó en muchos aspectos que me volvieron profesional y no me olvidaron ser persona.

A mis docentes, quienes desde el primer día de clase me dejaron ver la importancia de la labor comunicacional y periodística, teniendo como base los principios éticos que debe llevar un profesional que verdaderamente ama la bella labor que decidimos ejercer.

A mis compañeros y colegas, por convertirse en seres que llenan de satisfacción esos momentos de esfuerzo por lograr una meta, pero de alcanzar siempre el aprendizaje y dejar una huella imborrable en este camino de la construcción profesional.

Y por último a mi hermano Daniel, quien no deja de ser una persona importante en el apoyo en los esfuerzos que exige la batalla de construir los sueños.

Índice

Resumen.....	6
Introducción.....	7
Objetivos.....	8
Objetivo general.....	8
Objetivos específicos.....	8
Justificación.....	8
Impacto científico y tecnológico.....	9
Impacto social y económico.....	9
Marco teórico.....	11
Definición y objetivo.....	11
Etapas de inducción.....	13
Beneficios de la inducción.....	15
Importancia de la inducción.....	15
Información en el proceso de inducción.....	15
Formas de inducción.....	17
Actividades en el proceso de inducción.....	18
Participantes en el proceso de inducción.....	19
Formato del manual de inducción.....	21
Metodología.....	25
Método.....	25
Técnica.....	26

Participantes.....	26
Propuesta.....	28
Conclusiones y recomendaciones.....	35
Referencias.....	36

Resumen

Con la era del conocimiento, el uso de la información a través de los diferentes formatos que proponen las nuevas tecnologías, ha facilitado los procesos de aprendizaje en diferentes campos de estudio para llevar a un buen desempeño de las diferentes labores que realizan las diferentes personas en las áreas que se desenvuelva.

Los conocimientos que se transmiten a través de las inducciones han sido traducidos a los formatos que permitan una mejor apropiación de los temas que se exponen, pero no deja de ser importante exponer las enseñanzas en el formato más completo de la humanidad, el libro, el cual permite introducir información a través de varios tipos de lenguaje, con varios tipos de texto, de lenguaje y de imagen, lo que deja un mayor impacto en el público de interés.

A través del Manual de Inducción, el área de Gestión Humana de la compañía podrá contar con una herramienta que guíe a los empleados en los temas más importantes que este debe conocer al momento de ingresar a la empresa, capacitándolos y garantizando una mayor competencia de los diferentes colaboradores.

Palabras claves: Inducción, comunicación, manual, información

Introducción

Con el propósito de generar un orden en diferentes áreas de desempeño dentro de las organizaciones, instituciones y empresas, el manual de inducción se ha convertido en una herramienta de vital importancia que ha permitido llevar a cabo en estas, los procesos de enseñanza asertivos para la adaptación a la cultura organizacional, valores, derechos, deberes y responsabilidades asignadas de una manera oportuna, esto con el fin de tener el desempeño que las organizaciones esperan del personal nuevo desde el momento de su ingreso hasta la adaptación y apropiación de sus diferentes labores.

Con la propuesta de un manual que contenga la información necesaria para inducir a las personas en los diferentes temas de interés, se presentará en la organización un nuevo canal de comunicación el cual tendrá un impacto favorable por parte del público. La información a través de la lectura rápida que propone el Manual de Inducción va a facilitar el aprendizaje de los nuevos empleados, quienes van a apropiarse de los temas contenidos en el proceso inductivo.

Así pues, en el desarrollo de este trabajo se mostrará la importancia de la inducción bajo un formato de lectura, se presentará el impacto y el alcance del manual de inducción y se expondrán las características que presenta el libro en sus dimensiones, contenido, imagen, texto y el lenguaje para dirigirse a un público que requiere una orientación a través de la comunicación asertiva.

Objetivos

Objetivo general:

Elaborar un manual de inducción para el talento humano de **EMPAQUETADURAS Y EMPAQUES S.A** con el fin de brindar los conocimientos generales de la compañía, necesarios para lograr una mayor adaptación al cargo, garantizando estabilidad y permanencia al interior de la empresa.

Objetivos específicos:

- Crear un manual de que le brinde información clara y precisa al nuevo talento de la compañía sobre el direccionamiento estratégico de la organización y datos que le faciliten al nuevo colaborador desempeñar su cargo.
- Informar los deberes y derechos de los nuevos empleados dentro de Empaquetaduras y Empaques S.A.
- Brindar información que permita un mejor desempeño en la evaluación de inducción y evaluación de desempeño del nuevo colaborador.
- Ofrecer información de áreas como: sistema de gestión de calidad, seguridad y salud en el trabajo, sistema de información, comunicaciones, propiciando una mayor adaptación del nuevo colaborador en la cultura organizacional.

Justificación

Impacto científico y tecnológico (Aplicabilidad del conocimiento para el desarrollo de los objetivos planteados):

Aplicación de habilidades de escritura, redacción, identificación de necesidades, diseño de estructura del manual, selección del contenido más importante y distribución de información en un espacio limitado donde se requiere información resumida. Se tendrá en cuenta el lenguaje más asertivo que permita una comprensión requerida del contenido por parte del personal, que para el año 2015 fue de 116 ingresos a nivel nacional, siendo vinculados o aprendices en sus diferentes áreas de desempeño, teniendo en cuenta que el mayor ingreso de personal se presenta en el área de Almacén y Ventas contando todas las regionales.

