

**Diseño de proceso de inducción y entrenamiento del personal de servicio al cliente
en las droguerías “Superfamiliar” en la ciudad de Cali**

Xiomara Franco Cabal

Anyi Carolina Marín García

Karen Lizeth Mendez Hernandez

Juan Diego Botero Muñoz

Emelin Natalia Sarmiento Vásquez

Director

Andrés Felipe Pérez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela De Ciencias Administrativas, Contables, Económicas Y De Negocios - ECACEN

Administración de Empresas

Diplomado de Profundización en Gerencia del Talento Humano

2021

Dedicatoria

El presente proyecto de grado es dedicado a nuestras familias, quienes han sido pilar fundamental para la culminación con éxito de nuestros procesos educativos superiores, siendo ellos quienes nos han permitido adquirir las más grandes enseñanzas de vida, y valores que hoy nos permitirán cumplir grandes sueños, como lo es convertirnos en profesionales integrales y de gran valor para la sociedad.

Agradecimientos

Nos gustaría aprovechar estas líneas para agradecer el apoyo que amigos y compañeros nos han brindado durante todo este proceso de formación.

En primer lugar, quisiéramos agradecer a nuestra familia, en especial a nuestros padres y a nuestras parejas: por brindarnos su acompañamiento, por estar allí para motivarnos a cumplir con nuestros sueños, por creer en nosotros y hacernos evolucionar académicamente para llegar a este gran logro.

Así mismo, deseamos expresar nuestro agradecimiento a la empresa y al personal que forman parte de Droguerías Superfamiliar por permitirnos realizar el proyecto de grado dentro de su organización, gracias por todo su apoyo e información.

Por último, les damos las gracias a la Universidad por ser el centro de todo el conocimiento que hemos desarrollado en estos años. Agradecimientos a toda la red de tutores que en estos años nos han orientado y acompañado a lo largo de este proceso brindándonos todo su conocimiento y dedicación para formarnos como grandes profesionales.

Resumen

En esta época donde las organizaciones se encuentran con diferentes retos, donde la rotación de personal se hace constante, es necesario para las empresas anticiparse y lograr unas bases sólidas que les permita cumplir sus objetivos sin mayores afectaciones. La inducción al personal hace parte de esas bases, es el primer contacto del trabajador con la empresa, donde adquiere el conocimiento de sus funciones y la orientación hacia los objetivos de la organización, la información necesaria para cumplir eficientemente su labor. Un proceso de inducción organizado y alineado con los objetivos de la empresa minimiza errores, sobre costos, influye positivamente en el ambiente laboral.

En el desarrollo del personal dentro de la organización, se hace fundamental definir un programa de capacitación constante, que permita elevar el nivel del trabajador y prepararse para los cambios futuros.

Palabras clave: Productividad, Capacitación, Laboral, Organización, Seguimiento

Abstract

At this time where organizations are faced with different challenges, where staff turnover is constant, it is necessary for companies to anticipate and achieve a solid foundation that allows them to meet their objectives without major disruptions. Induction to staff is part of these bases, it is the worker's first contact with the company, where they acquire knowledge of their functions and orientation towards the objectives of the organization, the information necessary to efficiently carry out their work. An organized induction process aligned with the objectives of the company minimizes errors, costs, positively influences the work environment.

In the development of personnel within the organization, it is essential to define a constant training program, which allows raising the level of the worker and preparing for future changes.

Keywords: Productivity, Training, Labor, Organization, Follow-up

Tabla de contenido

	Pág
Introducción	9
Planteamiento del Problema	11
Justificación de la investigación	13
Objetivos	15
Antecedentes del problema	16
Marco Teórico.....	18
Marco Legal	23
Metodología de la investigación	28
Resultados	30
Conclusiones	43
Recomendaciones	44
Referencias bibliográficas.....	46

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. Resultados pregunta 1.....	30
Figura 2. Resultados pregunta 2.....	31
Figura 3. Resultados pregunta 3.....	32
Figura 4. Resultados pregunta 4.....	33
Figura 5. Resultados pregunta 5.....	34
Figura 6. Resultados pregunta 6.....	35
Figura 7. Resultados pregunta 7.....	36
Figura 8. Resultados pregunta 8.....	37
Figura 9. Resultados pregunta 9.....	38
Figura 10. Flujograma Proceso de Inducción Droguerías Superfamiliar	42

Lista de Anexos

	Pág.
Anexos A Encuesta.....	49
Anexos B Formato de Inducción	51
Anexos C Formato de seguimiento y evaluación	52

Introducción

En el presente proyecto se da a conocer el análisis y la problemática encontrada en la empresa, Droguerías Superfamiliar es una cadena de droguerías del Valle del Cauca con un conocimiento y experiencia de más de 25 años en el mercado farmacéutico. Es una empresa dedicada al Comercio al por menor de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de tocador. Para este proyecto se tiene en cuenta la problemática encontrada en Droguerías Superfamiliar teniendo como foco, la realización de los objetivos previstos para el proyecto. La inducción de personal y la capacitación hace parte de los procesos fundamentales de una organización, ya que permite orientar al personal contratado, para que tenga conocimiento de los estándares de calidad establecidos por la empresa, así mismo, se cumple los objetivos propuestos por la organización.

De igual forma, los procesos de inducción y capacitación permitirán al empleado recién vinculado a la empresa adquirir habilidades, mejorar su desempeño y lograr mayor productividad que son importantes para el área de esta en la empresa, así como permitirá a los empleadores observar cómo se desenvuelven los empleados en ciertos aspectos, como habilidades, desempeño, y personalidad, a lo que la empresa busca.

Es por esto, que en este trabajo se buscara diseñar e implementar un proceso de inducción y entrenamiento que se amolde a las necesidades de la empresa, buscando así que los empleados estén en plenas condiciones para cumplir sus obligaciones laborales, estén mejor entrenados, de esta forma mejorar la productividad de la empresa, al asegurarnos que los empleados cumplan los requisitos establecidos y obtengan las habilidades necesarias para rendir de forma satisfactoria en la empresa.

Título del proyecto

Diseño de Proceso de Inducción y Entrenamiento del Personal de Servicio al Cliente en las Droguerías “Superfamiliar” en la Ciudad de Cali.

Razón social: Servyfarma S.A.S

NIT: 900104046-0

Puntos de Venta

Superfamiliar droguerías Alfonso López Cra 7B Bis #70-143

Superfamiliar droguerías Popular Cra 5 norte #45N-49

Superfamiliar droguería Benjamín Herrera. Cra 15 #30A-53

Droguerías Superfamiliar se dedica al comercio al por menor de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de tocador, Superfamiliar es una cadena de droguerías del Valle del Cauca con un conocimiento y experiencia de más de 25 años en el mercado farmacéutico. Su filosofía y razón de ser giran en torno a tres conceptos fundamentales: Calidad, Servicio y Precio. Su principal objetivo es prestar un servicio integral a los clientes, representado en una amable, acertada y oportuna atención; con el más amplio surtido de medicamentos, excelente calidad y con precios bajos.

Planteamiento del Problema

Siendo la industria farmacéutica una de las más beneficiadas con respecto a la pandemia, como lo indica (Rincón, 2021) A pesar de la crisis sanitaria que ocurrió en el 2020 el sector farmacéutico fue el protagonista ya que presentó crecimientos, el sector creció 26,8% en comparación con el año 2019 y su participación en el PIB de la nación fue de 4,10%, una cifra que se logró con la labor de 42.486 personas; el incremento de puestos de trabajo para esta industria también aumentó, generando así una demanda importante de técnicos, tecnólogos y auxiliares con los conocimientos adecuados para ocupar los cargos establecidos en las diferentes droguerías.

