

## Programa de Inducción en las Empresas como Herramienta de Mercadotecnia Emocional

### The Induction Program in Organizations as a Tool for Emotional Marketing

Barragán C., José<sup>1</sup>; Guerra R. Pablo<sup>2</sup>; Ortiz, Mtz. Armando<sup>3</sup>; Sandoval O., Pablo<sup>4</sup>

#### Resumen

Una de las herramientas más frecuentes en las organizaciones al momento de integrar a las nuevas contrataciones de personal, es el programa de inducción. En estos programas las organizaciones tratan básicamente de “integrar los intereses individuales de los empleados, a los intereses comunes de la organización”. Algunas veces estos programas no funcionan eficientemente en los que propone en cuanto a esa integración de intereses. Esta investigación, trata de evaluar la eficiencia de os programas de inducción, desde el punto de vista de la mercadotecnia; esto significa que la organización literalmente “debe vender su misión, visión y objetivos “a sus empleados, es básicamente una función de venta de una idea / emoción, en la cual se espere que no solo la acepte el empleado, sino que la lleve a cabo. En la construcción de esta investigación, se analiza la teoría básica de la inducción al personal, así como las recomendaciones para que un programa de este tipo, tenga una verdadera y eficaz emoción de aceptación a los objetivos de una organización.

Palabras clave: inducción, organizaciones, mercadotecnia, emociones

**JEL:** MOO, M10

---

<sup>1</sup> [jose.barraganc@uanl.mx](mailto:jose.barraganc@uanl.mx)

<sup>2</sup> [pablo.guerrard@uanl.edu.mx](mailto:pablo.guerrard@uanl.edu.mx)

<sup>3</sup> [aortiz51@hotmail.com](mailto:aortiz51@hotmail.com)

<sup>4</sup> [pablosandoval5907@gmail.com](mailto:pablosandoval5907@gmail.com) ( alumno del programa de jóvenes investigadores- FACPYA)

## **Abstract**

One of the most frequent tools in organizations, use when they want to integrate the new employees, is the induction program. In these programs the organizations basically try to "integrate the individual interests of the employees, to the common interests of the organization". Sometimes these programs do not work efficiently in those proposed in terms of this integration of interests. This article, tries to evaluate the efficiency of the programs of induction, from the marketing point of view; this means that the organization literally "must sell its mission, vision and objectives" to its employees, so it is basically a function of selling an idea / emotion, in which expected results, are not only that the new employee accepts, but that literally traduce in actions. In this research, the basic theory of the induction to personnel is analyzed, as well to present some useful recommendations so that an induction program comes as a true and effective emotion of acceptance, to the objectives of an organization.

Key words: Induction, organization, marketing, emotions

**JEL:** MOO, M10

## **Introducción**

Hoy en día, es muy común que las empresas formulen un plan estratégico de inducción del personal, como parte de las funciones básicas en la administración de recursos humanos. Un proceso al cual se le ha dado mucha importancia como a cualquier otro proceso como de calidad, administración, mercadotecnia, etc. Por medio de este, se puede lograr que el nuevo empleado tenga un sentido de pertenencia hacia la empresa, con esto se logra una mayor disposición por parte del trabajador a lograr los objetivos que la empresa ha trazado.

En el proceso de inducción se presenta a los reclutados un panorama de lo que es la empresa, su misión, visión, valores, actividades, programas de desarrollo, instalaciones, entre otras cosas.

Para esto, más adelante se mencionará las etapas del proceso de inducción y que temas contienen cada una.

Al principio de cualquier empleo, existe la incertidumbre y el miedo por parte de los trabajadores de saber cómo es el clima laboral y si podrán llevar a cabo todas las actividades que la empresa ponga a su disposición. Con este proceso se pretende lograr una buena adaptación del empleado a su nuevo clima laboral, dándole las herramientas necesarias para un buen desempeño de sus cargos y eliminando la mayor cantidad de dudas posibles que puedan surgir en los primeros días de trabajo.

Diversas investigaciones concuerdan en la existencia de tres fases en el proceso de inducción: inducción general, inducción específica y evaluación. Aunque otras investigaciones concluyen en más fases, pero al final es el mismo proceso.

## **Marco teórico sobre Programas de Inducción**

Como citan (Hezekia, F., Odunayo, P., & Olalekan, J., 2014), la inducción, o socialización, es el proceso donde se reciben nuevos empleados, introduciéndolos a la compañía, compañeros de trabajo, informándolos de las actividades, vestimenta y cultura organizacional.

