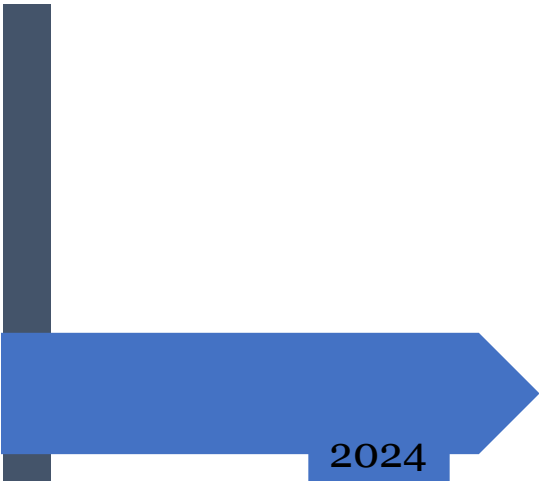
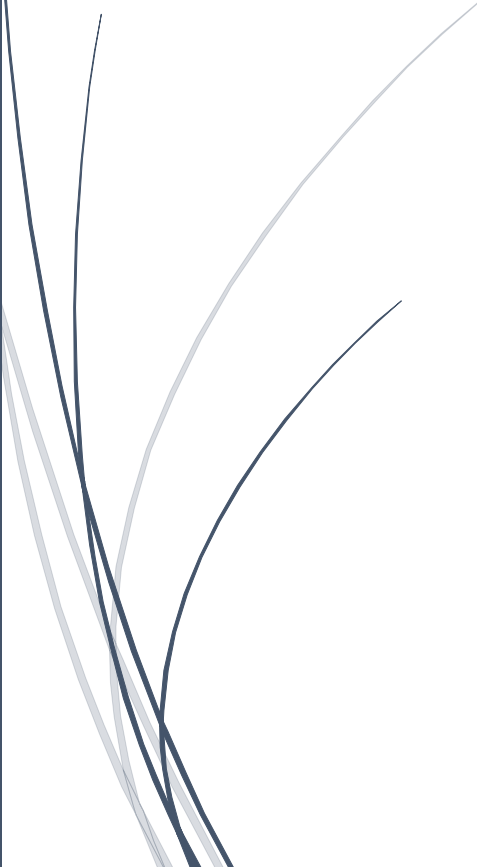


A dark blue vertical bar is on the left. A blue arrow points right from it, containing the year 2024.

2024

# **PLAN DE MEJORAMIENTO**

**EN EL ÀREA DE RRHH  
PARA EL PROCESO DE  
INDUCCION DE LA  
EMPRESA EMI FALCK  
S.A.S**

Several thin, curved lines in shades of blue and grey sweep upwards from the bottom left corner.

**PLAN DE MEJORAMIENTO PARA EMI FALCK SAS**

MARIEN YULISSA LÓPEZ ANGULO

LESLY VALENTINA QUIÑONEZ JARAMILLO

ASESOR:

HARRISON SÁNCHEZ SEVILLANO

INSTITUTO TÉCNICO NACIONAL DE COMERCIO SIMÓN RODRÍGUEZ “INTENALCO”

PROGRAMA DE TECNOLOGÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

6TO SEMESTRE

CALI, VALLE

2024

## Tabla de contenido

|       |                                                |    |
|-------|------------------------------------------------|----|
| 1.    | Planteamiento del problema.....                | 6  |
| 1.1   | Identificación .....                           | 6  |
| 1.2   | Descripción del problema.....                  | 6  |
| 1.2.1 | Unidad de análisis .....                       | 6  |
| 1.3   | Formulación de problema.....                   | 8  |
| 1.4   | Sistematización del problema.....              | 8  |
| 1.4.1 | Objetivo General .....                         | 9  |
| 1.4.2 | Objetivos específicos.....                     | 9  |
| 1.5   | Justificación .....                            | 10 |
| 1.5.1 | Justificación teórica .....                    | 10 |
| 1.5.2 | Justificación practica .....                   | 11 |
| 1.5.3 | Justificación Metodológica .....               | 12 |
| 1.6   | Marco Referencial.....                         | 13 |
| 1.7   | Marco Teórico.....                             | 15 |
| 1.8   | Marco Conceptual .....                         | 22 |
| 1.9   | Marco Contextual.....                          | 24 |
| 1.10  | Marco Legal .....                              | 25 |
| 1.11  | Marco Temporal.....                            | 28 |
| 2.    | Diseño Metodológico .....                      | 28 |
| 2.1   | Componentes investigativos.....                | 28 |
| 2.1.1 | Línea de investigación: .....                  | 31 |
| 2.1.2 | Delimitación del objeto de estudio:.....       | 31 |
| 2.1.3 | Población y muestra de objeto de estudio:..... | 32 |
| 2.2   | Técnicas e instrumentos .....                  | 32 |
| 2.3   | Esquema Teórico.....                           | 33 |
| 2.3.1 | Reseña Histórica: .....                        | 33 |
| 2.2.  | Tipo de Empresa .....                          | 35 |
| 2.3.  | Capital Social.....                            | 36 |
| 2.4.  | Objeto Social: .....                           | 36 |
| 2.5.  | Misión, Visión Y Políticas.....                | 36 |
| 2.6.  | Estructura empresarial .....                   | 37 |
| 2.7.  | Portafolio de Servicios.....                   | 37 |
| 2.8.  | Mercado.....                                   | 38 |
| 2.9.  | Evolución Financiera .....                     | 38 |

|       |                                                                          |    |
|-------|--------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.    | Análisis actual de la empresa.....                                       | 40 |
| 3.1.  | Análisis del sector - MATRIZ DE PORTER.....                              | 40 |
| 3.2.  | La competencia .....                                                     | 40 |
| 3.3.  | Mercado actual - participación en el mercado .....                       | 42 |
| 3.4.  | Estrategias de mercadeo y ventas .....                                   | 43 |
| 3.5.  | Matriz DOFA interna y externa.....                                       | 44 |
| 3.6.  | Matriz DOFA del sector.....                                              | 45 |
| 4.    | Diagnóstico, formulación e implementación del plan de mejoramiento ..... | 46 |
| 4.1   | Diagnostico .....                                                        | 46 |
| 4.1.1 | Matriz DOFA de RRHH .....                                                | 46 |
| 4.1.2 | Objetivo general .....                                                   | 47 |
| 4.1.3 | Objetivos específicos .....                                              | 47 |
| 4.2   | Implementación de plan de mejoramiento.....                              | 47 |
| 4.2.1 | Estrategias .....                                                        | 48 |
| 4.2.2 | Planes de acción.....                                                    | 48 |
| 4.3   | Sistema de control y seguimiento .....                                   | 50 |
| 4.4   | Costo beneficio:.....                                                    | 60 |
|       | Conclusiones y recomendaciones .....                                     | 61 |
| 5.1   | Conclusiones .....                                                       | 61 |
| 5.1   | Recomendaciones .....                                                    | 62 |
|       | Bibliografía.....                                                        | 63 |

## INDICE DE FIGURAS

|                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Figura 1</b> .....                                              | 5  |
| 1. Tabla de plan estratégico de mejoramiento para la empresa ..... | 5  |
| <b>Figura 2</b> .....                                              | 21 |
| 2. Imagen gráfica de la empresa .....                              | 21 |
| <b>Figura 3</b> .....                                              | 33 |
| 3. Imagen gráfica de la cámara de comercio de la empresa .....     | 33 |
| <b>Figura 4</b> .....                                              | 35 |
| 4. Imagen gráfica del organigrama empresarial .....                | 35 |
| <b>Figura 5</b> .....                                              | 35 |
| 5. Tabla de portafolio de servicios de la empresa .....            | 35 |
| <b>Figura 6</b> .....                                              | 37 |
| 6. Diagrama de barras de capital financiero de la empresa .....    | 37 |
| <b>Figura 7</b> .....                                              | 38 |
| 7. Diagrama / Matriz de PORTER .....                               | 38 |
| <b>Figura 8</b> .....                                              | 40 |
| 8. Pastel grafico de participación de mercado .....                | 40 |
| <b>Figura 9</b> .....                                              | 42 |
| 9. Matriz DOFA interna y externa.....                              | 42 |
| <b>Figura 10</b> .....                                             | 43 |
| 10. Matriz DOFA del sector .....                                   | 43 |
| <b>Figura 11</b> .....                                             | 44 |
| 11. Estructura área RRHH.....                                      | 44 |
| <b>Figura 12</b> .....                                             | 44 |
| 12. Matriz DOFA área RRHH .....                                    | 44 |
| <b>Figura 13</b> .....                                             | 46 |
| 13. Cuadro de estrategias .....                                    | 46 |
| <b>Figura 14</b> .....                                             | 48 |
| 14. Cuadro de plan de acción .....                                 | 48 |

## **Introducción**

El proceso de inducción es una de las primeras experiencias que tiene un empleado dentro de una organización, y su éxito o fracaso puede influir significativamente en la adaptación, desempeño y retención del nuevo talento. En un entorno empresarial altamente competitivo y dinámico, como el que enfrenta EMI Falck, una compañía especializada en la prestación de servicios de emergencia y atención prehospitalaria, la efectividad del proceso de inducción es crucial no solo para asegurar la integración exitosa de nuevos colaboradores, sino también para promover un ambiente de trabajo que fomente la productividad, el compromiso y la alineación con la misión y visión de la empresa.