Impacto social y económico (Alcance del trabajo a nivel social y los beneficios económicos que se obtendrán mediante el desarrollo de la práctica):

Habrà un impacto social donde el Manual de Inducción E&E será valioso para la apropiación de temas indispensables que deben conocer las personas al momento de ser contratadas por la compañía.

El impacto será favorable, debido a que el manual, que se compartirá de manera física, es decir, en una cartilla de unas 45 páginas que resuma el proceso de inducción, permitirá a los nuevos empleados adquirir un conocimiento más profundo de los temas que se dictan en las respectivas inducciones, (inducción general, inducción de comunicaciones, inducción de sistema de gestión calidad, inducción

seguridad y salud en el trabajo e inducción de sistemas de información), a la vez que se facilita la elaboración de la evaluación que se realiza al final del proceso de inducción en las diferentes regionales (Medellín, Bogotá, Cali, Barranquilla, Cartagena).

Con la elaboración del manual se aproxima un costo que según la empresa, se recupera en un periodo corto de tiempo, puesto que con el contenido del Manual de Inducción, el desempeño de las personas nuevas en la compañía será más productivo y generará en la compañía excelentes resultados. A parte de que se garantizará la comprensión de los temas tratados durante la inducción, un entendimiento del contenido en un menor periodo de tiempo.

Marco teórico

Definición y objetivo

Definición:

En diferentes áreas se ha trabajado el concepto que hace referencia a la enseñanza a través de la orientación que permite a las personas adaptarse a un nuevo puesto de trabajo.

Se define a la inducción como el proceso de guiar al nuevo trabajador hacia la incorporación a su puesto. Es una etapa que inicia al ser contratado un nuevo empleado en la organización en la cual se va a adaptar lo más pronto posible a su nuevo ambiente de trabajo, a sus nuevos compañeros y por consiguiente a sus nuevas obligaciones (Dasha B, 2012).

Es importante hoy para todas las compañías, organizaciones e instituciones, familiarizarse con el proceso de inducción, pues en este se da a conocer a los nuevos integrantes del grupo, información que le facilitará el desempeño de sus labores de manera asertiva, eficaz y eficiente.

Así lo define Marcela Montes, al afirmar “la incorporación de un nuevo integrante a la empresa debe estar respaldada por una orientación adecuada, entregarle

información tanto de la compañía como del trabajo que desempeñará es fundamental para los primeros días laborales”.

Es así pues, como empieza el proceso inicial de un método de adaptabilidad de las personas al ingresar a un grupo del cual requiere obtener nuevos conocimientos, orientación en sus tareas y cumplimiento asertivo de sus labores.

Objetivo:

El objetivo principal que se tiene con los procesos de inducción, es instruir, orientar y dar a conocer a los nuevos miembros de un grupo, sus deberes, derechos, y diferentes temas que deben conocer al momento de ingresar a realizar sus labores correspondientes en una compañía.

Una vez cumplido el objetivo de orientación a través de la presentación de los diferentes temas que debe conocer la persona al ingresar a una empresa, es indispensable hacer un seguimiento continuo a su desempeño y cumplimiento de labores, esto con el fin de evaluar si el proceso de inducción cumplió con las expectativas y con el fin que se busca al principio de una inducción, orientar a las nuevas personas que ingresan a la compañía.

Hablando del seguimiento, esta es la forma de garantizarnos de recibir una retroalimentación por parte del nuevo empleado y se hacen las mejoras o ajustes pertinentes del programa (Rivas Irma, 2012).

Los procesos de inducción en las organizaciones, ayudan a determinar las formas de enseñanza que emplean las empresas para guiar, enseñar, a la vez que se instruye a las personas sobre los temas más relevantes que requiere conocer una persona al momento de ingresar en una empresa.

Basados en otros análisis, la inducción pretende lograr cuatro objetivos fundamentales; comodidad del nuevo empleado, el empleado debe adquirir una comprensión general sobre la organización (pasado, presente, cultura y visión del futuro), así como hechos fundamentales como políticas y procedimientos, el empleado debe tener claro lo que se espera en términos de su trabajo y su conducta, y por último, debe iniciar el proceso de conocer la manera en que la empresa actúa y hace las cosas (Ortega Ramón, 2012)

Etapas de inducción: Para la orientación de las personas en miras de desempeñar nuevos roles, la necesidad de hacer inducción sugiere realizar diferentes etapas, las cuales comprendan actividades con métodos que permitan llevar a cabo un buen proceso de inducción para la comprensión en el público objetivo (ver gráfico1).

Se tienen entonces, tres etapas fundamentales que facilitarán el desarrollo adecuado del proceso:

- **Inducción general:** Se debe brindar toda la información general de la empresa que se considere relevante para el conocimiento y desarrollo del cargo considerando la organización como un sistema.

- **Inducción específica:** Se debe brindar toda la información específica del oficio a desarrollar dentro de la compañía, profundizando en todo aspecto relevante del cargo. Esta etapa, generalmente es liderada por el personal dirigente del cargo, quien realizará la presentación del jefe inmediato, de los compañeros y de las personas claves de las diferentes áreas de la compañía o institución.
- **Evaluación:** Una vez finalizado el proceso de inducción, y antes de terminar o durante el período de entrenamiento o de prueba, el personal dirigente del cargo debe realizar una evaluación con el fin de identificar cuáles de los puntos claves de la inducción, no quedaron lo suficientemente claros para las personas a ingresar, esto con el fin de reforzarlos y tomar planes de acción como la reinducción (Dasha B, 2012).