Con esto, se puede decir que el objetivo del proceso de inducción es facilitar la entrada del empleado a la empresa, dándole la información necesaria para poder comenzar sus actividades de trabajo y resolverle cualquier duda.

Al iniciar un trabajo nuevo, el empleado desconoce los procesos y actividades que realiza la empresa, es menester de la empresa dotarlo del conocimiento necesario para realizar sus actividades desde un principio, si se dejará al trabajador sin ese conocimiento, tardaría probablemente días o meses en descubrir los procedimientos de trabajo y eso al final se puede representar como pérdidas para la empresa por ineficiencia de producción.

El proceso de inducción es parte fundamental para llegar a las expectativas del empleado, ya que en este periodo es donde el mismo puede llegar a motivarse para realizar sus tareas eficazmente o, por el contrario, desmotivarse, con el riesgo de querer salir de la empresa.

### **Tipos de Inducción.**

#### **Inducción general**

En esta fase es en donde se le da al empleado visión general de la empresa, los aspectos más generales, como los siguientes: organigrama, misión, visión, instalaciones, seguridad, uniforme de trabajo, horarios de descanso, vacaciones, jornada laboral, tipo de contratos, actividades de la empresa, productos, responsabilidad social, políticas, promociones, lugar de pago, reglamento, etc.

Generalmente esta información es impartida por el departamento de recursos humanos.

Se aborda todo lo que sea de carácter general, ya que habrá información más específica, pero eso dependerá de la función que va a desempeñar cada empleado, lo cual se ve en la siguiente fase del proceso de inducción.

Se puede dar el caso que en la inducción se encuentren empleados que van a distintas áreas, los cuales necesitan información diferente para sus actividades de trabajo, pero el beneficio de la inducción general es que la organización les da a conocer a los empleados la importancia de todas las áreas y la importancia del trabajo de cada uno de ellos y como apoyan a la empresa, además de dar a conocer los valores de la empresa.

### **Inducción específica**

Esta fase se ve más a profundidad los aspectos de cada puesto, dependiendo el puesto que se tenga, se abordarán temas específicos dejando a un lado los aspectos generales. En este punto se le brinda las instrucciones, con mayor claridad posible, de lo que deben de hacer en su puesto y cuáles son los objetivos que deben de alcanzar. Esta fase es dirigida por el jefe de área o supervisor, ya que se abordan temas más técnicos.

El contenido de esta fase son los siguientes:

- Descripción del puesto
- Objetivos
- Personal con el que se va a interactuar
- Entrenamiento en su área específica
- Clientes internos y externos
- Procedimientos de producción y/o administración

- Procesos de seguridad
- Riesgos existentes en su puesto. Cabe aclarar que este punto es un derecho del empleado y obligación de la empresa de dar aviso al mismo de los riesgos a los que está expuesto y de los daños colaterales que puede sufrir durante o después de las actividades de trabajo.
- Uniforme de seguridad (equipo de protección). Instrucciones de uso, de cuidado y de mantenimiento para efecto de prolongar la vida de los instrumentos de trabajo, en este caso de uniforme especial, si es que es requerido.
- Permisos de salida, rotaciones y bonos. Todos estos temas se deben aclarar con el supervisor.

En esta fase se presenta el programa de formación para los trabajadores el cual se realiza con el propósito de ver contenidos y temas relacionados con el puesto de trabajo para poder llevar a cabo esta tarea. El contenido del programa va a depender de la importancia y de los conocimientos necesarios para llevar a cabo un puesto específico. El objetivo de este programa es dar conocimientos técnicos al empleado. (Perea, 2006)



Figura 1. Proceso de formación. (Perea, 2006)

### El proceso de evaluación

En este punto se han terminado o están a puntos de terminarse las

actividades del proceso de inducción. Esta fase es utilizada para aclarar cualquier duda que haya quedado o checar información faltante, generalmente también se realiza 15 o 30 días después que el empleado haya empezado sus actividades laborales.

Se evalúa al trabajador con un formato donde se le preguntan los puntos clave de la inducción, con el fin de saber si entendió toda la información, y donde se le pide anotar los puntos que no quedaron claros. Al igual otros formatos solo piden al empleado calificar las explicaciones que se abordaron en el proceso de inducción.

