

Inducción virtual, una herramienta para la eliminación de las barreras de acceso a la información organizacional

López, Héctor Alejandro
 Universidad Internacional del Ecuador, Ecuador
helopezpa@uide.edu.ec

Hernández Sánchez, Charney Vanessa
 Universidad UTE, Ecuador
charney.hernandez@ute.edu.ec

Resumen – El artículo se basa en analizar las características que presenta de población de estudio e identificar las barreras de acceso tecnológicas para la generación de un modelo de inducción que permita mejorar la adaptación de los nuevos colaboradores. Se empleó como instrumento de investigación el cuestionario a través de un muestreo aleatorio por conveniencia; obteniendo como principales aportes al conocimiento en primer lugar evidencia de la relación existente entre las características presente en la población frente a las barreras de acceso a la información, en segundo lugar permite establecer el medio virtual como herramienta fundamental para transmitir conocimiento al interior de una empresa, y en tercer lugar permite a los directivos de una empresa apoyar la gestión de buenas prácticas de talento humano que estimulen el compromiso de las personas desde su vinculación a la organización.

Palabras clave – Inducción; Nuevos colaboradores; Gestión; Compromiso; Virtual;

Abstract – The article is based on analyzing the characteristics of the study population and identifying the technological access barriers for the generation of an induction model that allows for the improvement of the adaptation of new collaborators. The questionnaire was used as a research instrument through random sampling for convenience; obtaining as main contributions to

knowledge in the first place evidence of the relationship between the characteristics present in the population against the barriers of access to information, secondly it allows establishing the virtual medium as a fundamental tool for transmitting knowledge within a company, and thirdly, it allows the managers of a company to support the management of good practices of human talent that stimulate the commitment of people from their connection to the organization.

Keywords – Induction; New collaborators; Management; Commitment; Virtual;

INTRODUCCIÓN

El nivel de atracción que tenga una organización en el ámbito laboral se ve reflejado en la calidad de los procesos que maneje al contacto con el cliente interno como externo, como lo indica Álamo y Sangronis (2008) que la magnitud de una organización se mide en base a la fama, su localización y la atracción del cargo que se oferta en el mercado y esto se ve reflejado a través del proceso de reclutamiento y selección que maneje la organización y con la calidad de talento que llegue a ser parte de la organización, posterior a

Fecha de Recepción: 17 de marzo de 2020
 Fecha de Aceptación: 10 de junio de 2020
 Fecha de Publicación: 24 de julio de 2020

Interconectando Saberes, 2020

ISSN: 2448-8704

ello se lleva a cabo el proceso de inducción de personal por el cual se otorga los conocimientos básicos de la organización con el fin de facilitar su desempeño. Un proceso de inducción bien estructurado en base a las necesidades que presente cada una de las organizaciones, asegurará que el nuevo personal se integre de mejor manera a la organización, a futuro se comprometa con el cumplimiento de los objetivos organizacionales y en general a todo lo que comprende la filosofía corporativa, se determina que la inducción es una carta de presentación que ofrece la organización a su personal y depende de la buena ejecución de este proceso para lograr hacerles sentir bienvenidos o no a los nuevos colaboradores corroborando a lo que menciona Orozco (2001), la primera impresión de un funcionario acerca de la empresa o institución donde laborará, tiene relación directa con las circunstancias bajo las cuales se instalará en ella, el trabajo que desempeñará y las relaciones funcionales con el resto del personal.

Partiendo de la necesidad que presenta la Fundación World Vision Ecuador, el presente trabajo de investigación justifica a uno de los imperativos estratégicos que se pretenden alcanzar hasta el año 2030, que refiere a valorar a las personas de la organización, es decir, hacerles sentir a cada uno de sus trabajadores como parte integral de la "Familia Naranja" desde su primer día de trabajo, tal como lo resalta Peiró (1999), los aspectos que se requieren tomar en cuenta dentro del ajuste entre la persona y el puesto o más en general, entre las personas y el sistema de trabajo para lograr una visión comprensiva de las

relaciones entre las personas y la organización. Esos aspectos se incluyen en el contrato psicológico o contrato psicosocial, es decir lo que la persona (o grupo) espera de la organización a cambio de sus contribuciones y al conjunto de compensaciones que la organización espera de la persona a cambio de sus contribuciones. Esos intercambios inciden sobre aspectos relacionados con la cultura, la estructura, la tecnología etc. y sólo en la medida en que logren un equilibrio o congruencia razonables, la integración de la persona en la organización resulta satisfactoria para ambas partes.

Alinear a los trabajadores con la filosofía corporativa se logra mediante una buena gestión de recursos humanos que se ve reflejada en el resultado de sus procesos esto responde a lo que manifiesta Tejada (2003), quien sostiene que la gestión de recursos humanos se basa en la legitimización de que la potencialidad humana se puede relacionar con los procesos productivos eficientes, eficaces y efectivos. De esta manera, el papel que se le pide a la gerencia, además de desempeñar lo que clásicamente ha realizado (lo cual se asocia a la dirección, la toma de decisiones, la gestión, etc.), es que adquiera también conocimientos que le permitan detectar, apoyar, impulsar, poner a prueba e incentivar el talento de sus colaboradores y el suyo propio; todo esto como una nueva alternativa de cambio organizacional.

Bermúdez H. (2011), manifiesta que una buena inserción de personal a una organización aporta al buen desempeño del nuevo colaborador. Como se

menciona, a través de la inducción de personal se pretende cuidar la motivación y el bienestar de los trabajadores para lograr su alto rendimiento, su fidelidad y su permanencia en la empresa. La inducción general en la empresa tiende a ser cada vez más improbable, y que, por el contrario, ciertos procesos de la actual administración del personal aparecen elaborados con nociones inadecuadas y parecen contribuir directamente a las adversidades de los seres humanos en los escenarios organizacionales.