Gráfico 1. Etapas de la inducción



Fuente: plandeinduccin.blogspot.com.co

Beneficios de la inducción:

Con estos procesos, las personas adquieren una apropiación más detallada de los temas relevantes se dictan en las empresas al momento de ingresar a desempeñar el rol, sea cual sea la actividad que el nuevo integrante vaya a desarrollar.

En este proceso, “el individuo alcanza a apreciar los valores, las competencias, los comportamientos esperables, los conocimientos sociales que son esenciales para asumir un determinado rol laboral, y las actitudes precisas para participar como miembro en las actividades de una organización” (Doblado Ana, 2012).

Importancia de la inducción:

Con el proceso se facilita el proceso de enseñanza a las personas en la práctica, es decir, al momento en que las personas ingresan a realizar cada una de sus labores, se acortan los tiempos en la adaptación de las funciones que le corresponden, puesto que la teoría que se ha transmitido durante la inducción, ya ha sido digerida por el público y se han percibido los temas que las empresas buscan que el personal al ingresar comprenda, identifique y desempeñe.

Es de gran importancia para cualquier compañía bien sea grande o pequeña, ya que permite construir entre el nuevo empleado y la organización un gran sentido de pertenencia, y evita que en los procesos en los que interviene el nuevo empleado se cometan errores significativos (Torres Aida, 2012)

Información en el proceso de inducción: La información que se entrega al personal a ingresar a las empresas, es información que detalla datos importantes con

el fin de dar a conocer varios aspectos que toda persona debe saber y manejar al momento de desempeñar su rol asignado.

Se tiene entonces información relevante como:

- **Información general de la empresa:** misión, visión, valores, políticas organizacionales, historia de la empresa, derechos y deberes del empleado, estructura organizacional de la empresa, prestaciones y beneficios (ver gráfico 2)
- **Información sobre sistemas de información:** manejo de equipos de cómputo, software, manejo de información.
- **Inducción sobre seguridad y salud en el trabajo:** donde se destaque la importancia de llevar con excelencia los diferentes procesos que se manejan en cada área para la prevención del riesgo en accidentes laborales.
- **Información sobre gestión de calidad:** Esta información permite brindar a los nuevos integrantes conocimiento sobre las normas que regulan a la empresa en seguridad, salud, medio ambiente y políticas de calidad sobre higiene, para el caso de las sociedades que trabajan en el manejo de alimentos.
- **Información sobre comunicación organizacional:** A través de los conocimientos que brindan en esta etapa de información, quienes ingresen a la empresa conocerán de primera mano todo lo que necesitan para estar informados de lo que sucede al interior de la empresa en temas como cambio de normas al interior de la empresa, nuevos convenios de la compañía con otras entidades, fechas y horarios de capacitaciones que se programen y un sinnúmero de datos que mantendrán al día a los miembros de la organización.

Gráfico 2. Información en los procesos de inducción

Inducción.

◆ **Programa:**

- 1) Bienvenida por el Director de la Empresa.
- 2) Historia de la Empresa.
- 3) Estructura Organizacional.
- 4) Aspectos principales de:
 - a) Reglamento Interior de Trabajo.
 - b) Reglamento de Seg. e Higiene.
 - c) Políticas y Prestaciones, lugar y días de pago, etc.
- 5) Distribución de la planta.
- 6) Recorrido por la empresa.
- 7) Presentación con su Jefe inmediato y compañeros.



LAEY MARH Ma. Beatriz Hernández Andrade.

Fuente: Depi Itchihuahua

Formas de inducción:

Se plantean básicamente formas de inducción que implican actividades claves para la enseñanza y orientación asertiva del personal a ingresar a la empresa.

- Genérica
- Específica

Además, también se sugiere trabajar bajo dos formas inductivas que dinamizan el proceso de inducción para la adaptabilidad de conocimientos del nuevo personal de la compañía.

- Formal
- Informal

Actividades en el proceso de inducción:

Se presentan diferentes actividades al nuevo personal con el fin de dirigir la información de manera asertiva y que esta cumpla con los objetivos de la inducción; enseñanza, aprendizaje y aplicación del conocimiento es el desempeño de los respectivos roles.

- **Evaluación:** Permite identificar a los facilitadores de la inducción, cuáles datos y qué información presentada en la inducción, no quedaron lo suficientemente claros para el trabajador, con el fin de reforzarlos o tomar acciones concretas sobre los mismos. Se debe hacer la evaluación basada en documentos de registro donde se conste que la capacitación se recibió por parte de las personas a ingresar a la organización (Torrealba Bernardo, Vera Elizabeth y Cortés Dennise, 2015)
- **Entrenamiento:** Esta etapa comprende actividades que permitan la participación activa del personal nuevo en tareas que se llevan a cabo en la realidad laboral de la empresa. Se proponen dinámicas que faciliten el aprendizaje de las personas y se realizan actividades bien sea lúdicas o de capacitación para un profundo aprendizaje en el público objetivo.
- **Preparación:** Se realiza en la inducción para crear estrategias de acompañamiento continuo a los nuevos empleados de las organizaciones, reforzando temas importantes e incluyendo a las personas en las tareas activas que impliquen participación y adaptación al cargo que se va a ejercer dentro de la empresa.