En relación con esta demanda en tiempos de pandemia, se ha identificado ciertas problemáticas debido a que en las farmacias han adquirido nuevo personal de manera acelerada, con relación a los procesos que se realizaban en años anteriores, acortando los procesos de selección.

Una investigación realizada por Muñoz (2007) en Cartagena Bogotá, Valle de Aburrá, Montería, Pasto y Barranquilla, demostró que las personas encuestadas en las droguerías del país realizan recomendaciones de medicamentos a la población en general, lo cual puede afectar negativamente la salud pública ya que estas prácticas no deben realizarse sin el previo conocimiento, de igual manera el desconocimiento en gran parte de los empleados de sus verdaderas funciones y limitaciones.

Esta problemática radica en los procesos de inducción y entrenamiento del personal nuevo, lo cual hace indispensable determinar nuevas posibilidades de solución para contribuir con el mejoramiento del servicio prestado a los habitantes. En base a lo anterior, se necesita

generar una cultura de mejoramiento continuo al personal y así puedan brindar un servicio de calidad y eficaz a los usuarios.

Es por esto que se encuentra la necesidad de diseñar un proceso de inducción y capacitación para la empresa Droguerías Superfamiliar , el cual va dirigido al personal que hace parte del punto de venta y tienen relación directa con los clientes externos de la organización, debido a que en la actualidad la droguería no cuenta con este proceso establecido de manera estructural, permitiendo al mismo tiempo reforzar el conocimiento en el catálogo de productos que ofrece la empresa, asimismo la manipulación y disposición de estos productos, ya que se debe mantener estos productos médicos sin alteración alguna, logrando generar experiencias positivas en cada uno de los puntos de venta, mejorando el servicio al cliente de la organización, además se requiere un proceso de desarrollo y formación laboral, con la necesidad de desarrollar y favorecer las actitudes y aptitudes de los trabajadores dentro de la organización, con el fin de obtener unos mejores resultados en el desempeño laboral.

Justificación de la investigación

Las organizaciones se enfrentan constantemente a la deserción laboral y por ende a la consecución de nuevo talento humano, el cual pasa por un proceso que, en la mayoría de los casos, llega a ser un tema sumamente complejo y delicado, que determina en gran parte, que el nuevo colaborador decida o no quedarse en su nuevo puesto de trabajo. Es por esto, que se hace necesario y bastante relevante. Para Gómez, Balkin y Cardy (2003), el proceso de inducción tiene como finalidad proporcionar información imprescindible para que el empleado desarrolle de forma correcta sus actividades laborales, mientras que el proceso de socialización debe orientarse a que los nuevos empleados aprendan el reglamento, conductas, valores para cumplir así las expectativas colocadas por la organización.

La carencia de un adecuado proceso de inducción puede incluso llevar a inconvenientes y problemáticas en el desarrollo de las labores que el nuevo colaborador empiece a desempeñar en la organización, desfavoreciendo la imagen de la empresa u organización frente a los clientes y/o usuarios.

Ahora bien, también se hace necesario, que, en el desarrollo del recurso humano, se genere un constante análisis de las carencias de conocimientos, actitudes y habilidades, que puedan presentar tanto los colaboradores antiguos como los nuevos, esto con el fin de lograr fortalecer las competencias del personal, aumentando la productividad y las capacidades de este.

Bohlander et al (2001) señala ciertos beneficios que la inducción tiene para los empleados, entre los cuales destaca el aumento de la moralidad, reducción de costos de reclutamiento y capacitación, disminución de la ansiedad en empleados nuevos, aumento de la productividad, entre otros.

Por su parte, Mondy, R (2010) resalta la importancia del proceso de inducción, pues esta permite que las relaciones laborales inicien de buena forma, debido al reconocimiento oportuno de varios factores, como las remuneraciones, reglamentos, políticas y cultura empresarial, permitiendo todo esto que el nuevo empleado obtenga una mayor seguridad al reconocer tanto las políticas como los objetivos organizacionales.

Por su parte, Cardenas Lesmes (2012) ve la inducción como un proceso de suma importancia, puesto que es durante esta que el futuro colaborador se acople de forma total con la compañía, las estrategias, etc. El autor expone que las compañías de servicio al cliente más exitosas en Estados Unidos suelen invertir alrededor de dos meses en procesos de inducción.

Díaz y Pardo (2014) por su parte, en un estudio realizado se encuentra una menor percepción de impacto debido a cambios, la implementación de planes de capacitación y desarrollo de habilidades y competencias contribuye a mejorar o reducir tensiones en el clima organizacional como efecto de cambios y transformaciones, disminuyendo factores como la incertidumbre, y mejorando participación de los equipos y sus miembros como factor de protección o favorecedor del cambio.

Desde otra perspectiva, Tello, V (1993) considera de gran importancia el proceso de inducción de la persona, pues gracias a este se evitarán confusiones del nuevo personal, así como hacer más fácil la adaptación, lo cual tendrá como efecto que la participación en la empresa se logre de manera más rápida posible, llegando a cumplir los objetivos empresariales, así como reducir la rotación, aumentar la productividad y mermar costos de reclutamiento y capacitación.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar un proceso de inducción y entrenamiento al personal de servicio al cliente en las Droguerías Superfamiliar en la ciudad de Cali, con el fin de tener un personal idóneo para mejorar el desempeño laboral y así brindar un mejor servicio al cliente.

Objetivos Específicos

Reconocer los estándares de calidad y el conjunto de habilidades y conocimientos que la droguería superfamiliar busca en sus empleados en el área de ventas y servicio al cliente.

Diagnosticar el proceso en el que actualmente la organización realiza la inducción y entrenamiento al personal del servicio al cliente para estudiar las falencias.

Proponer un diseño en el proceso de inducción y entrenamiento para mejorar el desempeño laboral de los empleados del punto de venta de Droguerías Superfamiliar.

Antecedentes del problema

La inducción es un método ideal para iniciar una nueva manera de pensar en la organización (Cane, 1997, p.68). Esta autora muestra como la primera impresión en los nuevos empleados es fundamental y que no solo contribuye al futuro de estos como tal, sino también el futuro de la organización es por esto que Edison Vinicio Esparza y Landívar Jean Paul Pinto (2014) de la Universidad San Francisco de Quito, a través de su tesis “Análisis del impacto de los procesos de inducción sobre la productividad de los empleados” da a conocer mediante un análisis teórico y entrevistas a empleados de diferentes sectores, la influencia de un correcto proceso de inducción en la productividad de una organización desde un momento más temprano, debido a que el empleado realiza sus funciones con la seguridad de su experticia y conocimientos, generando otras variables que sirven como fuentes motivacionales para el desarrollo laboral, por lo tanto, los autores recomiendan innovar en las técnicas utilizadas en este proceso, ya que según los entrevistados, la inducción es más efectiva cuando se hace uso de medios “más dinámicos” .

Como parte integral de la prestación de los servicios, y en especial de los relacionados con la salud, es de vital importancia contar con un personal idóneamente capacitado, de esta manera se logra llegar a índices de satisfacción adecuados y consecución de objetivos organizacionales.

Según la investigación “Inducción y capacitación como factor de desarrollo de los IPS (centros médicos) de Villavicencio, meta – Colombia” realizada por la universidad de los Llanos, y cuyo objetivo era identificar los procesos de inducción y capacitación de personal en las IPS seleccionadas, (Universidad de los Llanos, 2019). Esta investigación nos indica que el

desempeño de los colaboradores está ligado con la competitividad de la compañía, a menor desempeño de los empleados menor productividad de la empresa, por ende su nivel de competitividad en el mercado también disminuye.; se observó que casi siempre (87%) la capacitación es considerada una ventaja competitiva en las IPS, también se analizó que casi siempre (92,5%) buscan, con sus planes de capacitación, mejorar su capacidad de competitividad y casi siempre (81,5%) se preparan para la globalización.