De acuerdo con lo señalado el trabajo investigativo se basa en comprender las necesidades de la población Fundación World Vision Ecuador respecto a sus prácticas dentro del proceso de inducción de personal, a fin de brindar una propuesta innovadora enfocada a la virtualización del proceso de inducción que permita acortar distancias y facilitar el acceso a la información organizacional al momento que ingresen nuevos colaboradores.

BASES TEÓRICAS

La inducción de personal es un proceso que permite que los nuevos colaboradores obtengan una visión global de lo que representa la organización a la que ingresan; Orozco (2001), indica que el proceso de inducción como apoyo a la gestión del recurso humano se refiere a un proceso encaminado a introducir o presentar a los nuevos empleados de una determinada organización, ofreciéndoles asistencia y apoyo; de manera que les permitan familiarizarse lo antes posible con ella y que conozcan entre otras cosas,

el clima de la organización, los servicios que ofrece, la distribución de los espacios físicos y el detalle de las funciones y puestos. Para Pérez (2003), la inducción especifica el manejo integral del período inicial durante el cual se comunica información sobre la PyME y sobre la forma cómo se realizan las actividades en los departamentos específicos (entrenamiento inicial), de modo que el recién llegado se sienta en un ambiente apropiado para desarrollar sus potencialidades y contribuir con su capacidad al éxito de la organización.

Castañeda y Castañeda, (2007) determina a la inducción de personal hace frente a los cambios de la sociedad actual, lo cual exige una labor constante en materia de gestión social del conocimiento, donde las funciones gerenciales trazan el camino de la investigación hacia su desarrollo, haciendo viables sus metas, estructurando y organizando cada una de sus fases, facilitando su cumplimiento óptimo y el máximo aprovechamiento de los recursos disponibles mientras que Dessler y Varela (2011) establece que: “la inducción a los empleados brinda a las nuevas contrataciones la información básica que necesitan para realizar sus labores de forma satisfactoria, como la información acerca de las normas de la compañía”. (p.184) Es un proceso que busca la orientación dirigida de quien se inicia en un puesto de trabajo. Constituye el modo de socializar al nuevo integrante, brindándole información y satisfacción que contribuya a un mejor desenvolvimiento.

La inducción debe proporcionar al nuevo empleado la comprensión de la forma en que el desempeño en su puesto contribuya al éxito de la organización y la forma en que los productos o servicios de la institución favorezcan a la sociedad.

Alfaro (2012), define a la inducción de personal como el proceso donde brinda toda la información necesaria al nuevo trabajador y realizar todas las actividades participantes para lograr su propia incorporación a los grupos sociales que existen en su medio de trabajo, a fin de lograr una identificación entre el nuevo empleado y la organización, por otro lado para Grados (2013), define a la inducción de personal como: “una etapa que se inicia con el contrato de un nuevo empleado en la institución para adaptarse lo más pronto posible a su nuevo ambiente de trabajo, a sus nuevos compañeros, a sus nuevas obligaciones y derechos, a las políticas de la empresa, evitar el “radio pasillo” (chismes o comentarios poco veraces, fugaces, pero que ponen en peligro la credibilidad de la empresa debido a la falta de información), fomentar el uso del equipo de protección personal (casco, botas, etc.), uniforme, entre otros”.

Cuando ingresa un nuevo colaborador la organización se encarga de brindar los insumos necesarios para llevar a cabo el proceso de inducción tal como alude Frigo (2015), la organización invierte recursos con cada colaborador al seleccionarlo, incorporarlo, y capacitarlo. Para proteger esta inversión, la organización debería conocer el potencial de sus

hombres. Esto permite saber si cada persona ha llegado a su techo laboral, o puede alcanzar posiciones más elevadas. También permite ver si hay otras tareas de nivel similar que puede realizar, desarrollando sus aptitudes y mejorando el desempeño de la empresa.

En una investigación aplicada a cinco hoteles de cinco estrellas en la ciudad de Santiago para conocer cuál es la perspectiva de los clientes internos inducción de personal elaborada por Navarrete y Figueroa en el año 2019, obtuvieron como resultado que la inducción es considerada importante, donde se hace en breve plazo en el desempeño inicial del trabajador y está a cargo del departamento recursos humanos y el supervisor inmediato corroborando con ello su estudio destacó que las personas que recibieron inducción obtuvieron mejor desempeño laboral y pertenencia a la organización, en concordancia con perspectiva de gerencial llegando a la conclusión que la inducción mejora la productividad y alinea el desempeño de trabajadores con estrategias empresariales.

Torres (2019), considera que la inducción de personal inicia en el primer día de trabajo de un nuevo colaborador, donde surge la necesidad de iniciar un periodo de adaptación al puesto de trabajo y en consecuencia este proceso se vuelve necesario para facilitar este acoplamiento, ya que generalmente existe temor al desconocer el ambiente de trabajo y además aún no genera sentido de pertenencia pues no conoce todo lo relacionado con la empresa esto puede generar

una debilidad a la organización ya que al desconocer las funciones, procedimientos y objetivos de su cargo está propenso a causar accidentes que pueden no solo involucrar a la persona recién ingresada sino también a aquellos con los que comparte en el lugar de trabajo, con el fin de evitar estas situaciones se requiere fomentar

un ambiente de confianza y propiciar el sentido de pertenencia hacia la empresa, así como socializar las políticas y manuales necesarios que disminuyan el riesgo de algún accidente o problema relacionado con el desempeño del personal nuevo.