Participantes en el proceso de inducción:

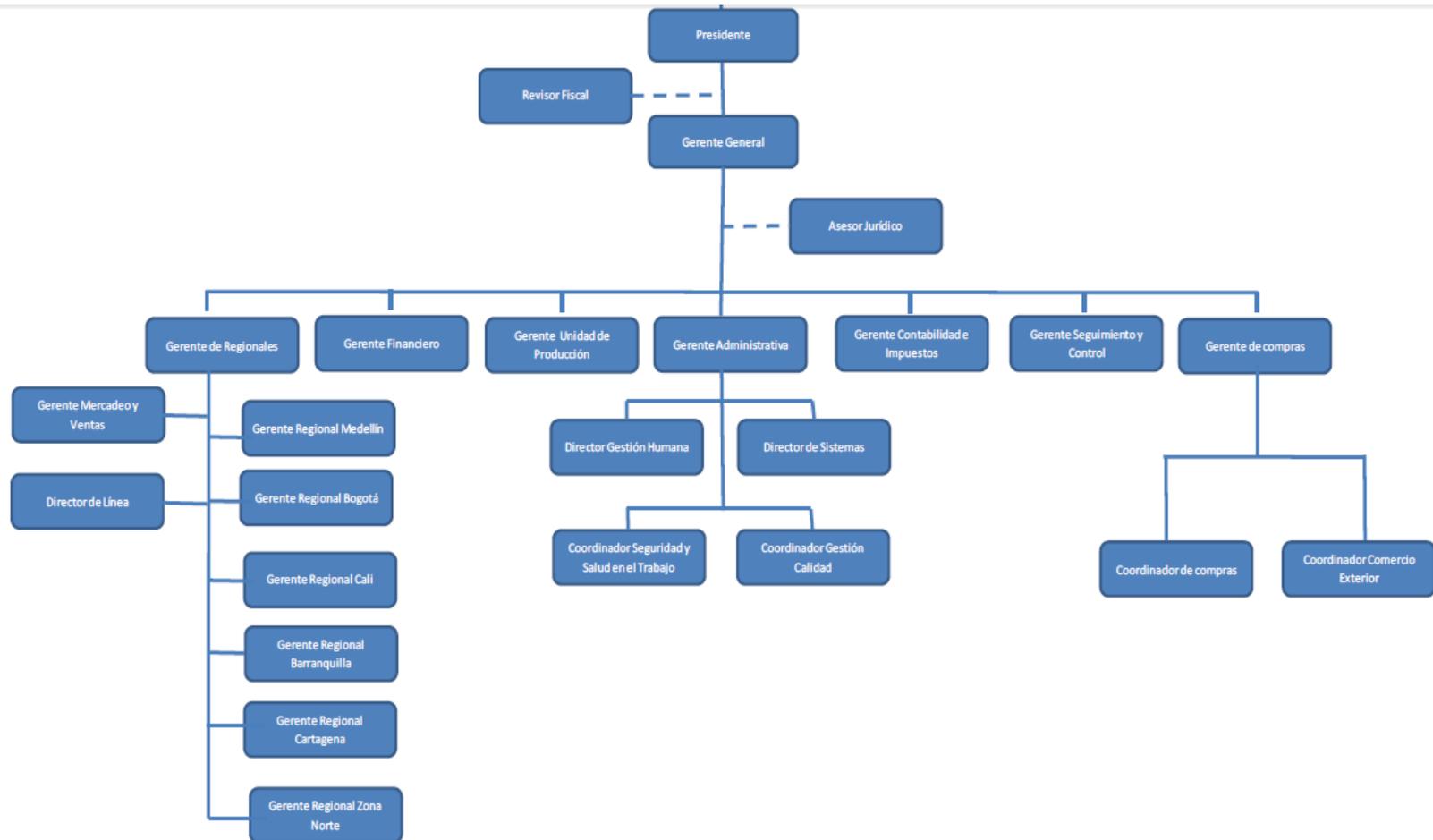
En el proceso de inducción participan varios actores, quienes cumplen la tarea de emisión y recepción de diferentes mensajes, los cuales contienen la información necesaria para hacer efectivo el ingreso del nuevo personal a la compañía con la información pertinente y detallada.

- **Público interno:** Se refiere al público al cual se le compartirá la información contenida en el Manual de Inducción, se tiene en cuenta a las personas que hacen parte de la organización desde el momento que se inicia el proceso de inducción y de contratación.

La entrega del manual, será destinada a todo personal que ingrese a la empresa, independientemente del área en el cual se vaya a desempeñar, por ello, se va a tener en cuenta a los siguientes personajes de las diferentes áreas (Ver gráfico 3).

- **Edades de participantes en el proceso de inducción:** Se tiene en cuenta un rango de edad abierto, es decir, el manual de inducción se producirá para ser destinado a un público que varía en las edades, debido a que el personal de la compañía presenta rango de edades diferentes.