El presente plan de mejoramiento al área de RRHH en el proceso de inducción de EMI Falck, tiene como fin optimizar la integración de nuevos empleados, mejorar su experiencia desde su ingreso y asegurar una transición fluida hacia sus funciones. El estudio busca identificar las principales deficiencias del proceso actual, proponer soluciones prácticas y desarrollar un plan de acción que permita a la empresa mejorar la satisfacción y desempeño de los nuevos colaboradores. A lo largo de esta investigación se explorarán las mejores prácticas en inducción empresarial, se realizará un diagnóstico del proceso actual en la compañía y se propondrán estrategias innovadoras para su mejora continua.

## **1. Planteamiento del problema**

### **1.1 Identificación**

En la empresa EMI FALCK S.A.S existe una desorganización dentro del área de Recursos Humanos en el proceso de inducción lo que ocasiona una desorientación al nuevo personal.

### **1.2 Descripción del problema**

#### **1.2.1 Unidad de análisis**

Grupo EMI FALCK inicia siendo solo Emi hace más de 40 años en Uruguay, pero es en 2011 cuando la compañía FALCK de atención de urgencias y emergencias más grande del mundo adquiere a Grupo Emi convirtiéndose en una compañía de salud que presta servicios de atención medica domiciliaria 24/7 de manera presencial y virtual, logrando una expansión por Latinoamérica en países como; Panamá, Ecuador, Venezuela, Uruguay y Colombia.

La sede de Cali, ubicada en el centro comercial CosmoCentro cuenta con una cantidad de 510.000 afiliados y una estructura organizacional conformada por las áreas; Administrativa, comercial, RRHH y área médica.

Aun así, con todo el trayecto y fama que ha conseguido obtener la compañía existen falencias internas que de cierta manera puede perjudicar al sistema interno y ofrecimiento de los servicios de EMI FALCK. Lo que sucede referente al personal nuevo, es que estos deciden no continuar con el proceso de contrato en la empresa porque los procedimientos de Incorporación y capacitación que se manejan actualmente dentro de la compañía no están estructurados de la manera adecuada y no se logra realizar una incorporación y adaptación eficiente para el nuevo

personal, situación que ha sido perjudicial para la compañía en donde cada día muchas personas desean adquirir el servicio y para brindar este, se necesita de un equipo completo, preparado y acogido por la organización.

Cuadro 1

| <b><i>PLAN ESTRATEGICO DE MEJORAMIENTO PARA LA EMPRESA EMI FALCK S.A.S EN LA AREA RRHH</i></b> |                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                 |                                                                                                                  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>SINTOMAS</b>                                                                                | <b>CAUSAS</b>                                                                                                                                                             | <b>PRONÓSTICO</b>                                                                                                                               | <b>CONTROL DE PRONÓSTICO</b>                                                                                     |
| No hay una organización establecida en el proceso de inducción.                                | No se lleva a cabo un sistema de cronogramas, donde se especifique las citas de inducción, las fechas, horarios y personal encargado del recibimiento del nuevo personal. | Puede ocasionar una desorientación al momento de realizar las funciones de trabajo y provocar una deficiencia en las actividades de la empresa. | Establecer un proceso de contratación más riguroso para una mejor estabilidad en la organización de inducciones. |
| Inexactitud de oferta laborales en los días de ingreso.                                        | No se mantiene una actualización constante en las plataformas de trabajo sobre las vacantes                                                                               | Genera pérdida de tiempo a las personas interesadas en la oferta                                                                                | Diseñar un cronograma específico para ofrecer las ofertas y fechas de ingreso de manera correcta.                |

|                                                        |                                                                                                       |                                                                                                                   |                                                                                                                                                         |
|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Poco acompañamiento por parte de mentores y compañeros | No hay una preocupación por parte de los compañeros o mentor para la compañía de actividades a hacer. | Puede generar malas relaciones interpersonales, y no se generara un tipo de confianza entre compañeros de trabajo | Implementar un proceso para la motivación de este y que los compañeros hagan pequeñas inducciones de sus cargos que ayude a que se relacionen entre sí. |
| El proceso de inducción es muy corto y poco formativo. | No hay una organización en el plan de estudio, ni espacios específicos para esta actividad.           | Puede ocasionar una mala impresión al nuevo personal.                                                             | Evaluaciones de calificación hacia el área de RRHH y el proceso de proceso de inducción.                                                                |

### 1.3 Formulación de problema

¿Cómo crear un plan de mejoramiento que lleve a cabo procedimientos buenos que logren restablecer el orden en las inducciones del área de RRHH para la empresa EMI FALCK S.A.S?

### 1.4 Sistematización del problema

¿Cómo diagnosticar los principales problemas de inducción que enfrenta actualmente el área de RRHH de la empresa EMI FALCK S.A.S?

¿Qué estrategias se puede aplicar para la ejecución del plan de mejoramiento de inducciones de EMI FALCK S.A.S?

¿Qué plan de acción se debe encaminar para mejorar el proceso de inducción del nuevo personal?

¿Cuáles son los costos asociados y beneficios esperados que tendrá la empresa EMI FALCK S.A.S en la implementación del plan de mejoramiento de inducciones?

#### **1.4.1 Objetivo General**

Crear un plan de mejoramiento que ayude a estructurar una buena organización dentro del área de recursos humanos en el proceso de inducción.

#### **1.4.2 Objetivos específicos**

Realizar un diagnóstico organizacional para identificar los problemas más recurrentes y actuales que suceden en el proceso de inducción por parte del área RRHH en la empresa EMI FALCK S.A.S.

Generar estrategias para la implementación de un plan de mejoramiento en el proceso de inducción de la empresa EMI FLACK S.A.S.

Realizar planes de acción que logren el mejoramiento en la organización del proceso de inducción para el nuevo personal

Evaluar los costos y beneficios que tendrá la empresa EMI FALCK S.A.S en la implementación del plan de mejoramiento en el proceso de inducciones.

## 1.5 Justificación

### 1.5.1 Justificación teórica

Las teorías administrativas a lo largo del tiempo han ayudado a comprender el entorno empresarial con respecto a su funcionamiento y estructura. En la investigación llevada a cabo, se busca por medio de las teorías administrativas ampliar el estudio realizado, basándose en la información importante de estas que ayuden a ampliar el proyecto de plan de mejoramiento y servir de guía para llevar a cabo las estrategias del proyecto

Por lo cual se eligió 4 teorías administrativas que aportan ideas para establecer la importancia de llevar un buen proceso de inducción en EMI FLACK

**teoría en el enfoque de recursos humanos:** No tiene un autor establecido, ya que varios personajes han influido en ella. Esta teoría sostiene que el éxito organizacional depende en gran medida de cómo se gestionan y desarrollan los recursos humanos dentro de una empresa. Esta se enfoca en la importancia del empleado, que es una clave para el éxito de la organización, se enfatiza la importancia de la motivación y el desarrollo del personal para mejorar su desempeño y junto a este el de la empresa.

**Teoría del desarrollo organizacional:** (Kurt Lewin como autor principal). Es un enfoque en la administración que busca mejorar la efectividad y el desempeño de la empresa a través de intervenciones y procesos de cambios. Se basa en la idea de que las empresas son sistemas complejos y dinámicos y que requiere participación activa de los miembros de la empresa.

**La teoría de servicio al cliente enfocado en la calidad total:** (Edwards Deming). Es un enfoque administrativo que busca mejorar la calidad de productos y servicios de la empresa. Esta trata de garantizar brindar información completa y que se desempeñen funciones de manera efectiva y contribuir al éxito de la empresa.

**Teoría del valor presente neto (VPN):** (Irving Fisher como principal autor de la teoría del valor) se enfoca en la evaluación de proyectos de inversión, centrándose en las estrategias que permitan a las empresas aprovechar el máximo de los recursos disponibles.

### **1.5.2 Justificación practica**

Para EMI FALCK el ingreso de personal es uno de los procesos que se lleva a cabo de manera frecuente ya que lo exige al ser una empresa que ofrece un servicio importante a sus usuarios y para el cumplimiento de este se necesita de un personal capacitado.

El área más grande que tiene la empresa es el área comercial, quienes son las personas encargadas de ofrecer el servicio y para este proceso deben estar muy bien capacitados y entrenados. La mayoría se ha capacitado con la práctica de ellos mismo y con el tiempo que llevan en la empresa. Se encontró que la mayoría de los trabajadores en total de esta área no obtuvieron una citación y recibimiento puntual es un proceso de inducción. Por eso se considera importante poner en marcha el plan de mejoramiento en este proceso con cada una de las herramientas y aportes brindados por instituto técnico nacional de comercio Simón Rodríguez – Intenalco, es decir, la formación académica en donde se nos brinda conocimientos teóricos y prácticos como aporte fundamental para abordar el plan de mejoramiento, adicional a esto, el desarrollo de habilidades que adquirimos como la capacidad de investigar y el analizar la información que son esenciales para llevar a cabo el plan de mejoramiento, también se tiene en cuenta el acceso a

recursos en donde el instituto nos proporcionó acceso a la biblioteca y computadoras para la consulta de información y realización del trabajo y por último el apoyo de la mentoría que se nos brindó para guiarnos en el proceso de investigación, gracias a esto se puede llegar a lograr un resultado positivo. Este plan de mejoramiento podría ser una de las soluciones eficaz a ese problema, porque permitiría dar a conocer a fondo el mal proceso que se lleva a cabo, alertar a los del área de RRHH y motivarlos a hacer cambios en su proceso para que hagan de este uno mucho mejor.