Tabla 1 Características de los programas de inducción

Autor Características	Ureña (1999)	Wong (2004)	Dessler (2011)	Torres (2019)
Definición	Periodo que busca evitar disfunciones o sensación de que la empresa no atiende adecuadamente a los nuevos colaboradores.	Periodo que busca dar a conocer las metas organizaciones dando apoyo constante a los nuevos colaboradores por parte de los directivos y los colaboradores del área.	Proceso continuo que involucra el inculcar en todos los empleados las actitudes, estándares, valores y patrones de conducta prevalecientes que espera la organización y sus departamentos.	Periodo de adaptación al puesto de trabajo.
Objetivo	Sociabilizar formalmente todo respecto a la organización para evitar una rotación prematura.	Dar a conocer todo lo que conlleva la organización, inclusive la parte financiera.	Inculcar en todos los empleados las actitudes, estándares, valores y patrones de conducta prevalecientes que espera la organización y sus departamentos.	Facilitar el acoplamiento de los nuevos colaboradores.
Procedimiento	Proceso que da a conocer la información de la organización, hacer que los nuevos colaboradores sean partícipes y entusiastas de las actividades y tareas realizadas en la empresa, y de los objetivos que se pretenden conseguir.	Proceso que busca difundir información de la organización, mediante mentores experimentados que permitan dar a conocer su experiencia en la organización y finalmente evaluar	Proceso por el cual los nuevos colaboradores inician con: conocer a la organización para entenderla en un sentido amplio (su pasado, presente, cultura y visión del futuro), posterior hacerles conocedores de hechos clave tales como políticas y procedimientos y finalmente lograr que el nuevo colaborador tenga claro lo que la firma espera de él en cuanto a su desempeño laboral y su conducta, por lo tanto la persona debería comenzar el proceso de socializarse en las formas de actuar y hacer las cosas que prefiere la empresa.	Proceso que comprende etapas donde se sociabiliza una visión global de la organización respecto a la parte legal, dar a conocer la estructura y se finaliza con la evaluación.

Fuente: Elaboración propia

Ventajas de contar con un programa de inducción

Grados (2013), considera que, al momento de proporcionar una buena inducción general a la empresa, pero sobre todo al puesto, se podrían obtener las siguientes ventajas.

- Reduce costos de reclutamiento y selección; mientras más alta sea la tasa de rotación, mayor tendrá que ser el presupuesto para selección.
- Se podrían detectar necesidades de capacitación, pues quizá las fallas de la persona durante la inducción al puesto logren solucionarse con algún curso.
- El individuo se identifica con la organización y los procedimientos.
- Crea una actitud favorable hacia la empresa.
- Hace que la persona sujeta de inducción sienta que pertenece al grupo.
- Acelera su integración al grupo, subgrupos y ambiente laboral.
- Conjunta los objetivos de la organización y los personales.
- Se identifica altamente con la organización.
- La reacción del trabajador a la organización será de máximo rendimiento, satisfacción propia, colaboración y cooperación entusiasta.
- Permite que el individuo realice con mayor facilidad sus labores.
- Labora con más seguridad en su tarea.
- Evita fricciones sobre la manera de desarrollar su trabajo y sobre el exacto cumplimiento de sus obligaciones.
- Modifica las actitudes del personal, despertando en ellos sentimientos más favorables con respecto al puesto y a la empresa.

- Evita interrupciones por preguntas sobre información (datos específicos, reglamentos, políticas, entre otros).
- Ahorra tiempo en lograr estándares de calidad de producción y de cantidad de producción.

Durante el proceso de inducción un colaborador puede incrementar su motivación a través de una correcta comunicación por parte de los directivos del programa como de la organización en general tal como lo señala Moragas (2010), establecer una buena comunicación se relaciona con facilitar a los colaboradores los sistemas de control, la reducción tanto de costos como gastos y la complejidad de los procesos, y para que esto surja debe existir confianza entre los directivos de la organización y los nuevos colaboradores con el fin de que a futuro entre las partes exista un intercambio repetitivo de mensajes implícitos tanto en los diferentes comportamientos como en las actitudes que se encuentra en la delegación, al compartir información y en la calidad en general de las relaciones que se establezcan. La comunicación a través de la claridad tanto al comunicarse con los directivos como la información impartida se relaciona con la motivación ya que esta permite tener un impacto organizativo positivo siempre y cuando al dirigirse se transmita unidad organizativa, sentido, claridad, pasión e ilusión de modo que logre contagiar. Se recomienda que dentro de un proceso se dirija al menos un directivo, ya que es considerado en como la única persona quien junta las características para influir en el resto de los colaboradores la misión organizacional, establecer relaciones y generar compromiso. Por otro lado, González, Ochoa, y Cardona (2018),

mencionan que una gerencia basada en la búsqueda de felicidad y motivación debe tener como centro al ser humano, desde lo humano organizacional y lo humano empresarial. De esta manera la organización pueda centrarse en el colaborador como ser humano, y lo segundo, hace énfasis en el colaborador como trabajador.

Torres (2019) menciona que se busca es acortar el tiempo de adaptación y que la rotación de personal sea lo menor posible, considerando que todo egreso supone un costo y a la vez una pérdida de recurso humano para la organización. La inducción de personal se implementa a través de tres fases donde se proporciona información tanto general como particular del puesto de trabajo y la empresa las cuales son:

1. Se exponen la misión, visión, valores, políticas, y demás información general de la empresa, una vez realizada esta se procede a realizar.
2. Consiste en presentar al colaborador en las diferentes áreas y en su puesto de trabajo, así como explicar las responsabilidades de este.
3. Se aplica una evaluación al proceso con el fin de conocer la efectividad del mismo.