**Gráfico 3. Organigrama general
EMPAQUETADURAS Y EMPAQUES S.A.**



Formato de manual de inducción:

En los manuales de inducción, se tienen en cuenta diferentes características, las cuales cumplen unos parámetros que tienen como fin transmitir de forma asertiva la información que contiene un proceso de inducción. Por ello, es importante destacar las características de un manual de inducción:

- **Texto:** Es la forma primaria de organización en la que se manifiesta el lenguaje humano. Cuando se produce una comunicación entre seres humanos es en forma de textos. (...) Un texto es, en consecuencia, una unidad comunicativa, o sea, una unidad en la que se organiza la comunicación lingüística (Isenberg, 1987)
- **Tipos de texto:** Se trabaja bajo diferentes tipos de texto, los cuales se manejan teniendo en cuenta el mensaje que se quiere transmitir en los diferentes campos y áreas de estudio en las ciencias sociales y comunicativas, para ello, se referencian tres tipos de texto planteados por (Werlich, 1975)
 - **Narrativos:** En ellos se cuenta cómo algo o alguien actúa a través de verbos que indican acciones
 - **Descriptivos:** El proceso cognitivo dominante es la indicación de cómo es algo o alguien. Las secuencias se construyen a partir del verbo ser
 - **Expositivos:** Se dice algo de un tema por medio de una estructura verbal que incorpora el verbo ser con un predicado nominal o el verbo tener con un objeto directo.

- **Instructivos:** Se indica cómo hacer algo por medio de una estructura verbal de corte imperativa.

Imagen:

Es más que un producto de la percepción. Se manifiesta como resultado de una simbolización personal o colectiva. Todo lo que pasa por la mirada o frente al ojo interior puede entenderse así como una imagen, o transformarse en una imagen (Belting, 2007)

Tipos de imagen:

Se estudia en el campo de la imagen, una anatomía que estudia tres tipos de percepción visual, lo cual se resume en el libro "*La sintaxis de la Imagen*": (Dondis D.A, 1992)

Representación:

Es acumulada por medio de la experiencia que nos permite reconocer los objetos y a su vez procesar esta información, de esta es manera el cerebro la enmarca o clasifica dentro de una categoría determinada así, cuando vemos un perro se ajusta al conocimiento acerca de este animal, basado en el color, proporción, tamaño, movimiento y ciertas marcas.

Simbolismo:

En este nivel las imágenes poseen un significado (...) que se le es atribuido por la sociedad teniendo en cuenta el complejo sistema de valores en el que se encuentre arraigado, según Dandis, "el símbolo es un medio de comunicación visual y

significación universal”, como es el caso de la imagen de un pulgar arriba que indica aprobación, este símbolo ha tenido una fuerte acogida y aceptado mundialmente.

Abstracción:

En este punto las imágenes deforman, en cierta forma, la realidad existente y sus elementos son reducidos a componentes visuales más básicos. Es decir, este proceso simplifica los objetos a sus rasgos visuales característico, reconociendo así el objeto que representa.

Lenguaje:

Es un conjunto finito o infinito de oraciones, cada una de ellas de longitud finita y construida a partir de un conjunto finito de elementos. Esta definición enfatiza las características estructurales del lenguaje sin adentrarse en sus funciones y la capacidad de generar acción que tiene para un emisor y el receptor. Dicho aspecto es medular dentro de los estudios relacionados al lenguaje (Amaya Marcela, 2010)

Tipos de lenguaje:

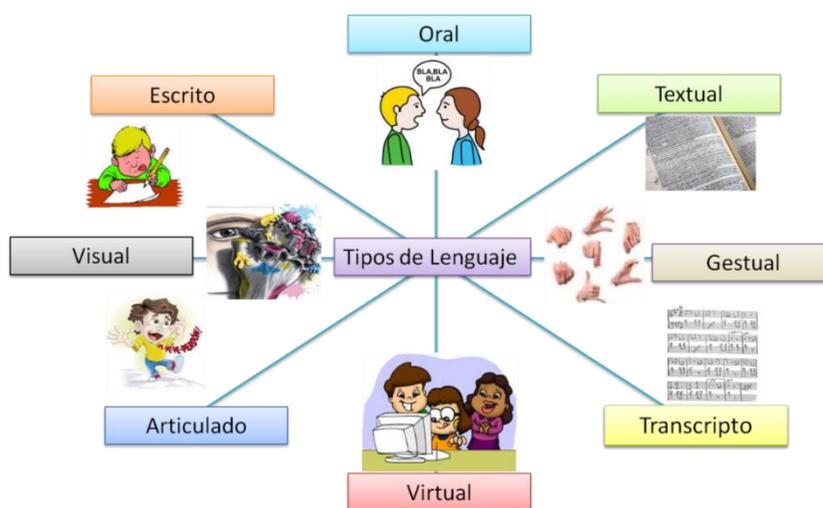
Se conocen diferentes tipos de lenguaje, los cuales facilitan los procesos de comunicación:

- **Lenguaje escrito:** Se utiliza para comunicar mensajes a través de signos y símbolos que se denominan letras, las cuales conjugan palabras que traducen la información que se enviará al destinatario final.

- **Lenguaje oral:** Traduce el conjunto de palabras que se transmiten a través del habla en diferentes idiomas.
- **Lenguaje visual:** Constituye una serie de imágenes que permiten visualizar de manera detallada y resumida, la información que se transmite en un mensaje.
- **Lenguaje gestual:** Es el lenguaje que se utiliza para comunicar mensajes a través de gestos que se van convirtiendo en arbitrarios, al ser estos conocidos por gran parte de comunidades en diferentes lugares del universo.