Ramírez (2010) nos muestra un formato el cual puede ser utilizado por cualquier empresa adaptándolo a sus criterios para evaluar el proceso de inducción.

<b>SEGUIMIENTO A LA INDUCCIÓN</b>		
<p>Con el fin de <i>resolverle oportunamente algunas inquietudes o dudas</i> que le hallan quedado después de haber asistido al programa de inducción, usted debe contestar el siguiente cuestionario, marcando con una equis (X) el primer cuadro, en caso de tener claridad sobre el aspecto que se le pregunta, o el segundo cuadro, cuando usted requiera mayor información sobre dicho aspecto.</p>		
<b>ASPECTOS CLAVES DE LA INDUCCIÓN</b>	<b>ES CLARA LA EXPLICACIÓN</b>	<b>QUISIERA TENER MÁS INFORMACIÓN</b>
<p><b>COMO REPORTARSE AL TRABAJO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cómo marcar el tiempo</li> <li>• Cómo vestirse para trabajar</li> <li>• Uso de los casilleros para guardar sus pertenencias.</li> <li>• Uso del transporte (cuando es suministrado por la empresa)</li> </ul>		
<p><b>COMO INFORMAR</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausencias o problemas personales</li> <li>• Accidentes de trabajo</li> <li>• Factores de riesgo en el puesto o sección</li> </ul>		
<p><b>ESTÁNDARES DE SEGURIDAD</b></p> <p>Cada empresa dependiendo de los factores de riesgo del personal de cada sección, definirá los aspectos a evaluar, como por ejemplo: Uso de andamios, uso de extinguidores; uso de elementos de protección personal; orden y</p>		

ASPECTOS CLAVES DE LA INDUCCIÓN	ES CLARA LA EXPLICACIÓN	QUISIERA TENER MÁS INFORMACIÓN
limpieza, etc.		
<b>ELEMENTOS DE PROTECCIÓN PERSONAL</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cómo y a quién solicitarlos</li> <li>• Elementos necesarios para realizar su oficio</li> </ul>		
<b>SEGURIDAD SOCIAL</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Riesgos profesionales</li> <li>• Salud</li> <li>• Pensiones</li> </ul>		
<b>REGLAMENTOS Y PROGRAMAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reglamento interno de trabajo</li> <li>• Reglamento de higiene y seguridad</li> <li>• Programa de salud ocupacional</li> </ul>		
<i>Escriba cualquier otra inquietud que tenga sobre la empresa o su trabajo</i>		

Figura 2. Evaluación del proceso de inducción. (Ramírez, 2010)

Como se puede apreciar en el formato de evaluación, se abordan los temas que se vieron durante el proceso de inducción con el propósito de eliminar todas las dudas que puedan existir en el nuevo empleado. Si se llegase a presentar que en el formato se exprese la existencia de alguna duda, inmediatamente la empresa debe de aclarar cualquier duda.

### **Cuando la inducción no está funcionando**

Una de las situaciones más peculiares en las organizaciones, en las cuales es factible ver que el programa de inducción no funciona como debería, son las siguientes:

- Al llegar los empleados a las áreas comunes, como la cafetería, se encuentran con otro empleados que está solo en una mesa, y se preguntan “ quien es él?” y alguien le contesta: “ en la nueva contratación, nadie lo conoce...”. Aquí se puede percibir que el programa de inducción no cumple con integrar a los



empleados, y se pierde la mejor oportunidad de integración, en el momento más propicio que es la llegada del nuevo empleado a la organización.

- Otra situación, es que el programa de inducción consiste únicamente en que el nuevo empleado vea un video, en el cual se muestra la organización y sus características y funciones primordiales; esta práctica generalmente deja muchas dudas en el nuevo empleado, en aspectos tales como, programas de vida y carrera, oportunidades de promoción a corto y largo plazo, entre otras.

### **Cuando la inducción si está funcionando**

- Es comúnmente conocido, que los empleados de las cerveceras no aceptan quedarse en un establecimiento de comidas, si ahí no sirven la marca para la cual ellos trabajan.
- Otro de igual importancia, es la de empleados de los servicios de mensajería a nivel global, a quienes mueve la urgencia por entregar la paquetería a sus destinatarios, en los plazos contratados, y que prácticamente están involucrados en los que su lema profesional en una de estas empresas: "sincronizando los negocios".