Limitaciones en el proceso de inducción de personal

Al momento de llevar a cabo un proceso de inducción organizacional surgen una serie de limitaciones entre las cuales Guerrero (2017), establece dentro de sus resultados en su investigación, considera como limitante principal al momento de llevar a cabo un proceso de inducción son las tareas diarias restan tiempo a los

colaboradores para la elaboración de procesos a los nuevos colaboradores como la inducción de personal.

Calderón, Serna, Álvarez, y Naranjo (2019), obtuvieron como resultado de su investigación en nueve empresas colombianas que realizaron para conocer el sentido y el significado que tiene la socialización organizacional se lograron detectar varias limitaciones dentro de la inducción de personal que son detalladas a continuación:

- Tiempo
- Disposición de los directivos para participar en el proceso de socialización
- Oportunidad de la inducción
- Falta de claridad de temas a tratar en el proceso de inducción de personal
- Dispersión de prioridades

La inducción de personal y la tecnología

Hernández (2008), establece que las nuevas tecnologías se refieren a los desarrollos tecnológicos recientes. Ha surgido del contacto de las personas con estos nuevos avances es el de expandir la capacidad de crear, compartir y dominar el conocimiento. Cimentar lazos con la tecnología es un factor principal en el desarrollo de la actual economía global y en la producción de cambios rápidos en la sociedad. En las últimas décadas, las nuevas herramientas de las TIC han cambiado fundamentalmente el procedimiento en el cual las personas se comunican y realizan negocios. Han provocado transformaciones significantes en la industria, agricultura, medicina,

administración, ingeniería, educación y otras muchas áreas. Los roles más importantes en la educación han sido la transformación en tres aspectos que ha sufrido el proceso de la enseñanza:

1. su naturaleza
2. el lugar y la forma donde se realiza
3. el papel a desempeñar por los estudiantes y los profesores en tal proceso

La tecnología ha desarrollado un sin número de aplicaciones representativas de las nuevas tecnologías como herramientas del aprendizaje constructivista entre las más relevantes son las redes sociales o los blogs. Belloch (2010), infiere en que la virtualización de procesos organizacionales pretende brindar a los colaboradores la oportunidad de adquirir conocimientos con mayor facilidad gracias a los avances tecnológicos, a esto se lo conoce como e-learning, muchas personas consideran que esto trata solo de tomar un curso y colocarlo en un ordenador, pero en realidad trata de una combinación de recursos, interactividad, apoyo y actividades de aprendizaje estructuradas. Para alcanzar la formación virtual se utiliza un software específico denominadas genéricamente plataformas de formación virtual. Existen diferentes grupos de entornos de formación según la finalidad de los mismos, los cuales son:

- Portales de distribución de contenidos
- Entornos de trabajo en grupo o de colaboración.
- Sistemas de gestión de Contenidos (Content Management System, CMS).

- Sistemas de gestión del conocimiento (Learning Management System, LMS), también llamados Virtual Learning Environment (VLE) o Entornos Virtuales de aprendizaje (EVA).
- Sistemas de gestión de contenidos para el conocimiento o aprendizaje. (Learning Content Management System, LCMS).

Dessler y Varela (2011), refieren que la tecnología se ha convertido en una herramienta indispensable para facilitar la comunicación en las organizaciones, un claro ejemplo se observa como la tecnología ayuda a mejorar el proceso de inducción. Por ejemplo, algunas compañías ofrecen asistentes personales digitales (PDA) precargados a los gerentes recién contratados, se trata de dispositivos que contienen información que los nuevos gerentes necesitan para ajustarse mejor a sus nuevos puestos de trabajo, como datos de contactos clave, las principales tareas a desarrollar e incluso imágenes digitales del personal que el nuevo gerente necesita conocer. Algunas firmas entregan a todos los nuevos empleados discos que contienen información acerca de la cultura corporativa, videos de instalaciones de trabajo y saludos de bienvenida por parte de los altos ejecutivos con el fin brindar la información necesaria para asegurar una buena inserción a la organización.

En otras situaciones las empresas tienden a diseñar sitios Web de inducción. En particular para los nuevos gerentes, los CD incluyen información como los enfoques para la contratación, la ética y las políticas de suministro de la compañía y la

gestión del desempeño. La persona responsable de los procesos relacionados a Recursos Humanos por lo general realiza la primera parte de la inducción y explica asuntos como el horario laboral y las vacaciones. Después, el trabajador nuevo se reúne con quien será su supervisor. Este último continúa la inducción explicando la naturaleza exacta del puesto de trabajo, presentando a la persona con sus nuevos colegas, y familiarizándolo con el lugar y el puesto de trabajo.

Existen diferentes plataformas que permiten llevar a cabo procesos de inducción tal como lo menciona Calderón et al. (2019), las organizaciones hoy en día utilizan proceso a través de e-learning, on-line, que son simuladores interactivos, pero a su vez se utilizan metodologías tradicionales que incluyen presentaciones magistrales, seminarios y talleres, pero todas las empresas coincidieron la preocupación por aplicar dinámicas más vivenciales, desde lo metodológico se está acompañando a todos los facilitadores para que no sea algo magistral, para que usen técnicas más dinámicas, más vivenciales. No siempre se cuenta con diseños pedagógicos y curriculares explícitos. La duración del proceso también es variable, quienes lo hacen intensivo lo logran en una semana, quienes más se demoran lo hacen en 45 días esto varía en base a la realidad que presenta las organizaciones.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

El estudio es empleado mediante un nivel de estudio correlacional, considerando dos variables (1) identificación de las características de la población de la Fundación World Vision Ecuador respecto a la inducción y (2) conocer las barreras que existen en el acceso a la información de la organización. La modalidad de investigación fue de proyecto de desarrollo, enfocándose en la necesidad de las organizaciones de generar procesos de inducción de personal en las organizaciones que llegue a todas las personas sin barreras de acceso dadas por su ubicación geográfica o nivel de formación, presentando una propuesta práctica de aplicación específica para brindar acceso a inducción a los nuevos colaboradores en las organizaciones, con el fin de identificar la influencia de virtualizar la inducción como herramienta de inclusión.