Además se resalta autores como Duran, Dovane y Ramos en el año 2019, con su “Propuesta de inducción al personal que ingresa a laborar en la constructora Confuturo Ltda., en la ciudad de Montería”, que nos habla de lo importante que es el proceso de inducción, como “el primer acercamiento del empleado con la empresa, es necesario que el programa de inducción se apoye con la alta dirección y sea conducido con una actitud de respeto y cordialidad, de manera que su productividad, identificación, rendimiento y confianza” para así poder contribuir. Las personas que por ejemplo llegan nuevas a la organización aportan nuevas destrezas, capacidades, talentos que le brinda oportunidades a la organización, pero si no se tiene una buena inducción todas estas nuevas destrezas se pueden perder. De esto dependerá que el personal que tenga la organización tenga un buen servicio al cliente y se obtenga mayor productividad y calidad del servicio.

Marco Teórico

Este trabajo tiene como propósito diseñar e implementar un plan de inducción y entrenamiento al personal de servicio al cliente en las Droguerías Superfamiliar en la ciudad de Cali, donde se realizará un proceso de diagnóstico y subsecuentemente proponer un diseño en el proceso de inducción y entrenamiento para mejorar el desempeño laboral de los empleados de Droguerías Superfamiliar.

La empresa se desempeña en el sector de la salud y comercialización de productos farmacéuticos, medicinales, cosméticos, al ser una droguería, estos procesos toman una mayor fuerza, teniendo en cuenta que el recurso humano es el más importante para el éxito de la empresa en esta área. De acuerdo con lo dicho por Camejo y Cejas (2004), “la ausencia de RH puede ser un factor que imposibilite que la organización logre sus objetivos”.

De acuerdo con la clasificación dada por Grados (2013), “las empresas comerciales son aquellas que se dedican a la exposición y distribución del producto, por lo que son un intermediario entre el fabricante y el consumidor” y, al ser el engranaje encargado de vender el producto al público, que el recurso humano y procesos de inducción y entrenamiento se vuelven esenciales para realizar dichas ventas.

De repente la sociedad dio un giro importante, y hoy por hoy la alta competencia y la posibilidad de conseguir los mismos productos y/o servicios en diferentes lugares, hace que los consumidores/clientes sean cada vez más exigentes y selectivos con la forma en que los van a adquirir. Siguiendo esta idea, vemos como el buen servicio y atención al cliente hacen una gran diferencia entre un sitio y otro, y así mismo es de suma importancia para el cliente percibir que

quien atiende su requerimiento tiene todos los conocimientos que él/ella busca para aclarar sus dudas y tomar la decisión de compra.

Mientras tanto, Claudia Raquel Coral (2011) indica que la atención al cliente es uno de los rasgos de mayor importancia dentro de las empresas y comercios del sector servicios, motivo por el cual los empleados deben mostrar los valores y procederes que identifican a la organización y que los clientes esperan de ellos. Estos valores se incorporan durante la inducción.

En el sector salud, se hace entonces mucho más importante cuando el personal que atiende o presta el servicio en lo relacionado con la salud, sea idóneo y altamente capacitado, como el caso de las farmacias, en donde se hace indispensable otorgar confianza y seguridad al paciente, pues puede verse perjudicada su salud en medio del proceso.

El ministerio de salud define la seguridad del paciente como aquel conjunto de elementos estructurales, procesos, instrumentos y metodologías que se basan en evidencia científica y que buscan minimizar el riesgo de eventos adversos durante el proceso de atención, o de mitigar las consecuencias. Esto implica evaluaciones permanentes de riesgos asociados con los procesos de atención en salud con el fin de diseñar e implementar la seguridad necesaria. Siendo esta una de las principales razones por las cuales se debe crear e implementar los procesos de inducción e incluso re – inducción adecuados para el personal de salud que interviene en los procesos no solo asistenciales, si no también comerciales.

Grados Espinosa, según su libro llamado “Reclutamiento, Selección, Contratación e Inducción del personal” (2013, pág. 335), resalta la importancia de un proceso adecuado de

inducción, y como dicho proceso representa ciertas ventajas, tanto para la empresa, como para el puesto.

Para el autor, existen dos tipos de inducción: Una general a la empresa y una inducción al puesto

La inducción general de la empresa estará, la mayor parte del tiempo, a cargo del área de RRHH, sin embargo, no es raro que este a cargo el supervisor inmediato del nuevo empleado. Para realizar dicha inducción, la empresa puede utilizar una variedad de herramientas que permitan transmitir la información de manera clara, concisa y asertiva. Entre estas herramientas, se pueden encontrar talleres, conferencias, cursos, pláticas, películas, presentaciones, salas virtuales, herramientas tecnológicas, la asignación de mentores, juntas de bienvenida, manuales de bienvenida, etc. En este tipo de inducción, se busca dar a conocer al empleado información básica de la compañía, tales como misión, visión, valores, historia, filosofía, instalaciones, reglamentos, etc.

La inducción al puesto, como su nombre indica, es aquella en la cual se presentará el área específica donde el nuevo empleado realizará sus actividades laborales. Según el autor, es en este paso en el cual la gran mayoría de empresas presenta problemáticas, pues son pocas aquellas que realizan una inducción al puesto, o se realiza de forma inadecuada. Grados Espinosa (2013) advierte que, durante este proceso, se deben realizar la presentación al jefe inmediato, presentación del organigrama, presentación de compañeros y compañeras, especificación de objetivos y funciones, explicación de la rutina, la entrega de equipo, uniforme y material (de ser requerido), etc.

Según el autor, un proceso de inducción representará ventajas para la empresa pues ayudará a reducir gastos de reclutamiento y selección, llevará al empleado a sentirse parte de la empresa, mejorando sus niveles de pertenencia, mejorando así su actitud hacia la empresa, acelerará la integración, etc.

Sin embargo, como se mencionó con anterioridad, Grados Espinosa también señala ventajas dentro del puesto de trabajo, que están más centradas y enfocadas a mejorar el desempeño del empleado en su área de trabajo. Entre estas ventajas, el autor rescata el aumento de la seguridad en sus tareas, disminución de porcentaje de accidentes, disminución de las interrupciones por preguntar sobre información y modificaciones de actitudes personales.

La inducción es entonces considerada como una de las tareas que debería cumplir el área de recursos humanos, donde por lo general ya hay programas de inducción que se fortalecen internamente en la misma área de RRHH, pero que se pueden quedar cortos en el proceso de socialización, donde radica el principal problema. Como bien lo indica “ Varios autores afirman que la efectividad de las acciones de un equipo laboral dependerá de la manera en que cada uno de sus miembros realice el trabajo y sea entonces integrado con el resto del proceso productivo.

Concluyendo , el proceso de inducción según (Bizneo, s.f.) “nos dice que un empleado puede adquirir sus conocimientos necesarios en la empresa y manejarlos e integrarlos completamente en su labor.” En la actualidad, los procesos de inducción son de alta importancia para las organizaciones pues maximiza el rendimiento de los empleados, su permanencia en la empresa (disminuyendo la rotación de personal y los gastos que esto implica), mejora los niveles de satisfacción de los clientes/pacientes, y el sentido de pertenencia hacia la empresa y sus valores corporativos.

(Bernardo, 2019) menciona: Hubo una época en que se creía que la única manera de conseguir que el trabajador hiciera un esfuerzo adicional era pagándole más, otorgándole mayores prestaciones y si eso no daba resultado, amenazándole con el despido. En la actualidad, la administración sabe que ni más dinero, ni más beneficios dan por resultado una mayor productividad. Hoy en día, un número cada vez mayor de organizaciones llegan a la conclusión de que la forma más segura de obtener la colaboración plena del trabajador es motivándolo.