Con la era de las tecnologías de la comunicación y la información (TIC), se han empleado otros tipos de lenguaje que se conocen como lenguajes del mundo de la globalización (Ver gráfico 4).

Gráfico 4. Tipos de lenguaje



Fuente: Tiposdelenguajes11.blogspot.com.co

Metodología

Se utilizará un tipo de diseño investigativo basado en la metodología de *estudio explicativo*. Implementando esta metodología, se logrará desarrollar un manual que resalte la información que se requiere transmitir en el proceso de inducción a través del formato que se propone en el proyecto.

La metodología empleada que se trabaja en el manual de inducción, se desarrolla de manera *cualitativa*, lo cual traduce el desarrollo de un proceso de inducción que busca explicar la información que deben conocer los empleados al ingresar a la organización. Es cualitativa porque se desarrolla en un análisis subjetivo, el cual busca un resultado de comunicación asertiva entre empleador y los casi 40 empleados que ingresan anualmente a la empresa.

Método:

Se propone un método de proceso formal, llamado *método inductivo*, el cual consiste en analizar casos importantes de un tema de estudio, en este caso los temas tratados en el proceso de inducción, donde los resultados permiten extraer conclusiones de generales; las conclusiones que se esperan empleando el método inductivo, pretenden alcanzar la apropiación de la información por parte del empleado en los temas que se le enseñan y explican en cada una de las inducciones. Con el método se establece una observación y experimentación, que se traduce en la evaluación de la inducción y análisis de resultados, la cual busca tener un mayor impacto, debido al contenido que propone el Manual de Inducción.

Técnica:

Se emplea el uso de la evaluación, como se ha manejado en la organización, con el fin de generar datos de resultados sobre el impacto del manual de inducción como herramienta de comunicación que explica y resume de manera detallada toda la información que se brinda en el proceso de inducción.

Participantes:

Dentro del proceso de inducción participan varios colaboradores de la compañía, quienes tienen un conocimiento claro sobre la información que se debe sustentar en la respectiva inducción de las cuales dispone la compañía al ingreso del personal nuevo.

Participa el área de Gestión Humana, quien es el departamento encargado de gestionar los procesos de inducción, con el fin de garantizar la comunicación asertiva en la inducción que se transmite al personal nuevo de la organización. En esta área participan varios personajes como la asistente de Gestión Humana, quien transmite la inducción general, con la información de misión, visión, valores, políticas organizacionales, historia de la empresa, derechos y deberes del empleado, estructura organizacional de la empresa, prestaciones y beneficios.

También hace parte del proceso de inducción el área de Seguridad y Salud, la cual vela por la seguridad ocupacional de la empresa y sus colaboradores, por el cuidado de la salud y promueve el cuidado del medio ambiente a través de sus campañas de sensibilización con los recursos naturales; en el proceso participa el área de gestión calidad, encargada de coordinar los procesos de mejora continua en la

compañía; el área de sistemas, con el fin de promover el manejo adecuado de los sistemas de información; y desde el área de Gestión Humana, también participa el aprendiz de comunicaciones, quien en su respectiva inducción, informa sobre los canales y formas de comunicación que emplea la organización al interior de esta.

Los participantes más importantes en este proceso, son las personas quienes son contratadas por la compañía, pues son estas quienes se convierten en el público objetivo del Manual de Inducción que se diseña para reforzar el aprendizaje de los nuevos empleados y garantizar un mejor desempeño en la evaluación realizada al final del proceso de inducción.

Propuesta:

Con el fin de obtener un mejor resultado en el proceso de inducción en cuanto al aprendizaje recibido por parte del empleado, se propone un manual de inducción, el cual pretende reforzar los conocimientos a través de la información que se presenta en el proceso de inducción.

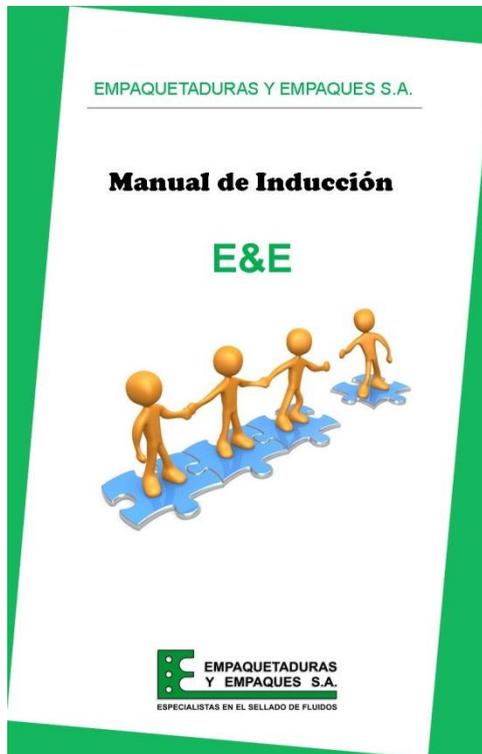
Se pretende entonces diseñar una cartilla llamada Manual de Inducción, la cual consta de 45 páginas, las cuales presentan el contenido más importante que se expone en cada una de las inducciones.