El método de la presente investigación es deductiva e inductiva la cual facilita la búsqueda de oportunidades de mejora potenciales ante los problemas identificados, partiendo de la situación real de la organización y complementando con la información que se recolecta mediante un instrumento de aplicación. La población objeto de estudio son los colaboradores de la Fundación World Vision Ecuador de Quito, Riobamba, Portoviejo e Ibarra comprendidos entre los 23 y los 65 años de edad, como resultado final se obtiene una población de 172 personas hasta el mes de junio del 2019.

Se estableció como instrumento para el desarrollo de la investigación el cuestionario a fin de recopilar información alineada a la realidad de la organización, definiendo las preguntas en base a la operacionalización de las variables de interés a partir de la revisión exhaustiva de literatura. En el diseño del instrumento se utilizaron dos tipos de variables: las variables independientes y dependientes como señala (Cauas, 2006) que las variables dependientes son aquellas que reciben este nombre las variables a explicar, o sea, el objeto de la investigación, por otro lado se utiliza la escala de Likert para la obtención de resultados Maldonado, Méndez, y Peña (2007) aluden que la escala de Likert se conoce como un instrumento de medición o recolección de datos cuantitativos utilizado dentro de la investigación, también conocido como un tipo de escala aditiva que corresponde a un nivel de medición ordinal; el instrumento que se aplicará a la población presenta una escala de calificación de Likert con cinco ítems donde se definió una escala de 5 a 1 en la cual se definió a 5 – totalmente de acuerdo, 4 – de acuerdo, 3 – ni de acuerdo ni en desacuerdo, 2 – en desacuerdo y 1 – totalmente en desacuerdo.

El cuestionario es sometido a pruebas estadísticas el cual fue Alfa de Cronbach, la validación estadística arrojó un resultado de 0,917. Se determina que el instrumento tiene un alto grado de confiabilidad corroborando con lo mencionado por R. Hernández, Fernández, y Baptista (2014) para medir la confiabilidad de un instrumento, se debe aplicar a la muestra el instrumento y sobre la base de los resultados calcular tal coeficiente que arroja la técnica estadística Alfa de Cronbach.

Se aplicó el instrumento a todos los trabajadores de la organización en su mayoría posible, con el fin de obtener resultados alineados a la realidad de la organización. Debido al tamaño de la muestra se optó por realizar un muestreo por conveniencia que según Casal y Mateu (2003) señala que consiste en la elección por métodos no aleatorios de una muestra cuyas características sean similares a las de la población objetivo. En este tipo de muestreos la “representatividad” la determina el investigador de modo subjetivo, siendo este el mayor inconveniente del método ya que no se puede cuantificar la representatividad de la muestra.

Para el procesamiento de los datos se tabularon los datos obtenidos del instrumento mediante aplicado a los colaboradores de la Fundación World Vision Ecuador en el software estadístico SPSS versión 25, para la aplicación de un análisis correlación que arrojó el coeficiente de Pearson el cual como lo menciona Martínez (2009) se calcula el coeficiente de correlación Pearson con el objetivo de determinar el grado de variación de una variable con respecto a otra en un grupo de sujetos y finalmente se realizó un análisis de los resultados obtenidos con las diferentes tablas de los datos estadísticos obtenidos en el análisis correlacional donde se analiza el coeficiente de Pearson obtenido de cada una de las variables y subvariables de estudio.

RESULTADOS

Posterior a la aplicación del instrumento en la organización, los datos obtenidos se trasladaron al software estadístico IBM SPSS Statistics 25.0, con el fin de analizarlos mediante una técnica estadística de análisis correlacional de variables que para Laguna (2014), permite conocer tanto la relación como la dirección y la fuerza de la asociación existente entre dos variables. La técnica estadística mencionada arroja en los resultados el coeficiente de Pearson de cada una de las correlaciones existentes entre las variables de las cuales se han destacado aquellas que presentan una correlación fuerte basándonos la tabla de interpretación del coeficiente de Pearson (ver tabla 2):

Tabla 2: Escala de interpretación del coeficiente de correlación

Rango de valores del coeficiente de Pearson	Significado
$0.00 < 0.10$	Correlación nula
$0.11 < -0.30$	Correlación débil
$0.31 \leq 0.50$	Correlación moderada
$0.51 \leq 1$	Correlación fuerte

Fuente: Hernández et al., (2018)

Para la interpretación de los resultados obtenidos en la técnica estadística aplicada es de relevancia según R. Hernández et al., (2014) tomar en cuenta que en cuanto al signo dentro del coeficiente obtenido indica la dirección de la correlación (positiva o negativa); y el valor numérico, la magnitud de la correlación. Dentro de IBM SPSS® presentan los coeficientes de correlación en una tabla, donde las filas o columnas son las variables asociadas y se señala con asterisco(s) el nivel de significancia: un asterisco (*) implica que el coeficiente es significativo al nivel del 0.05 y dos asteriscos (**) que es significativo al nivel del 0.01.

Los resultados obtenidos del análisis correlacional se considera aquellas relaciones que se encuentran entre $0.51 < 1$ es decir todas aquellas “correlaciones fuertes”, no se han tomado en cuenta valores que comprenden entre una correlación nula hasta correlación moderada es decir valores que oscilan ente $0 < 0,5$. La información relevante que se destaca en el presente análisis estadístico se muestra en la Tabla 3.