### **1.5.3 Justificación Metodológica**

Para esta investigación se hace necesario utilizar medios de estudios profundos que ayuden a arrojar resultados que determinen que ocasiona que en el proceso de inducción no haya una citación y un recibimiento puntual.

La idea es que se recolecten datos que lleve al objetivo claro de la investigación. Se utilizaron tres métodos para este:

**La observación:** Se utilizara este proceso detalladamente para identificar las posibles alertas en el proceso de inducción

**La encuesta:** Se utilizara este estudio para conocer a nivel personal como fue el proceso de inducción de trabajadores antiguos y actuales, a nivel cualitativo para conocer las características y cualidades distintivas de cada proceso individual y cuantitativo para saber en general que tan frecuente se hace un mal proceso de inducción.

**Anexos informativos:** Se utilizara este proceso donde se requerirá de fuentes bibliográficas que ya hayan abordado esta problemática y proporcione más información sobre lo que sucede en la mala elaboración del proceso de inducción e identificar más problemas que a simple vista no son tan fáciles de observar.

Posterior a esto, se utiliza dos tipos de investigación que ayudan a abordar la problemática presentada:

**Investigación cualitativa:** Se hará uso de esta investigación que ayude a comprender las percepciones, experiencias y opiniones de los empleados sobre el proceso de inducción que se les llevo a cabo y dependiendo los resultados dar posibles soluciones.

**Cuantitativa:** Esta investigación seria un complemento para la cualitativa, con esta identificamos patrones más concretos donde por medio del análisis de datos numéricos se puede obtener conclusiones objetivas.

## **1.6 Marco Referencial**

### **Proyecto 1 :**

Erika Morales realizo un estudio basado en una propuesta de un plan de mejoramiento para los procesos de inducción y capacitación del personal administrativo de la empresa Tecnisa Ltda (2019). Esta investigación busca determinar la situación actual de los procesos de inducción y capacitación del personal administrativo que se basó en un análisis en los procesos de esta y las percepciones del personal de la Empresa Tecnisa Ltda., su objetivo general trata sobre diseñar y proponer un plan de mejoramiento de los procesos de inducción y capacitación del personal que

permita conocer a los trabajadores su rol en la empresa, fortalecer su sentido de pertenencia y seguridad para realizar sus funciones.

Se llegó a la conclusión de que se debe hacer una actualización de los temas de inducción y capacitación y las metodologías utilizadas. Enfocar los temas hacia las necesidades del cargo y funciones específicas y lo que es importante divulgar el proceso entre todos los empleados y de que se debe concientizar a los empleados sobre las bondades del proceso de inducción y capacitación, para el logro de esto se recomienda alinear el proceso con una planeación estratégica con ayuda de nuevas herramientas necesarias para dar mayor claridad al proceso y a los temas de inducción y capacitación en Tecnisa Ltda.

### **Proyecto 2:**

Arturo Barbosa realizó una investigación con la finalidad de dar una propuesta de mejora para el proceso de inducción del personal del área RRHH en la empresa Global Fuel S.A (2021). Esta investigación busca proponer un plan de mejora en el proceso de inducción del personal de la empresa Global Fuel S.A.

Se llegó a la conclusión de que al elaborar el plan en la etapa de inducción que ingresará como nuevo colaborador de la empresa Global Fuel S.A se le brindará un recorrido por todas las instalaciones de la empresa y dándole a conocer los directivos y sus compañeros de trabajos para que vaya generando contacto con sus próximos colegas que genere contacto para un buen funcionamiento en los procesos. Se es importante hacer énfasis en las funciones que desarrollará en sus días de trabajo y si se tienen dudas se puede brindar nuevamente un espacio para lograr despejar estas dudas y se haga una capacitación totalmente completa.

### **Proyecto 3:**

Maritza Quiñonez realizo una investigación con la finalidad de dar una propuesta de mejora para el proceso de inducción, entrenamiento y capacitación del área Talento Humano de la empresa Skema Promotora S.A (2023). Esta investigación busca realizar un análisis de los procesos de Inducción, entrenamiento y capacitación de la compañía Skema Promotora S.A., a través de un análisis estratégico DOFA mediante al cual sale el objetivo general de proponer un plan de mejoramiento para el proceso de inducción, entrenamiento y capacitación en el área de RRHH.

Se llegó a la conclusión de lo importante de reconocer que los procesos de inducción, capacitación y entrenamiento son indispensables y quizás los más relevantes cuando un individuo está formando parte de una nueva organización, esto le garantiza un adecuado acople a las funciones y actividades que desempeño, pero asimismo al reconocimiento de una estructura estratégica de la misma empresa con herramienta equipos y elementos necesarios. De igual manera es importante señalar que el recurso mas importante en una empresa en el RRHH y por eso es importante que de parte de ellos se haga un buen proceso de inducción y reclutamiento.

### **1.7 Marco Teórico**

Para el desarrollo de esta investigación se centrò en las teorías administrativas planteadas anteriormente, y en lo que estas teorías proporcionan para analizar los problemas relacionados con la desorganización existente en el proceso de inducción e identificar más allá las posibles soluciones adecuadas.

El proceso de inducción de nuevos empleados es fundamental para garantizar una integración exitosa dentro de una organización. Una mala práctica de inducción puede tener consecuencias negativas tanto para el empleado como para la empresa. En este marco teórico se abordara la problemática de la desorganización en el proceso de inducción de EMI FALKC desde la perspectiva del enfoque de recursos humanos, la teoría del desarrollo organizacional, la teoría del servicio al cliente enfocado en la calidad total y como apoyo la teoría del valor presente neto.

Según Sherman, Bohlander, Snell (2001) la inducción es el proceso formal para familiarizar a los empleados de recién ingreso con la organización, sus puestos y unidades de trabajo.

**La teoría del enfoque de recursos humanos** desarrollada por varios autores es una de las teorías que más se acopla a esta investigación.

La teoría del enfoque de recursos humanos es un enfoque de gestión que se centra en el valor y la importancia de los recursos humanos dentro de una organización. Se basa en la premisa de que los empleados son el activo más valioso de una empresa y que su bienestar, desarrollo y participación activa son fundamentales para el éxito y la eficiencia organizacional. Esta teoría reconoce la importancia de atraer, reclutar, seleccionar, capacitar y retener a los mejores talentos, así como crear un entorno laboral favorable que fomente la motivación, el compromiso y el rendimiento óptimo. Además, promueve prácticas de gestión centradas en las personas, como la comunicación efectiva, el trabajo en equipo, el liderazgo participativo y la delegación de responsabilidades

Esta se centra en la importancia de las personas en la organización, esta teoría señala la importancia de llevar a cabo intervenciones organizacionales para mejorar la capacidad de

adaptación y el aprendizaje. La función de esta teoría es maximizar el valor y el potencial de los empleados dentro de una organización, a través de prácticas de gestión centradas en las personas, con el objetivo un alto rendimiento organizacional.

Según **Elton Mayo** (1920) sostiene que el factor humano es fundamental para el rendimiento y éxito de una organización, él destaca la importancia de la motivación y satisfacción de los empleados que son el elemento clave de las organizaciones y enfatiza en la importancia de la comunicación para el desarrollo de actividades y procesos organizacionales.

**Frederick Herzberg** (1959) conocido por sus teorías de los factores, hizo aportes a la teoría de recursos humanos de que sus factores influyen en la satisfacción y se relaciona con la motivación laboral.

Según **Peter Drucker** (1940) Con su contribución al campo de la gestión y el liderazgo, enfatizó la importancia de tratar a los empleados como activos valiosos y promoviendo la idea del empoderamiento de los empleados.

Según **Chris Argyris** (1978) dice que hay que centrarse en el aprendizaje organizacional y en la idea de que las organizaciones deben permitir el desarrollo personal y profesional de los empleados para mantener un ambiente saludable, productivo y óptimo para el desarrollo de actividades y procesos

Estos autores enfatizan la importancia de tratar a los empleados como seres humanos completos, involucrados y motivados, y abogan por prácticas de gestión que promuevan su satisfacción, desarrollo y participación activa en el trabajo. Además, resaltan la necesidad de crear un entorno de trabajo favorable que fomente la colaboración, el reconocimiento y la equidad.

En este caso por medio de esta teoría se puede llegar a identificar las deficiencias en el proceso de inducción que lleva a cabo Emi Falck y brindar posibles soluciones para mejorar, ya que esta se enfoca en la integración y desarrollo de los empleados. La teoría del enfoque de recursos humanos da ideas para que el ambiente de trabajo sea más acogedor y optimo. Aporta conocimientos que ayuden a brindar una capacitación adecuada y que los nuevos empleados tengan una participación activa.