Las características del Manual de Inducción son las siguientes:

Se diseña un manual con una portada que llama la atención del público de interés, con un cabezote en mayúscula sostenida con el nombre de la empresa con tipo de letra *cooperlate black 22* (EMPAQUETADURAS Y EMPQUES S.A.), luego, irá el título de la cartilla que en este caso es “Manual de Inducción” en tipo de letra *Cooperplate Gothic Bold*, luego irá el logo de la empresa como marca, es decir, E&E, en color verde; posteriormente una imagen que resulte amigable para el tema de inducción; luego viene la fecha de edición del manual y en la parte inferior el logo corporativo de la Compañía y unas márgenes de color verde, teniendo en cuenta los colores corporativos de Empaquetaduras y Empaques S.A.(Ver gráfico 5)

Teniendo en cuenta la forma en como se ha realizado anteriormente la inducción, es necesario crear un manual que detalle los temas que debe conocer el nuevo empleado. Anteriormente, la empresa ha implementado un proceso de

inducción en el cual no se le hace entrega al nuevo personal de un soporte que contenga la información necesaria para que este conozca y tenga a la mano el contenido que debe conocer y aplicar en su vida laboral. Tomando como base estos aspectos, es necesario implementar una cartilla que transmita un contenido entendible para los aproximadamente 40 empleados que ingresan a la empresa cada año y resaltando que el mayor número de ingresos se presenta en el área de Unidad de Producción, teniendo un rango de edades variado, pues la empresa cuenta con un personal entre jóvenes y adultos, quienes han percibido de manera asertiva la comunicación interna que maneja la organización, esta misma que será utilizada en el Manual de Inducción.

Gráfico 5. Portada Manual de Inducción

Al interior del libro, se presenta el contenido del manual, donde se da la bienvenida al empleado, quien será el público principal a quien se dirige la propuesta. Las márgenes de seguridad del libro tienen una medida de 1 cm tanto en la parte superior, inferior, izquierda y derecha de la página. En dimensiones, abierto el libro mide 26cms de ancho por 20 cm de largo (Ver gráfico 6)

Gráfico 6. Contenido del Manual de Inducción



El manual utiliza un lenguaje resumido y claro a través de texto e imagen, que resulten amigables con el público al cual se quiere transmitir el Manual de Inducción. El tipo de letra utilizado será *arial 11* para que resulte visible ante el lector, e imágenes con muñecos utilizados en los diferentes comunicados que se envían desde el canal de comunicación de la organización Encontacto, esto con el fin de darle continuidad a las características de comunicación que maneja la Compañía.

La impresión de los ejemplares, se hará sobre un papel de tipo *propalbond o propalcote*, el cual tiene una textura que se emplea para la publicación de libros bajo el formato que se está proponiendo (Ver gráficos 7 y 8)

Gráfico 7. Contenido Manual de Inducción

PÁGINA 5

MANUAL DE INDUCCIÓN

Nuestra Misión



Fabricar y comercializar productos con marcas especificaciones técnicas para uso industrial, que combinados con el desarrollo de proyectos, tecnología moderna y servicio post-venta satisface necesidades de la industria nacional, asegurando el crecimiento de la empresa, las utilidades de los accionistas y la calidad de vida de los miembros de la organización.



Nuestra Visión

Consolidar nuestra imagen nacional en la industria y el comercio, contando con un talento humano competente que promueve el desarrollo y crecimiento de la organización, garantizando la excelente relación con nuestros clientes y proveedores.

Nuestros Valores

- ♦ Respeto
- ♦ Responsabilidad
- ♦ Honestidad
- ♦ Solidaridad
- ♦ Lealtad



EMPAQUETADURAS Y EMPAQUES S.A.

PÁGINA 6

Competencias Organizacionales

- ♦ Innovación
- ♦ Orientación al cliente
- ♦ Calidad del trabajo
- ♦ Orientación a los resultados