Según dice Jesús Encinas, y actuando mediante mecanismos que promuevan un funcionamiento adecuado de la organización y haga que las personas se sientan más satisfechas.

Grados Espinosa (2013) advierte que el proceso de inducción debe realizarse inmediatamente después de la contratación y que tenga una duración mínima de un mes.

El autor también plantea varios tipos de evaluación que se pueden realizar durante un proceso de inducción, entre los cuales rescata, teniendo estos como finalidad identificar el impacto de los procesos de inducción, evaluar el conocimiento adquirido y reconocer falencias y vacíos para trazar estrategias y mejorarlas. Algunas de las estrategias de evaluación que el autor reconoce son el diagnóstico o pretest, terminal o post test, formativo y seguimiento.

Marco Legal

Para el proceso de inducción y capacitación de la empresa Drogueria Superfamiliar, no solo se debe tener en cuenta los aspectos generales como su historia, su estructura, las políticas organizacionales como lo es su misión, visión y los valores corporativos, sino también su normatividad, leyes, decretos o acuerdos que la aparen para el correcto funcionamiento de la organización.

Marta Alles (1998) plantea la inducción como un proceso formal que lleva a que los empleados se familiaricen con la organización, su puesto de trabajo y la unidad de trabajo. Es así que el concepto de inducción lleva a una idea de “identificación”, puesto que propone como objetivo primario que el nuevo empleado se identifique con todo aquello implicado con la organización, incluyendo la normatividad que la apara, los deberes y derechos de sus empleados que es importante a la hora de ofrecer sus servicios al cliente y realizar correctamente su labor.

Los criterios de selección de los proveedores de Superfamiliar Droguerías exigen imprescindiblemente el cumplimiento de los estándares de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).

Todos los esfuerzos de Superfamiliar droguerías están orientados a cumplir las necesidades y exceder las expectativas de sus clientes y/o usuarios. Cumplen rigurosamente con los parámetros de Buenas Prácticas de Distribución (BPD) garantizando con ello, el adecuado almacenamiento, distribución y conservación de los medicamentos todos los procesos y procedimientos de la empresa están orientados al mejoramiento continuo. Los productos que ofrecen son de la más alta calidad, fabricados por laboratorios de reconocido prestigio nacional e

internacional Promueven el desarrollo integral de cada una de las personas que conforman nuestro equipo de trabajo; se preocupan por ofrecer las condiciones necesarias que garanticen un desarrollo personal. De tal manera que comprender el marco normativo aplicado a la inducción de personal permite conocer el alcance y objetivos de los programas y estrategias a aplicar con relación al tema.

Tal como lo establece el Artículo 7 del Decreto Naciona 1567(secretariageneral.gov.co, 2017) Los programas de inducción y reinducción hacen parte de procesos de formación y capacitación, haciendo parte entonces del Plan Institucional de Capacitación – PIC-. Motivo por el cual la formulación de estos procesos debe contestar a las necesidades de la entidad, incluyendo en estas necesidades las problemáticas presentes, perspectivas de cambio y orientaciones para la adaptación de la entidad a su entorno, constituyendo los elementos anteriormente descritos la base de toma de decisiones de la entidad en gestión de talento humano como frente a la planeación institucional.

Claudia Raquel Coral (2011) indica que la seguridad del paciente es aquel conjunto de elementos estructurales, instrumentos, procesos y metodologías que se basan en evidencias científicas y que buscan reducir el riesgo de sufrir eventos adversos durante los procesos de atención en salud, o en su caso, mitigar sus consecuencias. Para tal fin, el Decreto 2309 de 2002 reglamenta el sistema obligatorio de la garantía de la calidad en salud, considerando la seguridad del acto médico asistencial como una de las cinco características de calidad, y define los eventos adversos como un indicador fundamental para medir la seguridad.

Las siguientes son las normas legales aplicables a la industria farmacéutica:

El congreso de la República de Colombia, por medio de la ley 100 de 1993, decreta la creación del Sistema General de Seguridad Social en salud, el cual tiene sus fundamentos en principios como la equidad, obligatoriedad, libre escogencia, protección integral, descentralización administrativa, autonomía de las instituciones, calidad, concertación y participación social. Por medio de esta Ley se implementa el sistema de gestión de calidad para los servicios de salud, siendo consolidado por el Gobierno Nacional en el Decreto 2200 de 2005, que reglamenta el servicio farmacéutico, teniendo como objetivo el regular las actividades y/o procesos propios del servicio farmacéutico.

Es por eso, que la droguería Superfamiliar tiene como objetivo contribuir con el cuidado de la salud y el bienestar personal de la comunidad, ofreciendo altos estándares de calidad, seguridad, y además para satisfacer las necesidades y lograr las expectativas de nuestros clientes.

ISO 9001:2008 nos dice que una empresa debe certificarse mostrando su capacidad en cuanto a satisfacer a los clientes en sus requerimientos y además debe cumplir con todas la leyes aplicables y reglamentos establecidos, conservando un sistema de gestión de la calidad, y evidenciando que si hay mejoras en la organización.

El ministerio de protección social, por medio de la resolución 1403 de 2007 del 14 de mayo, determina el modelo de gestión del servicio farmacéutico, así como la adopción del Manual de condiciones esenciales y procedimientos, y se dictan disposiciones según los siguientes artículos que amparan a la Droguería Superfamiliar de la ciudad de Cali, estos son:

Artículo 4. Principios

El servicio farmacéutico debe basarse en los principios establecidos, según la Constitución, las leyes y las ordenes nacionales en cuanto a la salud, como, por ejemplo: Accesibilidad, eficacia, buen servicio al cliente, Eficiencia, Humanización, Seguridad, Oportunidad, entre otros.

Artículo 5. Funciones

De conformidad con lo previsto en el artículo 7° del Decreto 2200 de 2005, el servicio farmacéutico realizará las siguientes funciones para garantizar el cumplimiento de sus labores, el interviene la parte administrativa, lo que es promoción y prevención, Control de recursos y la verificación de cumplimiento, el cual en la empresa el área de recursos humanos de garantizar su cumplimiento desde que se inicia el proceso de inducción y capacitación del personal.

Artículo 22. Inspección, vigilancia y control

Respecto a el Decreto 2200 de 2005 y el Decreto 2330 de 2006, se debe ejercer la inspección, vigilancia y control. La presente resolución y el manual adopta a: Las entidades territoriales de la salud, la superintendencia de salud, Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos o el INVIMA.

Resolución 1403 de 2007 del 14 de mayo

Aquí se determina el Modelo de Gestión del Servicio Farmacéutico, donde se acoge a el Manual de Condiciones Esenciales y Procedimientos y se dictan otras disposiciones, según lo estipulado por el Ministerio de Protección Social.

Decreto 2200 de 2005 del 28 de junio

Aquí se da la reglamentación del servicio farmacéutico y se dictan otras disposiciones. Existen decretos que se cuentan como servicios farmacéuticos: estos se clasifican en generales (Selección, adquisición, recepción y almacenamiento, distribución y dispensación de medicamentos y dispositivos médicos, entre otros) y específicos (Atención farmacéutica, entre otros).

Metodología de la investigación

La presente investigación tendrá un enfoque cuantitativo, dado que se manejarán datos numéricos para llevar a cabo el proyecto de investigación, mediante la realización de una encuesta con preguntas cerradas permite recopilar información acerca de las actividades que ha realizado la empresa Droguerías Superfamiliar relacionadas con la inducción y capacitación del personal, de igual manera el impacto de estas en el desarrollo de las funciones del personal.

Como el tipo de investigación cuantitativa nos permitirá recoger, procesar y analizar datos estadísticos y modelos predictores de conducta que son esenciales para la toma de decisiones y búsqueda de nuevas capacidades y cambios esenciales para la puesta en marcha de las actividades de cada integrante de la empresa.