### **Beneficios**

Diversos beneficios pueden surgir al aplicar el programa de inducción, tales como:

- La tasa de rotación disminuye. Una buena planeación del proceso de inducción hace que el trabajador sienta más confianza en las tareas que realizará, de esta forma hay más posibilidades que se mantenga en su puesto.
- Disminuye la incertidumbre en el empleado. Para un empleado, el ingresar a una nueva empresa, da lugar al miedo o la incertidumbre de saber cómo será el ambiente organizacional, las tareas, el trato y la comunicación entre

compañeros, con el proceso de inducción se busca transmitir confianza al trabajador para que se sienta más a gusto en el ambiente laboral.

- Resultados rápidos y menos margen de error. Gracias a que el proceso de inducción explica detalladamente con órdenes claras y precisas las actividades del puesto, el empleado es dotado de los conocimientos necesarios para llevar a cabo tales actividades. No es lo mismo dejar que el empleado empiece desde el primer día las actividades esperando que descubra cada uno de los procedimientos por si solo tomándole tiempo, el cual va a reducir su grado de efectividad.
- Aumento de productividad.
- Los empleados tendrán una mayor seguridad cuando estén realizando alguna actividad riesgos (dependiendo del tipo de trabajo) y sabrán actuar de una manera inteligente si se presenta algún imprevisto y/o accidente.
- Los empleados sabrán como actuar ante momentos de decisión respecto a sus tareas.

## **Conclusión**

En conclusión, el proceso de inducción es un proceso de mucha importancia para la empresa, ya que ayuda a mantener bien informado al empleado, al igual que lo dota de las herramientas suficientes para un buen rendimiento en el trabajo. Como resultado, la productividad aumenta dando paso a la disminución de la rotación laboral, lo cual a la empresa le cuesta dinero y tiempo perdido. De esta manera podemos decir que el empleado va disminuyendo sus incertidumbres y miedos acerca del clima laboral y, como resultado, se logrará la permanencia del empleado y la motivación de este con sus tareas.

Este proceso es un punto que las grandes empresas no deben omitir por sus beneficios. Cada vez más empresas toman en cuenta este proceso que es llevado a cabo por medio del departamento de recursos humanos.

## **Recomendaciones**

Para un buen programa de inducción es recomendable:

- Elaborar un programa de bienvenida a todos los nuevos integrantes de parte de la alta dirección, y de ser posible personalmente.
- Enviar una carta de bienvenida personalizado a cada nueva contratación por la alta dirección.
- Diseñar un programa de “acompañamiento personalizado, en donde un empleado actual, se encargue de familiarizar a la nueva contratación.
- Siempre es confiable proyectar un video de bienvenida, dando a conocer los principales lineamientos del lugar de trabajo, tales como, reglamento interno, código de conducta, código de ética, y código de vestimenta; así como la ubicación geográfica de instalaciones, y las principales áreas de trabajo y socialización.

Estas son las mejores recomendaciones mínimas.

### Referencias

Bermúdez, H. (2011). La inducción general en la empresa. Entre un proceso administrativo y un fenómeno sociológico. 2018, de Sistema de Información Científica Redalyc Sitio web: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=187222420006>

García, G. (2014). Importancia de la inducción para el desempeño del personal de la mediana empresa industrial. Agosto 29, 2018, de Universidad Rafael Landívar Sitio web: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Garcia-Gladys.pdf>

Hezekia, F., Odunayo, P., & Olalekan, J. (2014). Induction and Staff Attitude towards Retention and Organizational Effectiveness. International Organization of Scientific Research, 16, 6. 2018, Agosto, De IOSR Journal Base de datos.

Perea, J. (2006). Gestión de recursos humanos: enfoque sistémico en una perspectiva global. Revista IIPSI, 9, 109-122.

Ramírez, G. (2010). Procesos de inducción y entrenamiento. Septiembre 20, 2018, de Sura Sitio web: [https://www.arlsura.com/pag\\_serlinea/distribuidores/doc/documentacion/inducccion.pdf](https://www.arlsura.com/pag_serlinea/distribuidores/doc/documentacion/inducccion.pdf)

Turró, M. (2017). Programa de inducción de personal. Agosto 22, 2018, de Punto ejecutivo Sitio web: <https://docplayer.es/47735979-Programa-de-induccion-de-personal.html>