**La teoría del desarrollo organizacional:** Esta teoría desarrollada principalmente por Kurt Lewis se enfoca en el cambio y mejora continua de las organizaciones.

la teoría del desarrollo organizacional es un enfoque de cambio planificado que busca mejorar la efectividad y el rendimiento de las organizaciones a través de intervenciones sistemáticas y participativas. Se basa en la premisa de que las organizaciones son sistemas complejos con múltiples componentes interdependientes, y que el cambio exitoso requiere abordar aspectos estructurales, culturales y humanos. El desarrollo organizacional promueve la colaboración, el aprendizaje y la adaptabilidad, fomentando la comunicación abierta, la participación activa de los miembros y el desarrollo de liderazgo efectivo. A través de diagnósticos organizacionales, intervenciones diseñadas a medida y evaluaciones continuas, se busca fomentar el crecimiento y la transformación positiva de las organizaciones para enfrentar los desafíos cambiantes del entorno empresarial.

Su principal autor **Kurt Lewin** en **1940** para esta teoría desarrollo el modelo de cambios de fases que consta de: la necesidad de preparar a la organización para el cambio, experimentar nuevas ideas, procesos o comportamientos y de ultimo estabilizar los cambios para asegurar que se mantenga a largo plazo.

El desarrollo organizacional se apoya en diversas técnicas y métodos, como el diagnóstico organizacional, el entrenamiento y desarrollo de habilidades, la gestión del cambio, la resolución de conflictos y el fortalecimiento del liderazgo. Estas intervenciones pueden ser aplicadas en diferentes áreas, como recursos humanos, comunicación interna, gestión del conocimiento y mejora de procesos.

Un mal proceso de inducción puede ser un indicio de un problema más profundo en la organización, como una falta de compromiso con el desarrollo de los empleados, y es que estos son parte fundamental de la compañía porque son quienes realizan las actividades laborales por lo cual el proceso de inducción es uno de los pasos más importantes.

La teoría del desarrollo organizacional busca mejorar la eficacia de las organizaciones. Esta puede ayudar a un buen proceso de inducción al proporcionar enfoques y herramientas para mejorar la comunicación, lograr la integración de los nuevos empleados, y que el diseño de programas de capacitación sea efectivo y se cree una cultura organizacional receptiva y acogedora.

**La teoría del servicio al cliente enfocado en la calidad** se basa en la premisa de que brindar un servicio excepcional y satisfactorio es fundamental para el éxito de una organización. Esta teoría se centra en la comprensión de las necesidades y expectativas de los clientes, el establecimiento de altos estándares de calidad en la entrega del servicio, el desarrollo de habilidades y competencias en los empleados para brindar un trato amable y personalizado, y la implementación de sistemas de retroalimentación y mejora continua para garantizar la excelencia en el servicio. Al adoptar esta teoría, las organizaciones buscan no solo cumplir con las

expectativas del cliente, sino superarlas, generando lealtad, recomendaciones positivas y una ventaja competitiva sostenible. Esta destaca la importancia de satisfacer las expectativas del cliente interno y externo.

la teoría del servicio al cliente enfocada en la calidad busca brindar un servicio excepcional y satisfactorio a los clientes, superando sus expectativas y generando lealtad. Busca establecer altos estándares de calidad, desarrollar habilidades en los empleados, implementar sistemas de retroalimentación y mejora continua, y obtener una ventaja competitiva sostenible a través de la excelencia en el servicio.

Para **Edwards Deming** (1950) la mejora continua de la calidad es un enfoque importante para los procesos realizados en una empresa donde se busca enfatizar la importancia de aprender y mejorar constantemente, Deming se centro en que hay que entender y satisfacer las necesidades del cliente para lograr la calidad total, esto implica no solo cumplir expectativas del cliente, si no también expectativas del personal porque desde ahí se genera la necesidad de brindar una buena experiencia al cliente.

Estar en un proceso constante de evaluación y mejora de sus procesos y servicios para asegurar que se mantenga el nivel de calidad.

Junto a este comparten pensamiento A. Parasuraman y Valerie Zeithaml que desarrollaron brechas de servicio que fueron ampliamente utilizadas en esta teoría del servicio al cliente

Un empleado mal inducido puede ofrecer un servicio indeficiente lo que afecta la satisfacción del cliente y llegar a generar una mala reputación de la empresa. La teoría del servicio al cliente enfocada en la calidad puede ayudar en el proceso de inducción al proporcionar a los empleados una comprensión clara de los estándares de calidad del servicio que se esperan de ellos.

Esto les permite comprender la importancia de brindar un servicio excepcional y satisfactorio, y los prepara para cumplir con las expectativas de los clientes desde el inicio de su labor.

**La teoría del valor presente neto (VPN)** es un concepto fundamental en la evaluación de proyectos y toma de decisiones financieras, con una idea principal basada en que “el dinero tiene un valor diferente en el tiempo”.

Esta teoría busca entender como las empresas pueden maximizar su eficiencia en sus servicios, con el objetivo de ayudar a las empresas a ser mas sostenibles a largo plazo. Es una herramienta que va a permitir evaluar la rentabilidad de proyectos y así determinar si es viable o no. La teoría VPN es valiosa para la planificación a largo plazo, es decir, al conocer valores presentes y precisos las empresas se pueden ajustar a estrategias de mejora.

El querer implementar este plan de mejoramiento en la empresa, por medio de esta teoría la cual permitirá calcular el costo inicial de estas mejoras (como capacitaciones, materiales e incluso tiempo invertido y compararlo con los beneficios futuros esperados, ayudando a determinar como se ha dicho anteriormente si la inversión en el plan de mejoramiento es económicamente viable.

Un plan de mejoramiento necesita de una evaluación, se debe proporcionar una base sólida para justificar esta inversión y que las empresas así puedan enfocarse en iniciativas que realmente aporten valor.

Según **Irving Fisher** **siglo XX** abordo que las inversiones generan rendimiento a largo plazo, y que en ese sentido los beneficios futuros deben ser descontados al presente para evaluar correctamente valores.

Dicho lo anterior. Estas cuatro teorías están conectadas en el contexto de un proceso de inducción efectivo. Lo que lleva a querer aplicar una estrategia integral que aborde estas perspectivas que ayude a mejorar significativamente el proceso de inducción.

Para abordar esta problemática es esencial adoptar un enfoque que integre las perspectivas de recursos humanos, desarrollo organizacional, servicio al cliente y costo beneficio. Esto permitirá a las organizaciones maximizar el potencial de sus nuevos empleados, lograr una buena integración, brindar acompañamiento continuo y mejorar su rendimiento.

**Como dijo Phiilp B. Crosby (1979) se debe enfatizar la importancia de “hacer bien las cosas desde el principio y evitar errores desde el inicio”.**

## **1.8 Marco Conceptual**

Mercado (2010) dice que, si bien el proceso de inducción se constituye en una herramienta fundamental para contribuir al éxito en el desempeño de un empleado, en sí mismo no es suficiente para garantizar la adaptación de la persona al cargo y el logro de resultados en un corto plazo. Es así como la inducción se constituye en un proceso necesario para maximizar las potencialidades que el nuevo empleado puede desarrollar. Aquí se desglosa en varias etapas claves:

**Preparación:** Identificación de los objetivos, la selección de material necesario y la asignación de recursos humanos

**Recepción:** Es donde se acoge al individuo o entidad que se está induciendo.

**Formación:** Repartición de habilidades o conocimientos específicos para desarrollar un rol.

**Evaluación:** Valoración de conocimientos, actitud y rendimiento de una persona o de un servicio.

**Seguimiento:** proceso sistemático y continuo de recopilar, analizar y utilizar información para supervisar el progreso de un programa con el objetivo de cumplir sus objetivos.

**Desempeño:** acción de realizar una tarea asignada, cumplir con una obligación o enfrentar un trabajo.

**Estructura:** disposición y distribución de las partes de un todo, cuyo orden y relación entre sí permiten el funcionamiento de un determinado sistema

### **Clasificación del proceso de inducción:**

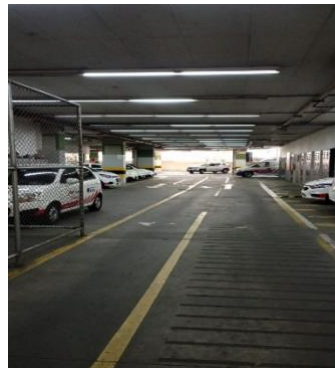
**Inducción institucional o inducción general:** Prada Y Rivas (2009), argumentan que en la orientación general el trabajador recibe un bosquejo amplio sobre la organización, labor que está a cargo del departamento de Recursos Humanos, el cual proporciona información general relacionada con la organización, políticas organizacionales, procedimientos, lineamientos dogmáticos y filosóficos de la organización, políticas salariales y de incentivos, bonos, vacaciones y otros.

**Inducción específica:** La orientación específica es el proceso por medio del cual al nuevo miembro se le explica la naturaleza exacta de su puesto, se hace la presentación del nuevo miembro a sus colegas, superiores, jerárquicos o subalternos, además, se le explica con detalle la naturaleza de las actividades del puesto al que pertenece y las propias también se le explican las expectativas que debe llenar los requerimientos del puesto o cargo.