Al revisar tanto la información obtenida en la presente investigación conjuntamente con el análisis correlacional de los datos recopilados mediante la aplicación del instrumento en la Fundación World Vision Ecuador destacamos de los resultados obtenidos con mayor relevancia dentro de este estudio lo siguiente: $0,672^{**}$ respecto a la integración en relación con el tiempo $0,650^{**}$ la satisfacción en relación al tiempo $0,645^{**}$ la motivación frente a la claridad y entre otras correlaciones que se obtuvieron coeficientes sobre los 0,5 se puede destacar que la importancia de las diferentes variables de estudio como las características de la población tales como la información organizacional, las políticas y normativas vigentes, la calidad de expositores, la satisfacción, la metodología frente las barreras de acceso como la tecnología, la disposición de los directivos, la claridad y el tiempo se puede concluir en que la ausencia de las variables mencionadas no asegurarán el desarrollo de un programa de inducción de personal que cubra las expectativas de los nuevos colaboradores como de la organización, contrastando con lo dicho por Orozco (2001), la inducción de personal establece la

primera impresión de un colaborador acerca de la empresa, ya que es primer contacto de las partes de esta forma se genera una experiencia don se crea una relación directa con las circunstancias bajo las cuales se instalará en ella, el trabajo que desempeñará y las relaciones funcionales con el resto del personal.

Mediante la técnica estadística empleada, se generalizaron los resultados de las diferentes preguntas que comprenden a cada una de las variables de estudio. El coeficiente de correlación

obtenido es de 0,755, es decir que se encuentra en el rango de $0,51 < 1$ una correlación fuerte entre las variables (1) características de la población y (2) barreras de acceso a la información (ver tabla 3). Se confirma lo expuesto por Alfaro (2012), donde menciona que las organizaciones buscan que los nuevos colaboradores lleven a cabo sus actividades siempre y cuando tengan todos los recursos que demande su cargo en la organización, de esta manera se pueda asegurar una buena inserción a la organización, siempre brindando un seguimiento adecuado.

Tabla 3: Correlaciones Relevantes

Variables de estudio		Barreas de Acceso a la información				
Características de la población		Tecnología	Disposición de los directivos	Carga Laboral	Claridad	Tiempo
Información Organizacional	Correlación de Pearson	N/A	N/A	N/A	0,610**	0,512**
	N	141	141	141	141	141
Políticas y normativas vigentes	Correlación de Pearson	0,506**	0,545**	N/A	N/A	N/A
	N	141	141	141	141	141
Calidad de expositores	Correlación de Pearson	N/A	0,530**	N/A	0,568**	N/A
	N	141	141	141	141	141
Orientación	Correlación de Pearson	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	N	141	141	141	141	141
Satisfacción	Correlación de Pearson	N/A	N/A	N/A	,545**	,650**
	N	141	141	141	141	141
Metodología	Correlación de Pearson	N/A	N/A	N/A	0,598**	0,544**
	N	141	141	141	141	141
Motivación	Correlación de Pearson	N/A	N/A	N/A	0,645**	0,562**
	N	141	141	141	141	141
Integración	Correlación de Pearson	N/A	N/A	N/A	0,626**	0,672**
	N	141	141	141	141	141
Relaciones Interpersonales	Correlación de Pearson	N/A	N/A	N/A	0,555**	0,561**
	N	141	141	141	141	141
Sentido de Pertenencia	Correlación de Pearson	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	N	141	141	141	141	141

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Charney Hernández en SPSS

Mientras que para Grados (2013), al definir a la inducción de personal como una etapa donde se inicia el contrato que se tiene con el nuevo colaborador, este proceso es fundamental en las organizaciones con el fin de adaptar al nuevo personal a su nuevo ambiente de trabajo, es decir: a sus nuevos compañeros, a sus nuevas obligaciones y derechos, a las políticas de la empresa, evitar el “radio pasillo” (chismes o comentarios poco veraces, fugaces, pero que ponen en peligro la credibilidad de la empresa debido a la falta de información), fomentar el uso del equipo de protección personal (casco, botas, etc.), uniforme, entre otras temáticas organizacionales.

Tabla 4: Correlación general entre las dos variables de estudio

Variables		Barreras de acceso a la información
Características de la Población	Correlación de Pearson	0,755**
	N	141

Fuente: Charney Hernández en SPSS

La fuerte correlación existente de 0,755 (ver tabla 3) permite definir que para llevar a cabo un proceso de inducción adaptado a la población de WV Ecuador en base a las variables de estudio como es (1) características de la población que abarca: la información organizacional, las políticas y normativas vigentes, la calidad de expositores, la orientación, la metodología, la motivación, la integración, las relaciones interpersonales y el sentido de pertenencia se debe tomar en cuenta la influencia e importancia que tiene la variable (2) barreras de acceso a la información donde interviene la tecnología, la disposición de los directivos, la claridad, y el tiempo con el fin de

brindar una inducción adaptada a las necesidades de la población que generen beneficios tanto para los colaboradores como para la organización. Corroborando a lo señalado por Elorriaga y Barreto (2015), quien afirma que el proceso de inducción es una etapa de decisión donde el cliente interno hace contacto con todas las aristas que comprende una organización y ello genera la impresión general sobre la calidad del servicio. Algunas organizaciones no cuentan con un programa de inducción sistemática generando como resultado la pérdida de una serie de beneficios como: financieros, motivacionales, capacitación y desarrollo, vigilancia del ambiente externo y la influencia en el personal actual.