Fuentes de información primaria

Mediante una encuesta se recopilará la información sobre las actividades que ha realizado la empresa Droguerías Superfamiliar relacionadas con la inducción y capacitación del personal, de igual manera el impacto de estas en el desarrollo de las funciones del personal.

Fuentes de información secundarias

Se hará uso de la información tomada de los manuales establecidos en la empresa Droguerías Superfamiliar como fuente de información secundaria de manera interna.

Se hará uso de las revistas, bibliografía, revistas y todos los aportes científicos que contribuyan en el proyecto como fuente de información secundaria de manera externa.

Tipo de investigación

Se tendrá un enfoque de investigación concluyente descriptivo mediante una manera sistemática, donde se hace uso de la encuesta con preguntas cerradas.

Población

La población son los empleados del departamento de ventas de la Droguería Superfamiliar. La cual está conformada por 12 vendedores. Distribuidos así en 3 sedes:

La sede de la floresta cuenta con 4 vendedores.

La sede de Popular cuenta con 4 vendedores.

La sede de López cuenta con 4 vendedores.

Muestra

Para elaborar la muestra se tomará el 50% (6) del total del departamento de ventas de las Droguerías Superfamiliar. Es decir, por cada sede se encuestarán 2 empleados.

Instrumentos

Para este proyecto se tendrá como instrumento la Encuesta.

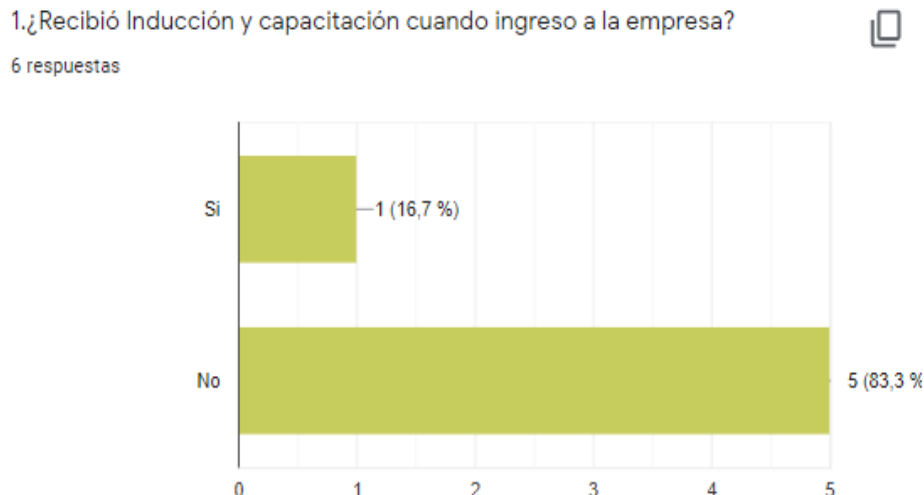
Técnica

Encuesta con preguntas cerradas

Resultados

Con relación a la aplicación de la encuesta para el departamento de Ventas y Servicio al Cliente de Droguerías Superfamiliar, que se aplicó a la muestra la cual represento el 50% de los empleados (6) del total del departamento de ventas de las Droguerías Superfamiliar; se obtuvieron los siguientes resultados:

Figura 1. Resultados pregunta 1.



Nota. Fuente elaboración propia.

Se puede concluir en la figura 1, que el 83,3% de los empleados encuestados, no recibieron ningún tipo de inducción o capacitación al momento de ingresar a la empresa, lo que conlleva a que la adhesión del personal a la empresa se vea disminuida y que los errores en la prestación del servicio tengan mayor espacio para ocurrir. Además con el resultado anterior, se

concluye que la mayoría del personal no tendría sentido de pertenencia a la empresa, ya que no la conoce muy bien.

Figura 2. Resultados pregunta 2



Nota. Fuente elaboración propia.

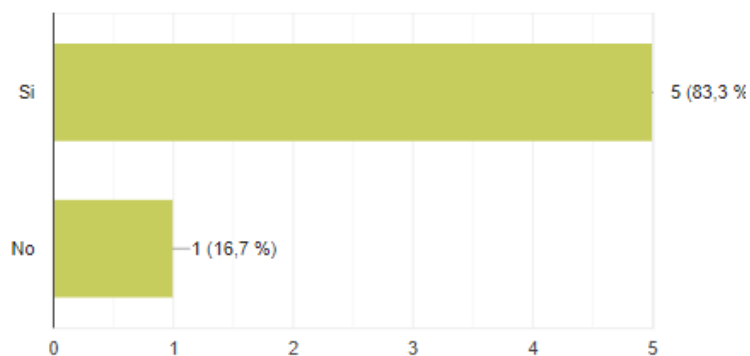
En la figura 2, se observa que para el 100% de los encuestados, es de suma importancia recibir inducción y capacitación al momento de integrarse a la empresa, pues esto hace que conozca la empresa para la que va a trabajar, permite que el trabajador se adapte mucho más rápido a la empresa, facilita el aprendizaje de las funciones que va a realizar, por ende, el nuevo colaborador va a ser más productivo para la empresa, pues esto evita que disminuya la probabilidad de cometer errores.

Además, será beneficioso para el buen funcionamiento de la empresa y la familiarización de los nuevos empleados en la empresa, y en su puesto de trabajo.

Figura 3. Resultados pregunta 3

3. ¿Cree usted que es necesario recibir capacitación permanente para su área de trabajo?

6 respuestas



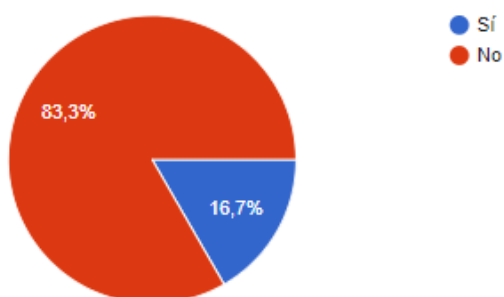
Nota. Fuente elaboración propia.

Tal como se evidencia en la figura 3, el 83,3% de los empleados encuestados consideran importante recibir capacitación permanente en sus puestos y áreas de trabajo; esto con el fin de enriquecer los conocimientos, aptitudes, habilidades y destrezas que pueda tener cada empleado, y con esto permitir un resultado óptimo de servicio. El 16,7% considera que no es necesario una capacitación permanente

Figura 4. Resultados pregunta 4

4. Conoce el uso adecuado de los procesos en su área de trabajo?

6 respuestas



Nota. Fuente elaboración propia.

En la figura 4 se logra evidenciar que el 83.3% de los empleados encuestados afirman no conocer el uso adecuado de los procesos en su área de trabajo; siendo este un tema de especial atención para este estudio, pues aquí se puede determinar ciertas falencias que contribuyen a que se generen servicios deficientes, inconvenientes con los clientes e incluso dentro del mismo clima laboral; pues no tener presente los procesos de cada área, puede intervenir en el buen funcionamiento de los empleados, y esto se reflejará en el servicio que ofrece la empresa, por otra parte el 16,7% dice que si conoce el uso de los procesos en su área de trabajo, un porcentaje muy bajo que genera una alerta para la organización, debido a que la mayor parte de los encuestados no conoce acerca de las funciones que realiza en su área.

Figura 5. Resultados pregunta 5

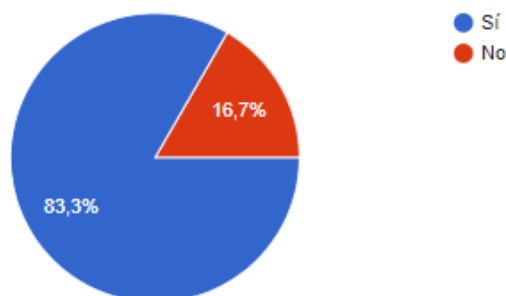
Nota. Fuente elaboración propia.