## 1.9 Marco Contextual

La empresa EMI FALCK S.A.S, cuenta con varias sedes a nivel nacional del país (Colombia) entre ellas las más principales Bogotá, Medellín y Cali

La investigación llevada a cabo se realizara en una de las sedes principales, donde se encuentran las áreas administrativas y operativas ubicada en la ciudad de Cali en el barrio Champagnat en la comuna 19 con dirección calle 5 #50-103 quedando directamente dentro del centro comercial Cosmocentro piso 4 local 401, incluyendo también su área médica ubicada en la misma dirección, pero en el 1 piso por la entrada Roosevelt.



## **1.10 Marco Legal**

En la actualidad, los procesos de inducción y capacitación del personal de nuevo ingreso a las empresas se encuentran regido por una serie de normativas las cuales buscan trazar una ruta de acción y mecanismos apropiados que pueden adoptar las empresas

### **Constitución política de Colombia**

Acercas de la constitución política de Colombia se deben observar los siguientes artículos que nos introducen al tema desde el aspecto normativo:

**Artículo 53.** "El Congreso expedirá el estatuto del trabajo. La ley correspondiente tendrá en cuenta por lo menos los siguientes principios mínimos fundamentales: ... garantía a la seguridad social, la capacitación, el adiestramiento y el descanso necesario; protección especial a la mujer, a la maternidad y al trabajador menor de edad..."

**Artículo 54.** Es obligación del Estado y de los empleadores ofrecer formación y habilitación profesional y técnica a quienes lo requieran. (Constitución política de Colombia, 1991)

### **Código sustantivo del trabajo:**

El código sustantivo del trabajo regula los procesos de inducción y aprendizaje en su título II denominado período de prueba y aprendizaje. En este título, se establecen los lineamientos jurídicos que deben seguir los empleadores para el proceso de selección, capacitación y aprendizaje

### **Decreto 1567 de 1998.**

Este Decreto, expedido por la Presidencia de la República, por el cual se crea el sistema nacional de capacitación y el sistema de estímulos, en su capítulo II habla sobre la inducción y reinducción sosteniendo que, es un proceso de formación y capacitación para relacionar al empleado con la cultura organizacional, que para el caso de este decreto se ejerce en la actividad pública.

Existen normas, leyes y reglamentos que se deben cumplir en la empresa respecto al problema de inducción.

### **Reglamento interno de trabajo**

En las empresas se manejan unas principales normas de las relaciones laborales, entre ellas la admisión de trabajadores; las jornadas y horarios de trabajo; el control de asistencia al trabajo; los permisos, licencias e inasistencias; los derechos y obligaciones del empleador y del trabajador; las medidas disciplinarias; la persona o dependencia encargada de atender los asuntos laborales; entre otros.

### **Ley de talento humano**

El talento humano de cualquier empresa es toda aquella fuerza humana que aporta e influye en la productividad de una compañía. Por ello, es fundamental conocer la ley de talento humano que se aplican al proceso de gestión de recursos humanos.

De esta manera, los profesionales en el área y empleadores, puedan llevar en conjunto, un buen desarrollo en la empresa, estar motivados y llevar procesos adecuados para la inducción

### **Ley de Emprendimiento 1014 de 2006**

Pretende fomentar la cultura del emprendimiento en todos los establecimientos educativos del país, obliga a las instituciones educativas a reflexionar y plantear nuevas estrategias dentro del modelo pedagógico.

Esta ley puede aportar herramientas y apoyos para capacitar al nuevo personal y fomentar buenas prácticas de gestión en las empresas, programas ofrecidos por la ley de emprendimiento 1014 de 2006 como capacitaciones especializadas, asesorías de gestión de RRHH y la implementación de políticas que ayude al personal a mejorar el desempeño.

### **Ley de protección al trabajador:**

Nadie puede impedir el trabajo a los demás, ni que se dediquen a la profesión, industria o comercio que les plazca, siendo licito su ejercicio, sino mediante resolución de autoridad de componente encaminada a tutelar los derechos de los trabajadores o de la sociedad.

La ley de protección al trabajador puede ayudar a brindar a los nuevos trabajadores de una empresa al establecer normas y regulaciones, esto garantiza que los trabajadores reciban la información necesaria sobre sus derechos, deberes condiciones laborales y medidas de seguridad en el trabajo.

### 1.11 Marco Temporal

Esta investigación se lleva a cabo en un tiempo de periodo dividido en dos cortes que va ligado con el proceso de formación académica en “INTENALCO”, este periodo es.

**1 corte:** Este periodo se comprende en los meses de agosto a noviembre de 2023, conformado por la formulación y descripción del problema de esta investigación que será el anteproyecto.

**2 corte:** Este periodo se comprende en los meses de febrero a mayo de 2024, donde se entregara el proyecto ya terminado y se gestionara de manera práctica.

## 2. Diseño Metodológico

### 2.1 Componentes investigativos

El trabajo realizado corresponde a un tipo de **investigación descriptiva** ya que se describe la realidad de la empresa que enfrenta actualmente por lo se plantea el plan de mejora para la inducción realizada por el área de RRHH de la empresa EMI FALCK SAS ubicada en la ciudad de Cali.

Para complementar y que se entienda este trabajo como investigación descriptiva se adjunta la definición de (Carlos Sabino 1992).

Se define a la investigación descriptiva como el tipo de investigación que tiene como objetivo describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utiliza criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los

fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes “Carlos sabino (1992)”

La investigación descriptiva es de tipo observacional, lo que permite de cierta manera hacer un análisis de los datos llevados a cabo sobre la investigación sin ser influenciadas. Con esta se conoció aquellas actividades llevadas a cabo en el proceso de inducción y de cierta manera identificar que era lo que se hacía mal en este proceso.

Igualmente, por la finalidad del trabajo se considera este como un tipo de **investigación explicativa**, ya que mediante esta investigación se puede obtener la información más detallada sobre las causas que llevaron a que se practique una inducción insuficiente en la empresa de EMI FALCK SAS.

Para complementar y que se entienda este trabajo como investigación explicativa se adjunta la definición de (Fidias Arias).

La investigación explicativa se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas (investigación post facto), como de los efectos (investigación experimental), mediante la prueba de la hipótesis. Sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos (Fidias Arias 2012)

Esta tiene el interés de descubrir que es lo que realmente sucede internamente en la empresa por el cual no se lleva bien a cabo este proceso y de cierta manera descubrir esa causa-efecto que establece una relación entre las variables del trabajo llevado a cabo.

Por lo cual, también se es necesaria el uso de la **investigación de tipo aplicada** ya que se busca dar un plan de mejoramiento a la problemática encontrada en EMI FALCK, lo que busca

dar una solución en el área de RRHH, aportando ideas, métodos, información. Todo en busca de una solución asertiva.

En cuanto al manejo de las variables del presente trabajo, se adecúa al diseño de tipo **no experimental**, en donde no se construye ninguna situación, sino que se observa una situación ya existente, no provocadas intencionalmente por el investigador.

Con lo anterior dicho, los estudios se realizarán con un método de investigación:

Se utilizará la **metodología cualitativa**, ya que esta se trata de un procedimiento, interpretativo, subjetivo. Su método de razonamiento es inductivo va de lo particular a lo universal, los datos para su análisis e interpretación es a través de la observación directa, las entrevistas o documentos científicos. Esto se pretende aplicar al personal de EMI FALCK SAS.

Significa que el investigador cualitativo estudia las cosas en sus ambientes naturales, pretendiendo darle sentido o interpretar los fenómenos en base a los significados que las personas les otorgan (Álvarez-Gayou Jurgenson, y otros, 2014)

#### **Fuentes de investigación necesarias para la investigación:**

##### **Fuentes Primarias:**

Las entrevistas son la mejor opción y serán muy valiosas para la investigación, ya que nos proveerá información muy importante porque los entrevistados nos darán sus respuestas con la mayor precisión posible, brindándoles un ambiente de confianza para que se puedan expresar de la manera más natural y que posibilite un mejor análisis de las respuestas, además, conforme a sus observaciones, se podrá indagar aún más en aspectos que fortalezcan en gran medida el presente proyecto.

Las encuestas se realizarán considerando los tiempos ya que en su momento no todos cuentan con la disponibilidad total de sus tiempos para la realización de una entrevista. Sin embargo, los cuestionarios estarán diseñados para obtener toda la información necesaria.

**Fuentes Secundarias:**

-Artículos académicos

-Libros

-Tesis

-Páginas web

Estas fuentes nos aportan información previamente de otros investigadores que ayuden a respaldar la investigación proporcionando diferentes perspectivas, datos y teorías. Sirve de guía para saber si se va por un buen camino.

**2.1.1 Línea de investigación:** El presente trabajo se inscribe en la línea de investigación del programa Técnico Profesional en procesos Administrativos del Instituto Técnico Nacional de Comercio “Simón Rodríguez” “Plan de mejoramiento en el área de RRHH para el proceso de inducción”

**2.1.2 Delimitación del objeto de estudio:** La investigación del presente proyecto será ejecutada en la empresa EMI FALCK SAS , ubicada en la Ciudad de Cali (Valle). Para el desarrollo del objetivo principal de esta investigación se estudiará la información relacionada con el plan de mejoramiento en el área de RRHH para el proceso de inducción

**2.1.3 Población y muestra de objeto de estudio:** Este proyecto propone una mejora en el proceso de Inducción en la empresa EMI FALCK SAS ubicada en Cali, una empresa del sector Salud, que apruebe la realización de un plan de acción, necesario, para conseguir el mejoramiento en sus procesos de inducción acarreado beneficios integrales que conduzca aumento de la integración, la familiaridad y la productividad de la empresa. Con lo anterior, la población a estudiar será la empresa EMI FALCK SAS , y la muestra que se tomará para realizar el estudio será el área de recursos humanos de la empresa EMI FALCK SAS.