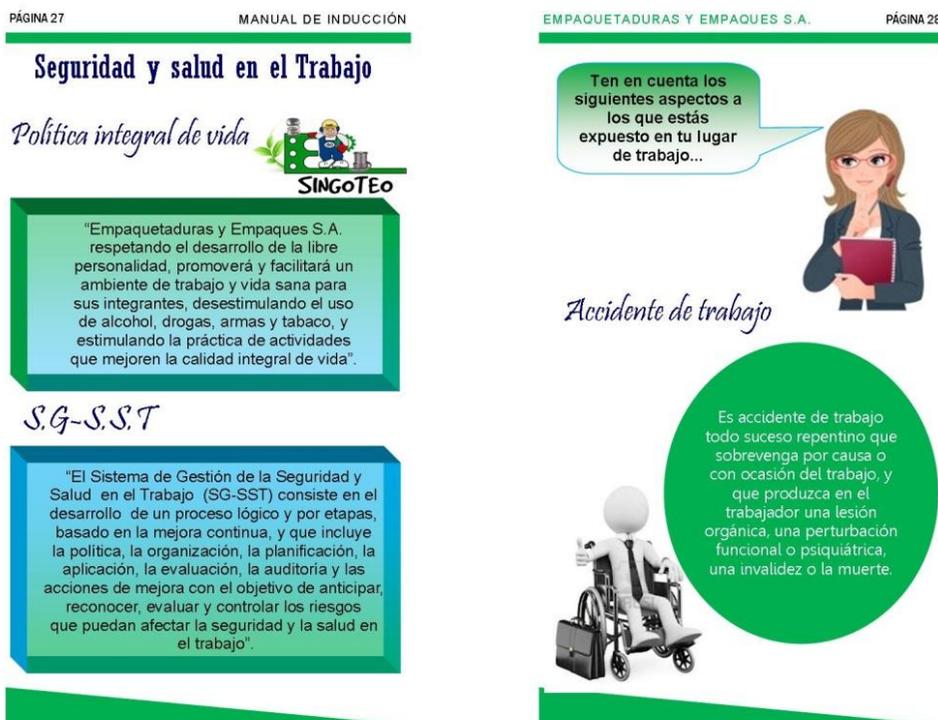


Estas son valoradas en la evaluación de competencias anualmente

Nuestra Cultura Organizacional

- ♦ Demuestra comportamientos que evidencien la coherencia entre lo que dices, haces y piensas.
- ♦ Demuestra Respeto por las necesidades del cliente.
- ♦ Responde amable y oportunamente, y no te molestes frente a la solicitud o información adicional de algo.
- ♦ Básate en los valores y políticas corporativas para actuar.
- ♦ Trabaja por los resultados.
- ♦ Escucha con interés y orienta debidamente a las personas.
- ♦ Utiliza un lenguaje claro y respetuoso al expresarte.
- ♦ Sé cordial y prudente con el manejo de la información.

Gráfico 8. Contenido del Manual de Inducción



Al final de la cartilla, se presentará un glosario, el cual presente el significado de las palabras claves más importantes contenidas durante todo el proceso de inducción (Ver gráfico 9)

Por último, se tiene la contraportada, en la cual se visualiza el nombre de la empresa en color verde tipo *cooper black 16*, el área encargada de la elaboración del manual, seguida del teléfono, página web de la empresa, y por último el logo corporativo de la Compañía (Ver gráfico 9)

Gráfico 9. Glosario y contraportada del Manual de Inducción

PÁGINA 45

MANUAL DE INDUCCIÓN

Emergencia: Situación de peligro o desastre que requiere una acción inmediata.

Comunicación: Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor, con el fin de establecer unión entre varias personas o elementos.

Boletín: Publicación destinada a tratar asuntos informativos de interés general cada período determinado de tiempo.

Intranet: Red electrónica de información interna de una empresa o institución.

Logo: Símbolo gráfico que representa una empresa, organización o institución

Marca: Distintivo o señal que el fabricante pone a los productos de su industria, y cuyo uso le pertenece exclusivamente.

Información: Comunicación o adquisición de conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre una tema determinado.

Fuente: [Real Academia Española](#)

EMPAQUETADURAS Y EMPAQUES S.A.

Gestión Humana

Comunicaciones

Teléfono: 350 50 00

www.empaquetadurasyempaques.com

 **EMPAQUETADURAS
Y EMPAQUES S.A.**
ESPECIALISTAS EN EL SELLADO DE FLUIDOS

Conclusiones y recomendaciones

- Los procesos de inducción en las organizaciones requieren de un acompañamiento continuo de los diferentes colaboradores que se encargan de orientar a los empleados, con el fin de garantizar el efectivo aprendizaje del personal nuevo a ingresar a la compañía.
- Se establece una nueva herramienta de comunicación llamada Manual de Inducción E&E, con el cual se reforzarán los conocimientos de los nuevos empleados de la organización, quienes obtendrán una mejor recepción de la información y un mejor desempeño por parte de los empleados.
- A través del Manual, la organización podrá asegurarse de tener una mayor fidelidad por parte de sus empleados, debido a la profundización en el conocimiento de los diferentes temas que propone el proceso de la inducción.
- Los procesos de inducción requieren de una herramienta con un formato que permita la apropiación de los conocimientos que los empleados deben conocer para garantizar el buen desempeño en sus diferentes labores.
- Se sugiere diseñar una mejora en el contenido y en el diseño de las presentaciones de cada una de las inducciones que se presenta a los nuevos empleados de la compañía.
- La información que contienen las diferentes presentaciones de inducción deben ser actualizadas con información de los lineamientos vigentes de la compañía.

Referencias

- Amaya, Marcela A. (2010). Tipologías textuales: de Aristóteles a la clasificación múltiple. *Literatura y lingüística*, (22), 77-91.
- Belting, H., & Vélez, E. G. M. (2008). *Antropología de la imagen*. Buenos Aires: Katz.
- Chomsky, N. (1974). *Estructuras sintácticas*. México: Siglo Veintiuno Editores. Dasha, Rivas, Ortega, Doblado y Torres (2012) *Hablando Psicología: Pensamientos en "Inducción"*. Recuperado de <https://hablandopsicologia.wordpress.com/2012/04/11/inducccion/>
- Dondis, D. A., & Beramendi, J. G. (1987). *La sintaxis de la imagen: Introducción al alfabeto visual*. Barcelona: G. Gili.Isenberg.
- Torrealba, Bernardo., Vera, Elizabeth y Cortés, Dennise. (2015) *"Inducción" : Proceso de Recursos Humanos*. Recuperado de <http://inducccionrrhh.blogspot.com.co/>