Según los resultados reflejados en la figura 5, la totalidad de la población encuestada indican no tener claridad en cuanto a los deberes y derechos que tienen en su empresa. Tal como se observa y de acuerdo a lo establecido por diversos autores, algunos de los cuales pudimos profundizar durante la realización de este estudio, los procesos de inducción son vitales para que el nuevo empleado se aclimate e interiorice información básica tanto de la empresa como de su puesto de trabajo. Los resultados obtenidos en esta pregunta permite reconocer que, muy probablemente, la inexistencia de un proceso de inducción hacia los empleados nuevos lleva a un desconocimiento de factores básicos e importantes que todo empleado debe conocer, en este caso, derechos y deberes.

Figura 6. Resultados pregunta 6

6. Considera usted que las capacitaciones de inducción y entrenamiento le ayudan a su crecimiento laboral?

6 respuestas



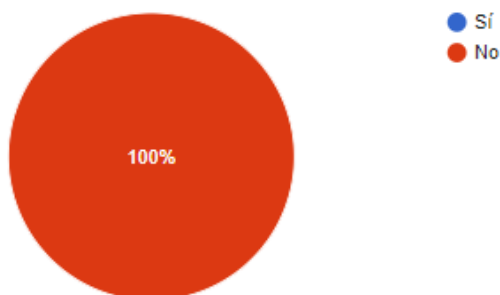
Nota. Fuente elaboración propia.

En la figura 6, se evidencia que el 83,3% de las personas encuestadas consideran que los procesos de capacitación, inducción y entrenamiento ayudan a su crecimiento laboral. Quizás lo más importante de estos datos, es el poder inferir que, debido a la falta de estos procesos, los empleados sientan que se están desempeñando en un puesto, labor, actividad o tarea que no representa una posibilidad real de crecimiento. Esto, a su vez, puede repercutir en el desempeño de la persona en sus actividades laborales, puesto que al sentir que no hay opción de escalar ni de crecer laboralmente, sienta que no vale la pena hacer su mejor esfuerzo, produciendo esto una desarticulación entre los objetivos empresariales y el desempeño que la empresa espera de sus trabajadores.

Figura 7. Resultados pregunta 7

7. Conoce usted algún plan de capacitación que tenga la empresa?

6 respuestas

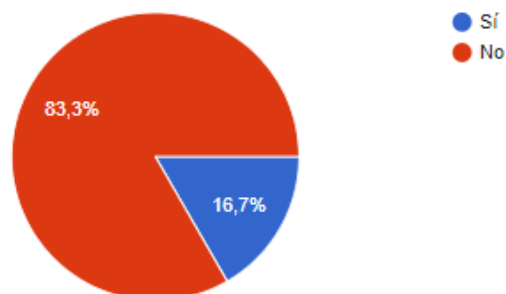


Nota. Fuente elaboración propia.

Tal como lo indica la figura 7, la totalidad de la población encuestada responde esta pregunta de forma negativa lo cual sugiere que, como se ha evidenciado a lo largo de las respuestas a preguntas anteriores, el hecho de que la empresa tiene carencias de gran importancia en estos procesos, la falta de planes de capacitación influye en el desempeño de los empleados en sus tareas, en el desconocimiento de información básica (referirse a la pregunta 5), incluso a un conocimiento claro sobre sus actividades, roles y tareas a seguir en su lugar de trabajo, esto sin duda alguna, resultará en que el servicio al cliente sea de carente calidad, así como influirá de manera negativa en la percepción del empleado frente a la empresa, de sus capacidades y habilidades, generando un mal clima organizacional. Este resultado del 100% determina una clara necesidad de la organización en determinar un plan de inducción eficiente.

Figura 8. Resultados pregunta 8

8. ¿Ha recibido alguna vez capacitación de servicio al cliente?
6 respuestas



Nota. Fuente elaboración propia.

En la figura 8, se puede visualizar que el 83,3% de los encuestados indican no haber recibido capacitación al servicio al cliente. Se puede concluir que la falta de capacitación al servicio al cliente en una empresa dedicada a este mercado es algo que sin duda alguna puede perjudicar de gran manera las ventas, la imagen y el clima organizacional. La capacitación de servicio al cliente es muy importante para el éxito de la empresa, ya que esta permite mayor fidelización por parte del cliente interno y externo hacia la empresa.

Figura 9. Resultados pregunta 9

Nota. Fuente elaboración propia.

En la figura 9, se observa que 83,3% de los empleados encuestados indican el deseo de recibir capacitaciones, con una frecuencia mensual siendo la variable más votada. Esto no solo demuestra la disposición de los empleados a recibir programas de capacitación que permitan mejorar su desempeño. A su vez, la frecuencia elegida por la mayoría de los empleados puede deberse en gran parte, a temor a que la asistencia a estos programas pueda interferir con la realización de sus actividades laborales, por lo cual, quizás, la capacitación mensual sea aquella que permita tanto que se den estos procesos como que su ocupación se mantenga de forma constante. Por lo anterior, podemos decir que es un resultado positivo para la implementación de dichas capacitaciones y además para motivarlos para que sigan creciendo en la empresa.

Teniendo en cuenta el análisis de los resultados y los objetivos del proyecto se tiene como propuesta el siguiente programa de inducción para la empresa Droguerías Superfamiliar SA

(Anexo Formato de inducción):

Finalidad

El siguiente programa de inducción tiene como finalidad el que los nuevos empleados se acoplen e integren de una manera más eficaz y eficiente a la vida laboral de la empresa, permitiendo desarrollar conocimientos sobre diferentes aspectos básicos y fundamentales de la empresa y el puesto trabajo, buscando con esto que el empleado se identifique con los valores y objetivos de la empresa.

Alcance

El programa de inducción deberá ser realizado por todos aquellos empleados que estén vinculados a la empresa por contrato a término fijo o indeterminado, así como aquellos estudiantes de carreras a fines que se presenten a la empresa para realizar sus prácticas profesionales.

Cuadro del programa de inducción

Fase 1: Bienvenida

Esta primera fase tiene como finalidad que el nuevo empleado tenga un primer acercamiento a la empresa, reconociendo las instalaciones, al gerente, y darle a conocer las finalidades por las cuales se realizara el proceso de inducción como tal. La persona a cargo será

el gerente para las siguientes actividades: Bienvenida a la empresa, recorrido por la empresa, charla breve sobre historia de la empresa, objetivos y metas.

Mientras tanto, RRHH estará a cargo de explicarle al nuevo empleado todo lo referente al proceso de inducción y le realizará al empleado una evaluación pre-inducción que servirá como base sobre conocimientos previos.

Duración: 2 horas.

Fase 2: Introducción a la empresa.

Durante esta fase el nuevo empleado aprenderá información general y básica de aspectos importantes para la empresa, tales como la misión, la visión, reseña histórica, valores, cultura, estructura organizacional, etc. Que permitan que el empleado empiece su proceso de integración a la empresa- Se realizará un taller donde se presentará la siguiente información, a cargo de RRHH: Misión, Visión, Valores, Estructura Organizacional, Plan Estratégico.

Duración: 2 horas.

Fase 3: Relación Laboral con la empresa.

Durante esta fase, se le dará a conocer al nuevo empleado aquellos aspectos que tienen que ver directamente con lo estipulado en el contrato laboral e información pertinente a las actividades laborales y reglamentos internos de la empresa. Con esta fase, se termina la inducción a la empresa.

Los temas para tratar en esta fase, por RRHH, son: Normas de seguridad, Permisos, Inasistencias, Horario, Lugar de trabajo, fecha de pago, modalidad de contratación,

Duración: 2 horas

Fase 4: Conocimiento del área y puesto del trabajo.