Al respecto Torres (2019), establece que los nuevo colaboradores inician con su proceso de inducción personal en su primer día de trabajo, como resultado de este proceso se vuelve necesario para facilitar este acoplamiento, en los primeros días los nuevos colaboradores presentan temor al desconocer el ambiente de trabajo por consecuente aún no logran generar un sentido de pertenencia pues no conoce todo lo relacionado con la empresa esto puede generar una debilidad a la organización ya que al desconocer las funciones, procedimientos y objetivos de su cargo está propenso a causar accidentes que pueden no solo involucrar a la persona recién ingresada sino también a aquellos con los que comparte en el lugar de trabajo. Con el fin de minimizar estas situaciones se busca crear espacios que permitan desarrollar un ambiente de confianza y propiciar el sentido de pertenencia hacia la empresa, así como socializar las políticas y manuales necesarios que

disminuyan el riesgo de algún accidente o problema relacionado con el desempeño de las funciones diarias de un nuevo colaborador a una organización.

CONCLUSIONES

Las características de la población respecto al acceso a información de la inducción son: la información organizacional Dessler y Varela (2011) y Torres (2019), coinciden en que la inducción organizacional abarca información organizacional relevante y básica para el desarrollo satisfactorio de las actividades de un colaborador, la revisión de políticas y normativas organizacionales donde Grados (2013) y Torres (2019) establecer la normativa legal de la empresa disminuye riesgos de accidentes o problemas relacionados al nuevo personal, la calidad de los expositores Calderón et al. (2019) quien establece que los facilitadores hacen uso de técnicas más dinámicas, más vivenciales dentro de la inducción, el tipo de orientación Dessler y Varela (2011) indican que el acompañamiento permite contribuir al desenvolvimiento de las actividades diarias de los colaboradores, para Grados (2013) la satisfacción de la inducción optimiza el rendimiento, brinda auto satisfacción y ello permite una colaboración entusiasta, la metodología en la cual coincide tanto Ochomogo, Martínez, y Miguelena (2014) como Calderón et al. (2019) que las metodologías dentro de la inducción dan oportunidades de difundir la información organizacional mediante etapas definidas tales como bienvenida, inducción corporativa e inducción al cargo, la generación de motivación en lo cual Elorriaga y Barreto (2015)

entre beneficios a obtener a través de un buen proceso de inducción son los motivacionales, donde el personal que se somete a programas de entrenamiento para inducción de calidad tiene más probabilidades de comprometerse a más largo plazo con la organización, la integración con los grupos de trabajo en lo cual Peiró (1999) y Grados (2013) establecen que ajuste entre la persona y el puesto busca la integración de la persona con la organización y si se proporciona una buena inducción general a la empresa y al puesto se puede acelerar la integración a la organización, la creación de relaciones interpersonales en base a Alfaro (2012) y Calderón et al. (2019) la inducción se enfatiza en el alcance de su cargo y en el aporte en las relaciones con las personas que tiene que interactuar y por otro lado la creación de sentido de pertenencia en el cual Navarrete y Figueroa (2019), un nuevo colaborador al recibir inducción obtuvieron un mejor desempeño laboral y pertenencia de la organización. Todas las características detalladas anteriormente frente a las diferentes barreras de acceso que se presentan al desarrollar un programa de inducción en relación a lo mencionado por Calderón, Serna, Álvarez, y Naranjo (2019), se tomaron en cuenta como: la tecnología, la disposición de los directivos, la oportunidad, la claridad y el tiempo.

Las características que presenta la población frente a las barreras de acceso a través de la técnica de análisis de correlación arrojaron todos los resultados de los cuales se destacan los más relevantes donde se obtuvo un coeficiente de correlación de 0,672** respecto a la integración en relación con el tiempo, tal como lo establece Torres

(2019) junto con Calderón et al., (2019) quienes mencionan que al momento de conocer el sentido de la inducción organizacional se detectaron varias limitaciones dentro de la inducción de personal como el tiempo ya que se genera una tensión alta entre la necesidad de vinculación inmediata a la labor por las exigencias de productividad que tienen los jefes inmediatos y por ende la información que se revisa en ese tiempo determina la claridad con la que se emite y se recepta la información, 0,650** la satisfacción en relación al tiempo como lo establece Grados (2013), junto con Torres (2019), quienes establecen que el tiempo empleado en un proceso de inducción completo para el nuevo colaborador la principal reacción irá ligada con la satisfacción propia, colaboración y cooperación entusiasta, se obtuvo 0,645** la motivación frente a la claridad corroborando a lo establecido por Grados (2013) y Elorriaga y Barreto (2015), el proceso de inducción al dar a conocer información de fácil manejo tiene más probabilidades de que los nuevos colaboradores se comprometan a largo plazo con la organización; y, entre otras correlaciones que se obtuvieron coeficientes sobre los 0,5.

La ausencia de las variables relacionadas a las características de la población no asegurará el desarrollo de un programa de inducción de personal que cubra las expectativas de los nuevos colaboradores, así como de la organización. Por esta razón se plantea una propuesta de inducción de personal virtual de fácil acceso para los usuarios, que cumpla con las subvariables de las características de la población Fundación World Vision y barreras de acceso al momento de llevar a

cabo un proceso de inducción de personal destacando que llevar a cabo este proceso construye la primera impresión de un colaborador acerca de la empresa.