## **2.2 Técnicas e instrumentos**

**Diagnostico específico:** Este consiste en analizar detalladamente diversos aspectos en una empresa, como su estructura, procesos, recursos humanos, finanzas entre otros. Con este se puede identificar problemas específicos, obteniendo una visión clara y precisa de la situación actual en la empresa.

Con este diagnóstico específico se puede identificar la causa raíz que ayude a determinar la razón exacta por las cuales en EMI FALCK SAS no se lleve un buen proceso de inducción y ya identificado de este puede permitir proponer soluciones y mejoras para corregir el problema identificado y que se logre a futuro una buena optimización en el proceso de inducción,

**Evaluación:** estableceremos un baremo que nos permitirá evaluar la situación actual de la empresa, centrándonos sobre aquellos puntos los cuales deseemos realizar el diagnóstico: consumidores, calidad, compras, finanzas, proceso de producción, etcétera.

**Visión detallada o concreta:** en este punto es cuando el equipo o persona encargada de realizar el diagnostico se centran especialmente en recoger toda la información posible acerca del apartado concreto de la empresa por el que se está interesado estudiar, este proceso es posible

gracias a la obtención de imágenes, tablas, gráficos, entrevistas, y toda clase de recursos que permitan conocer de primera mano la situación o tema a analizar.

**Cálculos:** llegados a este punto y con la información recogida de la fase anterior, es establecer el estado del tema y en qué nivel está según el baremo que se haya querido fijar.

**Conclusiones:** se procesa y analiza toda la información que se ha recogido y se estudia para evaluar y conocer los motivos que impiden alcanzar aquellos parámetros que en su momento se establecieron. Conociendo los problemas o causas negativas del apartado seleccionado, será mucho más fácil encontrar las soluciones.

De acuerdo con el análisis, es importante que se tengan en cuenta los aspectos mencionados, ya que, de esta forma, la presente investigación podrá tener los efectos esperados al interior de la empresa EMI FALCK SAS de la ciudad de Cali , Colombia.

## **2.3 Esquema Teórico**

### **2.3.1 Reseña Histórica:**

La empresa de medicina prepagada integral EMI S.A.S. Servicio de ambulancia prepagada más conocida como GRUPO EMI S.A.S nace en el año 2006 gracias a la fusión de compañías prestadoras de servicio con experiencia de 40 años en atención médica radicándose en Colombia, Uruguay y Panamá (no se encontraron datos existentes de fundadores ni de capitales iniciales de inversión).

Entre el año 2007 y 2008 Grupo EMI logra consolidarse con aperturas nuevas en ciudades de Colombia e incorpora a la sede de Ecuador. Constituyéndose como prestador prehospitario, sus primeros servicios se basaron en atención domiciliaria (urgencias y emergencias)

En el año 2010 Y 2011 el grupo adquiere operaciones en El Salvador y en Colombia adquiere la empresa SER S.A en donde logran tener cobertura en Armenia, Pereira y Manizales, se obtienen buenos resultados tanto económicos como de servicio lo que lleva a que grupo EMI se fusione con Grupo Falck, Grupo EMI queda valorado en USD\$150 millones y registrando en Colombia ingresos operacionales por 50.000.000 millones de pesos y 1.300 empleados, convirtiéndose así en líder de atención medica prehospitolaria en Latinoamérica.

En el año 2017 el Grupo Falck lideres en el mercado mundial de servicios de atención médica y respuestas a emergencias de origen danés fundado por Sophus Falck decide adquirir el 100% de las acciones de Grupo EMI, gracias a esto Grupo EMI inicia operaciones en Barranquilla, Soledad y Cartagena e inician la atención virtual. En 2020 Grupo EMI se convierte en la nueva unidad de negocio de Falck, pasando hacer EMI FALCK S.A.S.

## 2.2. Tipo de Empresa

EMI FALCK S.A.S se constituye como una empresa de comercial – prestadora de servicios



Camara de Comercio de Cali  
CERTIFICADO DE MATRÍCULA DE SUCURSAL NACIONAL  
Fecha expedición: 14/08/2023 02:17:30 pm

Recibo No. 9083016, Valor: \$3.600

**CODIGO DE VERIFICACIÓN: 0823QB9PIF**

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a [www.ccc.org.co](http://www.ccc.org.co) y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario, contados a partir de la fecha de su expedición.

CON FUNDAMENTO EN LA MATRÍCULA E INSCRIPCIONES EFECTUADAS EN EL REGISTRO MERCANTIL, LA CÁMARA DE COMERCIO CERTIFICA:

### NOMBRE, DATOS GENERALES Y MATRÍCULA

|                            |                                                                                                   |
|----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nombre:                    | EMPRESA DE MEDICINA INTEGRAL EMI S.A.S. SERVICIO DE AMBULANCIA PREPAGADA - Sigla: GRUPO EMI S.A.S |
| Matrícula No.:             | 313845                                                                                            |
| Fecha de matrícula en esta | 26 de mayo de 1992                                                                                |
| Cámara :                   |                                                                                                   |
| Último año renovado:       | 2023                                                                                              |
| Fecha de renovación:       | 23 de marzo de 2023                                                                               |
| Activos Vinculados:        | \$4,881,178,462                                                                                   |

### UBICACIÓN

|                                       |                                               |
|---------------------------------------|-----------------------------------------------|
| Dirección comercial:                  | CL 6 # 50 - 80 PI 4 LC 401 CALLE 5 50 103     |
| Municipio:                            | Cali - Valle                                  |
| Correo electrónico:                   | darling.paramo@grupoemi.com                   |
| Teléfono comercial 1:                 | 6530404                                       |
| Teléfono comercial 2:                 | 3144441125                                    |
| Teléfono comercial 3:                 | No reportó                                    |
| Dirección para notificación judicial: | CALLE 6 50-80 PISO 4 LOCAL 401/CALLE 5 50-103 |
| Municipio:                            | Cali - Valle                                  |
| Correo electrónico de notificación:   | liliana.toro@grupoemi.com                     |
| Teléfono para notificación 1:         | No reportó                                    |
| Teléfono para notificación 2:         | No reportó                                    |

### **2.3. Capital Social**

En el año 2023 EMI FALCK S.A.S termino con un valor real de \$185. 530. 852 millones de pesos colombianos.

### **2.4. Objeto Social:**

EMI FALCK S.A.S es una compañía dedicada a la prestación de servicios de atención medica domiciliaria y virtual las 24/7, con médicos personales para solucionar dudas y situaciones de salud, proporcionando servicios de ambulancia para el público general y servicios de emergencias estatales.

### **2.5. Misión, Visión Y Políticas**

- Salvar vidas y preservar la salud.
- En el 2030 ser la empresa que cambie la forma de acceder a los servicios de salud.

#### **Políticas**

**Política integral de calidad:** Reconocer la responsabilidad de brindar a los afiliados una atencion medica domiciliaria humanizada.

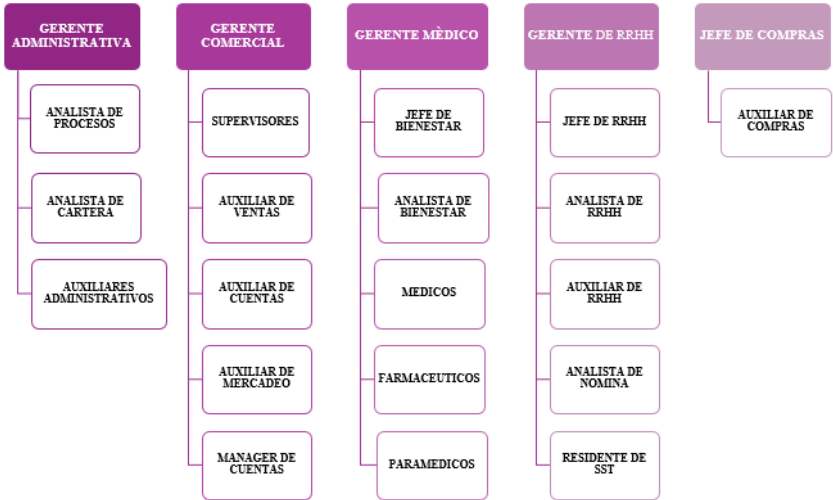
Compromiso con el mejoramiento continuo. La gestión de riesgos y del cambio, la sostenibilidad del medio ambiente, la competencia de nuestro personal y el cumplimiento de requisitos.

**Política de seguridad del paciente:** Grupo Emi está comprometido a brindar una atención segura.

Procesos diseñados para minimizar el riesgo inherente de la atención médica con personal idóneo y capacitado.

Se cuenta con un programa de seguridad del paciente que fomenta actos médicos seguros para contribuir al mejoramiento continuo de calidad.