Tal como su nombre lo indica, esta es la primera fase de la inducción al puesto de trabajo. Busca que el nuevo empleado se familiarice con el puesto y el área, reconozca las labores y actividades que se esperan realice.

Durante esta fase, se espera que el Gerente: Recalque la importancia que tiene para la empresa el puesto de trabajo y el área; Mostrar el organigrama del área; Realice una descripción del puesto, dando a conocer las funciones; Se le explique los indicadores de medición de desempeño; Normativa que rige sus funciones; Se le demuestre el área del trabajo, donde encontrar los diferentes medicamentos y artículos; etc.

Duración: 3 horas.

Fase 5: Presentaciones y Relaciones con otras áreas.

Durante esta fase, se busca que el nuevo empleado se familiarice con los nuevos compañeros de trabajo, facilitando su integración a nuevo ambiente. De igual forma, se busca que reconozca al personal de otras áreas con quienes tendrá que relacionarse.

El Gerente presentara al empleado su jefe inmediato, los compañeros de trabajos (y su rol en el área de trabajo), y de ser necesario, con los subordinados.

De igual manera, se realizarán visitas a las áreas con las cuales se tendrá que relacionar más, haciendo énfasis en la función de dichas áreas y presentando al nuevo empleado a los jefes y empleados claves de estas áreas.

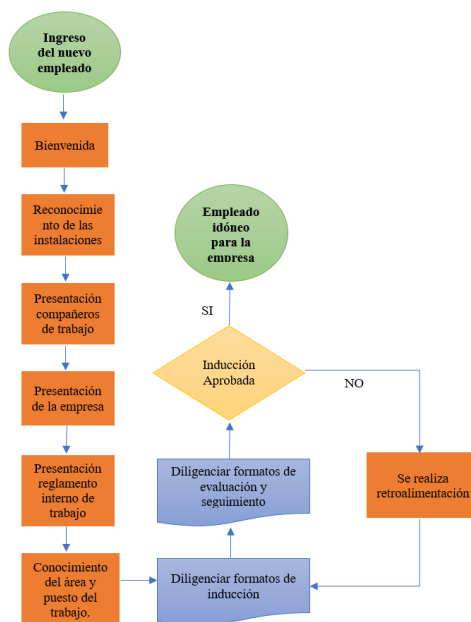
Duración: 2 horas.

Fase 6: Evaluación y seguimiento.

Última fase del proceso de inducción, en la cual el personal de RRHH realizará una pequeña evaluación Post Inducción que tendrá como objetivo verificar lo aprendido durante el proceso por el empleado, y que también permitirá reconocer las debilidades y falencias que se encontraron durante la inducción, por lo cual permitirá trazar nuevas estrategias.

El seguimiento se realizará de igual forma para verificar como el proceso de inducción impacta el desempeño del empleado, y permite encontrar debilidades para posibles procesos de entrenamiento y reinducción.

Figura 10. Flujograma Proceso de Inducción Droguerías Superfamiliar



Nota. Fuente elaboración propia.

Conclusiones

De lo anterior se puede concluir, que los recursos humanos a lo largo de la historia han venido tomando mayor relevancia dentro de las empresas, procurando entender cada vez más la manera de actuar y dirigir los mismos, para obtener mayores rendimientos y estabilidad para una empresa.

Es fundamental para las organizaciones el desarrollo de sus empleados y esto se puede lograr con la organización y dirección del área de recursos humanos, ya que es el área que logra transmitir los objetivos de la organización hacia los empleados, así mismo evalúa y hace seguimiento de la ejecución de las tareas enmendadas, logrando ser el puente de comunicación de la empresa hacia los empleados o viceversa.

La estructuración de un programa de inducción y capacitación que se base en procesos actualizados y dirigidos a todos los colaboradores según sus necesidades, que permita el mejoramiento de sus funciones y manejo del área de trabajo, logra fortalecer los conocimientos técnicos y normativos, garantizando un adecuado servicio farmacéutico y del servicio al cliente.

Al analizar los resultados obtenidos durante la encuesta a los empleados, se puede determinar que es imperativo la existencia de un proceso de inducción que permita a los empleados reconocer a los nuevos empleados la información necesaria, tanto a nivel organizacional como a nivel de puesto de trabajo, para facilitar el tránsito a la vida laboral. Es importante, además, dada la naturaleza misma de la empresa, que, si bien es comercial, se desempeña de igual forma en el sector salud, el que nuestros empleados tengan los conocimientos y habilidades, tanto blandas como duras, que permitan ofrecer un servicio al cliente de la mejor calidad, y el programa de Inducción es una parte importante para lograr esto.

Recomendaciones

Basados en los hallazgos anteriormente mencionados, se recomienda a Droguerías Superfamiliar que de forma prioritaria y de acuerdo con las debilidades detectadas en la encuesta se diseñe un plan de inducción y entrenamiento progresivo, con evaluaciones periódicas para realizar la comprobación de conocimiento y la real apropiación. Es necesario que la empresa defina un plan de reinducción para los empleados antiguos, el cual se encuentre alineado con el programa actual, Es fundamental establecer un programa de capacitación mensual que no interfiera con las actividades dentro del punto de venta, el cual permita que los empleados conozcan más de la empresa, cultura, valores, derechos y deberes como empleado.

Adicionalmente se realizan las siguientes recomendaciones:

Brindar capacitación a los empleados continuamente para que estén actualizados de los nuevos medicamentos, conocer sus contraindicaciones, que conozcan como recomendarlo adecuadamente, de esta forma se logra que el cliente tenga seguridad al momento de realizar la venta y se sienta bien atendido, estas capacitaciones se pueden hacer con alianzas en los laboratorios donde ellos mismos brindan este tipo de capacitaciones para que el vendedor conozca todo de su producto.

Realizar una encuesta de forma aleatoria, a una muestra poblacional que se integre de clientes de la Droguería Superfamiliar, para conocer el nivel de satisfacción, y poder hacer una comparación en cuanto a la percepción que tiene los empleados de su desempeño, y de cómo el público percibe el desempeño. Esto se hace importante pues la actividad laboral de la empresa se basa en gran parte en el servicio al cliente y como un proceso la existencia o no de procesos de

inducción puede no solo reflejarse en la percepción de los mismos empleados, si no en el servicio recibido por el público.

Como recomendación práctica, se puede realizar un estudio similar en farmacias de gran renombre y que sean reconocidas por el público, ejemplo de estas: La Rebaja, San Jorge. Que permitan comparar los procesos de inducción, capacitación y entrenamiento, para así comparar no solo la existencia o no de estos procesos en dichas farmacias, sino también como afectan estos procesos a estas compañías. Esto permitirá definir la importancia que tienen estos métodos para alcanzar el éxito.

Cumplir con los estándares que se encuentran contemplados en la Norma ISO 9001:2008 a partir de la mejora del sistema de gestión de calidad y en la normatividad vigente del servicio farmacéutico, para así cumplir con los estándares de calidad adoptados y con sus objetivos propuestos desde alcanzar un excelente servicio al cliente hasta incrementar la participación en el mercado y el posicionamiento.

Crear un plan para mejorar el servicio al cliente y así dar respuesta a las Peticiones, quejas y reclamos de forma oportuna, garantizando confiabilidad y seguridad para los usuarios, esto hará que la empresa conozca sus falencias o errores y también sus puntos a favor para así saber que debe implementar en sus estrategias y mejoras de la empresa.