REFERENCIAS

- Álamo, G., y Sangronis, Y. (2008). La programación neuro-lingüística y su aplicabilidad en el proceso de reclutamiento y selección. *Revista ORBIS* 62–73. Retrieved from <http://www.revistaorbis.org.ve/pdf/9/Art3.pdf>
- Alfaro, M. (2012). Administración de personal (Primera). Retrieved from http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Administracion_de_personal.pdf
- Belloch, C. (2010). Entornos Virtuales de Aprendizaje. Retrieved from <https://www.uv.es/bellochc/pedagogia/EVA3.pdf>
- Bermúdez Héctor L. (2011). La inducción general en la empresa. Entre un proceso administrativo y un fenómeno sociológico. In *Universidad y Empresa* (Vol. 13). Retrieved from <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/empresa/article/view/1905/1682>
- Calderón, G., Serna, H., Álvarez, C., y Naranjo, C. (2019, December). Sentido y significado de la socialización organizacional. *Revista Espacios*, 40(3), 15. Retrieved from www.revistaespacios.com/a19v40n03/a19v40n03p08.pdf%0A
- Casal, J., y Mateu, E. (2003). Tipos de muestreo. In *Rev. Epidem. Med. Prev* 1 (1), 3 - 7.
- Castañeda, G., y Castañeda, R. (2007). Gerencia de investigación: criterios gerenciales aplicados a la investigación. *Revista Orbis*, 2(6), 47.

- Cauas, D. (2006). Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación.
- Dessler, G., y Varela, R. (2011). Administración de recursos humanos Administración de recursos humanos (Quinta Edi).
- Elorriaga, L., y Barreto, A. (2015). Inducción organizacional o entrenamiento operativo en las MiPyMEs de alojamiento turístico de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina (2011-2013).
- Gonzalez, J., Ochoa, E., y Cardona, D. (2018). Conceptual Model of Management of Happiness. *Revista Orbis*, 14(41), 32.
- Grados, J. (2013). Reclutamiento, selección, contratación e inducción del personal. (Cuarta Edi; J. Morales, Ed.). México: Editorial El Manual Moderno.
- Guerrero, N. (2017). Universidad Hispanoamericana (Universidad Hispanoamericana).
- Hernández, J., Espinosa, J., Peñaloza, M., Rodríguez, J., Chacón, J., Toloza, C., ... Bermúdez, V. (2018). Sobre el uso adecuado del coeficiente de correlación de Pearson: definición, propiedades y suposiciones. *Revista AVFT*, 5 (37), 587 - 595. Retrieved from http://www.revistaavft.com/images/revistas/2018/avft_5_2018/25sobre_uso_adecuado_coeficiente.pdf
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. Sexta Edic; M. Toledo, J. Chacón, M. Rocha, y Z. García, Eds.
- Hernández, S. (2008, October). El modelo constructivista con las nuevas tecnologías: aplicado en el proceso de aprendizaje. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 2 (5), 25-35. Retrieved from <https://www.redalyc.org/pdf/780/78011201008.pdf>
- Támara, L. (2017). *Análisis exploratoria de datos: Una introducción a la estadística descriptiva y probabilidad*. Universidad Jorge Tadeo Lozano. Retrieved July 23, 2020, from www.jstor.org/stable/j.ctvc5pc9g
- Maldonado, S., Méndez, L., y Peña, J. (2007). Manual Práctico Para El Diseño De La Escala Likert. *Revista Xihmai*, 2(4), 3. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4953744.pdf>
- Martinez, R. (2009). El coeficiente de correlación de los rangos de spearman caracterización. *Revista Habanera de Ciencias Médicas.*, 20. Retrieved from <https://www.redalyc.org/pdf/1804/180414044017.pdf>
- Moragas, M. D. (2010). Comunicación y Motivación del Directivo: Un modelo antropológico (Universidad Internacional de Cataluña). Retrieved from <http://hdl.handle.net/10803/9332>
- Navarrete, E., y Figueroa, D. (2019). Caracterización del proceso de inducción laboral y comparación entre la percepción de los trabajadores y la gerencia de hoteles 5 estrellas de la ciudad de Santiago de Chile, en torno a los resultados obtenidos. *Revista Turpade*, 9. Retrieved from <http://turpade.com/noticia.asp?r=17&IDArticulo=70&IDEdicion=17&s=>
- Ochomogo, Y., Martínez, A., y Miguelena, R. (2014). Implementación de Plataformas Virtuales de Aprendizaje: Caso de Éxito "Universidad Corporativa de la ACP." *Repositorio Institucional de la Universidad Tecnológica de Panamá*. Retrieved from <https://rida2.utp.ac.pa/handle/123456789/3096>
- Orozco, H. (2001). Sistema de Información Científica Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto. 8. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=44002504www.redalyc.org>

- Peiró, J. M. (1999). El modelo amigo marco contextualizador del desarrollo y la gestión de recursos humanos en las organizaciones. *Papeles de Psicólogo*, 18 (72). Retrieved from <http://www.papelesdelpsicologo.es/resumen?pii=800>
- Pérez, R. (2003). Propuesta de un modelo de gestión humana y cultura organizacional para PyMES innovadoras. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 20 (47), Retrieved from <http://www.redalyc.org/html/206/20604704/>
- Tejada Zabaleta, A. (2003). Los modelos actuales de Gestión en las organizaciones. *Psicología desde el Caribe. Universidad del Norte*, 12, 115-133. Retrieved from <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/psicologia/article/viewFile/1725/9404>
- Torres, D. (2019). Inducción y capacitación como factor de desarrollo de los IPS (centros médicos) de Villavicencio, Meta – Colombia. *UMR: Management Review*, 1 (4). Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7008904>
- Ureña, A. (1999). Programas de integración del personal de nuevo ingreso en la empresa. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/565196.pdf>
- Wong, H.K. (2004). Induction Programs That Keep New Teachers Teaching and Improving. *NASSP Bulletin*, 88, 41-58. <https://www.semanticscholar.org/paper/Induction-Programs-That-Keep-New-Teachers-Teaching-Wong/f71de558a5e10724e31ba26d477057ef0272110b?p2df>