### 2.6. Estructura empresarial



### 2.7. Portafolio de Servicios

| PLAN EMI TRADICIONAL                                                                                            | PLAN EMI VIRTUAL                                                                                                                          | PLAN EMI PLUS                                                                                       | CONVENIO EMPRESARIAL                                                                                               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Atención médica en emergencias y urgencias, atención médica a domicilio, consulta pediátrica, atención virtual. | Atención médica a través de chat, videoconsulta o línea telefónica de orientación                                                         | Atención de emi tradicional + atención odontológica con medicamentos incluidos.                     | Los empleados y sus familiares pagan afiliación al Plan emi Tradicional o al Plan emi Plus                         |
| SEGURO ACCIDENTE EMI                                                                                            | SEGURO ACCIDENTE EMI VIRTUAL                                                                                                              | CONVENIO COLECTIVO                                                                                  | ÁREA PROTEGIDA                                                                                                     |
| Atención médica tradicional y respaldo económico de \$5.000.000 en caso de fallecimiento accidental.            | Atención médica por videoconsulta, orientación médica vía chat, respaldo económico para gastos médicos y hospitalización y fallecimiento. | Empresas brindan un beneficio a sus empleados afiliados al Plan emi Tradicional o al Plan emi Plus. | Cubre emergencias, urgencias médicas que ocurren en un área definida y las personas que se encuentran en el lugar. |

## 2.8. Mercado

Hombres y mujeres que cuenten con un ingreso económico regular o completo, y que necesiten servicios de medicina prehospitalaria.

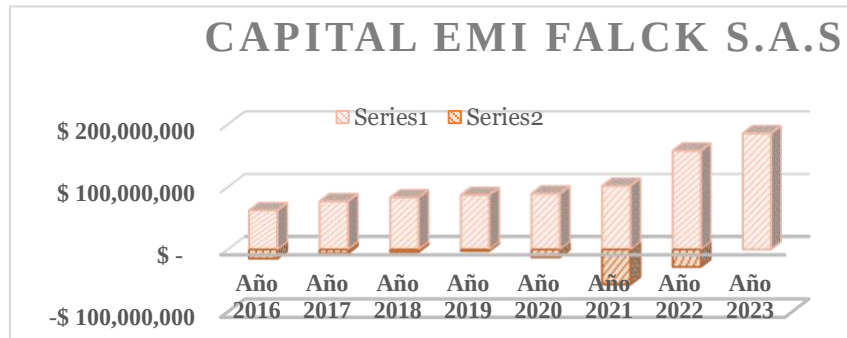
- Niños entre 0 -13 años que necesiten atención rápida.
- Jóvenes entre 18 – 35 años que necesiten atención en accidentes laborales o deportivos que requieran transporte médico de emergencias médicas.
- Adultos entre 35 – 55 años para manejo de enfermedades crónicas que requieran transporte médico de emergencias médicas.
- Adultos de 60 años en adelante con movilidad reducida que requieran atención médica domiciliaria.

Empresas que requieran servicios de atención médica prehospitalarias para eventos corporativos o para sus empleados.

- Empresas organizadoras de eventos masivos, instituciones gubernamentales, empresas industriales, empresas hoteleras, estadios y lugares deportivos.

## 2.9. Evolución Financiera

| UTILIDAD | Año 2016      | Año 2017       | Año 2018      | Año 2019      | Año 2020      | Año 2021       | Año 2022       | Año 2023       |
|----------|---------------|----------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|
|          | \$ 62.442.205 | \$ 77.014.172  | \$ 83.161.988 | \$ 86.958.739 | \$ 89.264.245 | \$ 101.646.185 | \$ 157.674.547 | \$ 185.530.852 |
| AUMENTO  |               | -\$ 14.571.967 | -\$ 6.147.816 | -\$ 3.796.751 | -\$ 2.305.506 | -\$ 12.381.940 | -\$ 56.028.362 | -\$ 27.856.305 |



### Resultados:

- Desde el año 2016 hasta el 2019 la empresa experimento un crecimiento constante del 52% en las utilidades, ya que entre el 2016 – 2017 grupo EMI pasa a ser 100% propiedad de grupo FALCK y gracias a este negocio, el portafolio de servicios crece, logrando mas su visibilidad y desde aquí EMI FALCK incrementara sus ventas,
- Entre el año 2020 a 2022 se muestra un crecimiento significativo del 55%, todo gracias a la temporada de pandemia COVID 19, que género que la mayoría de la población optara por recibir acompañamiento de salud en sus hogares, permitiendo a EMI FALCK incrementar significativamente sus ventas y la eficiencia en la prestación del servicio
- En el año 2023 el crecimiento sigue estable, ya que a raíz de la pandemia muchos de los clientes se acostumbraron a recibir apoyo medico en sus hogares y además de esto, recomendar a EMI FALCK con sus allegados. Permitiendo mantener su porcentaje de ventas al del año 2022.

### 3. Análisis actual de la empresa

La empresa ha logrado un crecimiento constate de ventas lo que le ha permitido posicionarse en un buen rango frente a la competencia. Se presentan días donde ingresan entre 15 a 30 afiliados, y la demanda de solicitar el servicio siempre mantiene constante o en aumento.

#### 3.1. Análisis del sector - MATRIZ DE PORTER

| PODER DE NEGOCIACIÓN DEL CLIENTE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | PODER DE NEGOCIACIÓN DE PROVEEDORES                                                                                                                                                                                                                                                                                 | AMENAZA DE COMPETIDORES ENTRATES                                                                                                                                                                                                                                                                                     | AMENAZA DE PRODUCTOS NUEVOS                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Los clientes cuentan con muchas opciones para elegir y pueden negociar precios y condiciones. Por ello, es fundamental implementar estrategias como: mejorar los canales de venta, optimizar la prestación del servicio y garantizar la accesibilidad de los precios. La calidad del servicio y la reputación de la empresa son factores clave que influyen en la decisión del cliente. | Existe variedad de proveedores especializados en equipos medicos y de suministros, y esto mismo hace que en el mercado reduzcan poder, mas sin embargo algunos suministros pueden tener mayor poder si son escasos. Para esto se debe recurrir a negociar, realizar alianzas para lograr llegar al consumidor final | Las empresas que pertenecen a este sector ya están consolidadas y son muy reconocidas como proveedoras de servicios. Sin embargo, la creciente demanda puede atraer a nuevos entrantes, aunque también pueden enfrentarse a barreras de entrada, como la necesidad de capacitaciones y certificaciones del personal. | Aunque hoy en día el uso de la tecnología puede sustituir ciertos aspectos del servicio prehospitalario, la atención médica de urgencias y especializada sigue siendo esencial. Por lo tanto, es importante adaptarse a los cambios y ofrecer servicios actualizados que estén en línea con las transformaciones del mercado. | En la ciudad de Cali hay muchas empresas que ofrecen servicios similares, como ambulancias privadas, médicos de emergencia y atención prehospitalaria, lo que intensifica la competencia. Se recomienda implementar métodos que permita diferenciarse de las demas empresas. |

#### 3.2. La competencia

La empresa EMI no tiene competencia directa en el lugar que se encuentra ubicada principalmente, el barrio Champagnat comuna 19 más, sin embargo, en la ciudad de Cali si se encuentran distintas empresas pre- hospitalarias que pasan a ser competencia para EMI ya que estas empresas brindan servicios similares.

- Cruz Roja Colombiana Seccional Valle - Calle 38bis # 5-91 San Fernando



- Emermédica Cl. 9 #63-08, Pampa Linda – 256.000 Afiliados



- Emerdom LTDA Av. 2 Nte. #24n-77 Oficina 201, El Piloto



- SSI Medicina Prepagada Cra 39 9 22 Los Cámbulos



- Grupo empresarial contacto 724 - Calle 13 B # 69-81 La Hacienda



### 3.3. Mercado actual - participación en el mercado

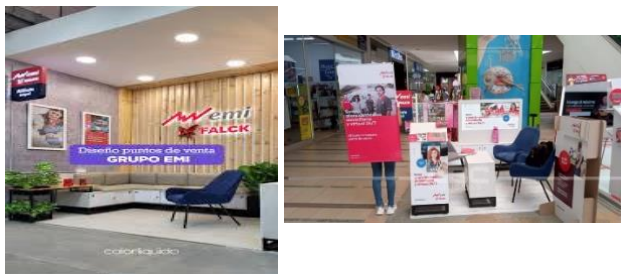
EMI FALCK una empresa dedicada a la prestación de servicios prehospitalarios y medicina en casa ha logrado llegar alrededor de 17mil personas en la ciudad de Cali obteniendo ventas hace 1 año de 185 millones de pesos, teniendo una participación en el mercado de aproximadamente 18.5%.