Referencias bibliográficas

- Bizneo. (s.f.). www.bizneo.com. Obtenido de <https://www.bizneo.com/blog/inducccion-de-personal/>
- Claudia Raquel Coral, M. M. (10 de 2011). *Revista El Buzón de Pacioli, Número Especial 74*. https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no74/28.-_ponencia_9_1_.pdf
- de la Fuente, L. (s/f). Gestión de recursos humanos en la farmacia. *Innova. Droguerías superfamiliar*. (2018). Superfamiliar Droguerías. <https://superfamiliaridroguerias.com/acercadenosotros#quienes-somos>
- Editorial La República S.A.S. (2021, 20 junio). *Las compañías farmacéuticas registraron crecimiento de 26,8% durante la pandemia*. Diario La República. <https://www.larepublica.co/especiales/las-1000-empresas-mas-grandes-de-2020/las-empresas-farmaceuticas-mas-grandes-y-que-mas-vendieron-en-2020-3187887>
- Grados., J. (2013). *Reclutamiento, Selección, Contratación e inducción del personal*. <https://studylib.es/doc/8860830/reclutamiento-seleccion-contratacion-e-induccion-del-pers...>
- Luna Arocas, R. (2018). *Gestión del talento*. Difusora Larousse - Ediciones Pirámide. (pp. 16-52). <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/123076?page=1>
- Mejía Claudia (2016) Propuesta metodológica para la inducción y capacitación en el área de producción en laboratorios Ropsohn. Universidad libre de Bogotá. <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10947/ANTEPROYECTO%2003-10->

[2017%20INDUCCION%20Y%20%20CAPACITACION%20%20%20REVISADO%20POR%20PROFESOR.pdf?sequence=1](https://www.minsalud.gov.co/salud/CAS/Paginas/seguridad-del-paciente.aspx)

Ministerio de Salud. (s.f.). www.minsalud.gov.co.

<https://www.minsalud.gov.co/salud/CAS/Paginas/seguridad-del-paciente.aspx>

Morales, F. C. (2021). *Transferencia de tecnología*. Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/transferencia-de-tecnologia.html>

Murillo Vargas, G. García Solarte, M. y González, C. H. (2010). *Los macroprocesos: un nuevo enfoque al estudio de la gestión humana*. Programa Editorial Universidad del Valle. (pp.18-51).

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/128993?page=174>

Olivero, A. (2014). *Innovación, desarrollo e investigación*. Monografías.

<https://www.monografias.com/trabajos102/innovacion-desarrollo-e-investigacion/innovacion-desarrollo-e-investigacion.shtml>

Ramos Ramos, P. (Coord.). (2015). *Planificación y gestión de recursos humanos* (2a. ed.). Editorial ICB. (pp. 42-55).

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/113344?page=5>

S. (2017, 5 febrero). *Significado de Creatividad*. Significados.

<https://www.significados.com/creatividad/>

Secretaría General (07 de 2017).

https://secretariageneral.gov.co/sites/default/files/documentos/lineamiento_20_-_inducccion_y_reinducccion.pdf

Torres Laborde, J. L. y Jaramillo Naranjo, O. L. (2014). *Diseño y análisis del puesto de trabajo: herramienta para la gestión del talento humano*. Universidad del Norte. (pp.61-123).

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/69929?page=10>

Universidad de los Llanos. (11 de 07 de 2019). [file:///C:/Users/Lorena/Downloads/Dialnet-](file:///C:/Users/Lorena/Downloads/Dialnet-InduccionYCapitacionComoFactorDeDesarrolloDeLosI-7008904.pdf)

[InduccionYCapitacionComoFactorDeDesarrolloDeLosI-7008904.pdf](file:///C:/Users/Lorena/Downloads/Dialnet-InduccionYCapitacionComoFactorDeDesarrolloDeLosI-7008904.pdf)

Universidad San Francisco de Quito, Análisis del impacto de los procesos de inducción sobre la productividad de los empleados (mayo, 2014).

<https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/3418/1/110986.pdf>

Anexos

Enlace de la encuesta:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfIq4OOO84mFiukwaTc5tXwtsnCZLuM3Wu4ZZw-eJYrye4eeQ/viewform?usp=sf_link

Anexos A Encuesta

Superfamiliar
DROGUERIAS

Encuesta para el Departamento de Ventas y Servicio al Cliente de Droguerías Superfamiliar
Conteste lo más sincero posible el siguiente cuestionario.

1.¿Recibió Inducción y capacitación cuando ingreso a la empresa?

Si
 No

2.¿Considera importante recibir inducción y capacitación al momento de ingresar a la empresa?

Si
 No

3.¿Cree usted que es necesario recibir capacitación permanente para su área de trabajo?

Si
 No

4.¿Conoce el uso adecuado de los procesos en su área de trabajo?

Si
 No

:::

5. ¿Tiene claro cuáles son los deberes y derechos que tiene en la empresa?

- Sí
- No

6. Considera usted que las capacitaciones de inducción y entrenamiento le ayudan a su crecimiento laboral?

- Sí
- No

7. Conoce usted algún plan de capacitación que tenga la empresa?

- Sí
- No


8. ¿Ha recibido alguna vez capacitación de servicio al cliente?

- Sí
- No

9. ¿Con que frecuencia le gustaría recibir capacitación?

- Semanal
- Quincenal
- Mensual


Anexos B Formato de Inducción

	FORMATO DE INDUCCIÓN	Código: FS- SST- 18
		Versión: 1
		Fecha: 00/00/00
NOMBRE DEL TRABAJADOR		
CARGO A DESEMPEÑAR		
JEFE INMEDIATO		
FECHA		
INDUCCIÓN		REDUCCIÓN

Formato para certificar inducción de la empresa, donde se abordan los temas relacionados con la introducción general de la empresa, políticas y puesto de trabajo.

TEMA	OBSERVACIONES	FIRMA TRABAJADOR	FIRMA RESPONSABLE
Bienvenida			
Introducción a la empresa Reseña histórica Misión Visión Objetivos Lugar y sedes de trabajo			
Relación laboral con la empresa Contractual laboral Derechos y deberes del trabajador Reglamento interno de la empresa			
Conocimiento del área y puesto del trabajo Funciones y responsabilidades de su cargo			
Presentaciones y Relaciones con otras áreas			
Evaluación y seguimiento			

Anexos C Formato de seguimiento y evaluación

	FORMATO DE SEGUIMIENTO Y EVALUACION DE LA INDUCCION	Código: FS- SST- 18
		Versión: 2
		Fecha: 00/00/00

NOMBRE DEL TRABAJADOR	
CARGO A DESEMPEÑAR	
JEFE INMEDIATO	
FECHA	
INDUCCIÓN	REDUCCIÓN

Formato de seguimiento y evaluación, su retroalimentación es muy importante para el mejoramiento continuo de la inducción que se realiza a las personas que se vinculan a nuestra empresa.

A continuación, encontrará afirmaciones que permiten evaluar el proceso de evaluación de la Inducción o Reinducción Específica en el cargo:

1. ¿Fue clara la información sobre la introducción a la empresa?

SI _____ NO _____

Observaciones _____

2. La bienvenida que recibió en la empresa le generó motivación

___ Totalmente de acuerdo

___ De acuerdo

___ En desacuerdo

3. ¿Tiene usted claro cuál es la misión y la visión de la empresa?

SI _____ NO _____

Observaciones _____

4. La información suministrada en el programa de inducción fue completa y útil

SI _____ NO _____

Observaciones _____

Seleccione las dos opciones que considere correctas:

5. Los siguientes valores identifican la empresa:

_ Tolerancia, solidaridad, Puntualidad

_ Diligencia, pluralismo, tolerancia

_Responsabilidad, disciplina, Puntualidad

6. ¿Tiene usted conocimiento del área y del puesto de trabajo que va a desempeñar?
SI _____, NO _____

7. ¿Recibió usted información pertinente a las funciones y responsabilidades específicas de su cargo?
SI _____, NO _____

8. ¿Recibió usted información sobre derechos y deberes del trabajador?
SI _____, NO _____

Sugerencias: _____

NOTA: FAVOR DILIGENCIAR Y DEVOLVER EL FORMATO A LA DIRECCIÓN DE TALENTO HUMANO.

Gracias