### 3.4. Estrategias de mercadeo y ventas

EMI FALCK cuenta con el área comercial, quienes son los encargados de planificar y poner en práctica las estrategias de ventas, algunas de estas estrategias son:

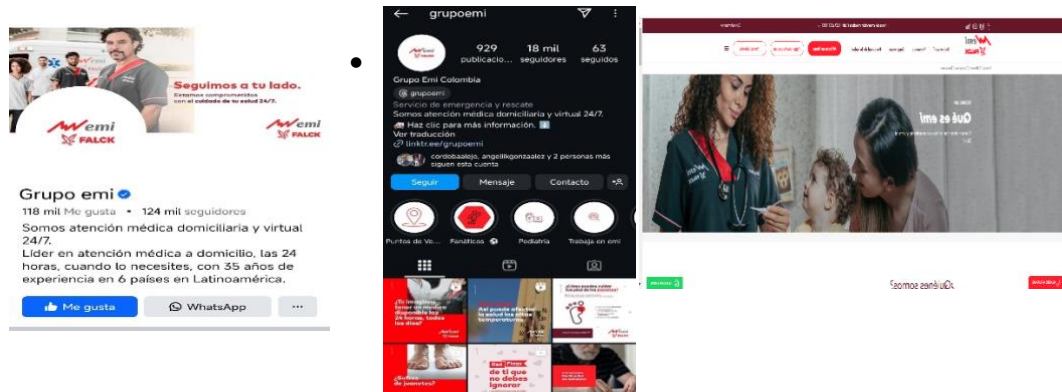
- Eventos masivos
- Actividades de socialización
- Puntos de venta



- Ejecutivos comerciales de terreno (Ofrecen el servicio en las calles)
- Ejecutivos punto de ventas (fijos en lugares comerciales)
- Ejecutivos Freelance (Ingresan ventas sin ser parte de la empresa)



- Redes sociales (Publicidad masiva en Facebook, Instagram y pagina web)



### 3.5. Matriz DOFA interna y externa

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>FORTALEZAS:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Amplia trayectoria en atención prehospitalaria.</li> <li>2. Equipos profesionales.</li> <li>3. Equipos modernos para la atención del servicio.</li> <li>4. Amplia cobertura geográfica con buena disponibilidad de ambulancias.</li> </ol> | <b>DEBILIDADES:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Alta rotación en algunos cargos.</li> <li>2. Necesidad de recursos económicos para implementar estrategias de ventas.</li> <li>3. Sobrecarga laboral.</li> <li>4. Inducciones y capacitaciones insuficientes.</li> </ol> |
| <b>OPORTUNIDADES:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aumento de la demanda del servicio a causa de epidemias, pandemias, etc.</li> <li>2. Nuevas tecnologías para mejorar la eficiencia.</li> <li>3. El sector salud cobra más importancia en la concienciación de la población.</li> </ol> | <b>ESTRATEGIAS DO:</b> <p>D1- O1: Programas de capacitación y desarrollo profesional para reducir la rotación y ofrecer un servicio de calidad.</p> <p>D2-O2: Alianzas estratégicas con empresas tecnológicas que ofrezcan soluciones y apoyo al marketing.</p>                                         | <b>ESTRATEGIA FO:</b> <p>F4-O1: Expandir el servicio en barrios de la ciudad que no haya cobertura donde existan demandas altas de servicios prehospitalarios.</p> <p>F3-O2 : Usar tecnologías avanzadas para optimizar y mejorar la atención del cliente.</p>                         |
| <b>AMENAZAS:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aumento de empresas que ofrecen servicios similares</li> <li>2. Crisis económicas que dificultan el acceso al servicio.</li> <li>3. Insatisfacción del cliente que puede llevar a cancelaciones o bajas en las ventas.</li> </ol>           | <b>ESTRATEGIA FA:</b> <p>F1-A1: Mejorar los servicios existentes utilizando tecnología avanzada para ayudar a diferenciar a EMI de sus competidores.</p> <p>F3-A3: Ofrecer una atención al cliente proactivo y personalizado para anticiparse a las necesidades y evitar las insatisfacciones.</p>      | <b>ESTRATEGIA DA:</b> <p>D2-A2: Buscar asociaciones para reducir la dependencia económica.</p> <p>D4-A32: Implementar inducciones rigurosas para ayudar al personal a brindar información correcta, y ofrecer un servicio de calidad.</p>                                              |

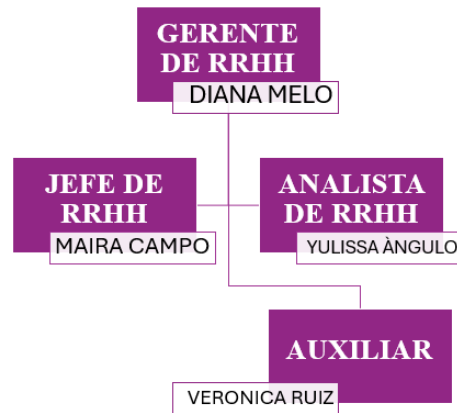
### 3.6. Matriz DOFA del sector

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <b>FORTALEZAS:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacidad en movilización de emergencias.</li> <li>2. la colaboración constante con hospitales y clínicas para la atención continua.</li> <li>3. educación constante a los clientes sobre la prevención de accidentes y enfermedades generales</li> <li>4. información constante al personal, lo que les permite mantener actualizados.</li> </ol> | <b>DEBILIDADES</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ayudas gubernamentales para el sector de salud prehospitalario</li> <li>2. Implementación de nuevas tecnologías en aplicaciones móviles para la gestión de emergencias</li> <li>3. Crecimiento en el uso de telemedicina</li> </ol>     |
| <b>OPORTUNIDADES</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. limitación en el acceso del servicio para algunas áreas rurales</li> <li>2. Alta rotación de personal</li> <li>3. falta de gestión del tiempo, ya que las ambulancias pueden tomar horas en llegar.</li> <li>4. Falta de equipos esenciales para la prestación del servicio</li> </ol> | <b>ESTRATEGIAS FO:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. F1-O1:Aprovechar el buen trabajo de movilización para acceder a programas o ayudas del gobierno y así optimizar mucho más el recurso disponible.</li> </ol>                                                                                                                                                                                    | <b>ESTRATEGIAS DO:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. D1-O3:Implementar planes de atención virtual para aquellas zonas en las que no se tiene acceso al servicio de manera física.</li> <li>2. D3-O3:Desarrollar aplicaciones móviles para la gestión eficiente de emergencia.</li> </ol> |
| <b>AMENAZAS:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Escasez de personal capacitado</li> <li>2. Aumento de violencia en zonas específicas que limite la prestación del servicio.</li> <li>3. Cambios económicos.</li> </ol>                                                                                                                     | <b>ESTRATEGIAS FA:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. F1-A2:Implementar protocolos de seguridad que permitan mantener la movilización de las ambulancias en zonas de violencia.</li> <li>2. F4-A1:Implementar capacitaciones integrales que permitan optimizar el uso del personal disponible y mejorar su preparación ante ejercicios .</li> </ol>                                                  | <b>ESTRATEGIAS DA:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. D3-A2:Implementar sistemas de recopilación para identificar las áreas críticas y trabajar en mejorar la gestión del tiempo.</li> </ol>                                                                                              |

## 4. Diagnóstico, formulación e implementación del plan de mejoramiento

### 4.1 Diagnostico

Estructura del área administrativa (RRHH)



#### 4.1.1 Matriz DOFA de RRHH

|                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                   | <b>FORTALEZAS:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se cuenta con el personal necesario para cada proceso.</li> <li>2. Buen ambiente laboral en el área.</li> <li>3. Los procesos se llevan a cabo en el orden asignado.</li> </ol> | <b>DEBILIDADES</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Procesos de inducción nuevos que se puedan aplicar.</li> <li>2. Apoyo financiero por parte de la empresa para invertir en actividades que motive a los colaboradores.</li> </ol> |
| <b>OPORTUNIDADES</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Procesos de inducción incompletos.</li> <li>2. Sobrecarga laboral.</li> <li>3. Retrasos en el proceso de entrevistas.</li> <li>4. Se brinda información incompleta a los colaboradores.</li> </ol> | <b>ESTRATEGIAS FO:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. F3-O1: Capacitar al personal existente en los nuevos métodos de inducción para lograr una eficiente integración en los nuevos colaboradores.</li> </ol>                     | <b>ESTRATEGIAS DO:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. D4-O2: Implementar sistemas de seguimiento en los procesos para asegurar que se hagan adecuadamente.</li> </ol>                                                              |
| <b>AMENAZAS:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La reputación de la empresa puede dificultar la atracción de nuevos colaboradores.</li> <li>2. Salida de empleados claves que puedan ser difíciles de reemplazar.</li> </ol>                           | <b>ESTRATEGIAS FA:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- F2-A1: Implementar en los canales de comunicación los logros y reconocimientos obtenidos para reflejar la buena cultura organizacional.</li> </ol>                          | <b>ESTRATEGIAS DA:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- D2-A2: Diseñar planes de sucesión temporales para roles importantes. .</li> </ol>                                                                                            |

#### **4.1.2 Objetivo general**

Implementar acciones de mejora para practicar una inducción integral por parte del área de Recursos Humanos que proporcione a los nuevos empleados una orientación clara y coherente sobre la cultura organizacional, funciones del puesto y procedimientos internos.

#### **4.1.3 Objetivos específicos**

- Elaborar un manual de inducción que contenga información clave, como la estructura de la empresa y las funciones a desarrollar.
- Desarrollar un programa de capacitación inicial que incluya actividades interactivas, para que los nuevos empleados se familiaricen con la empresa y los demás empleados.
- Fortalecer a los mentores para que brinden un apoyo conciso de aprendizaje a los nuevos empleados.

#### **4.2 Implementación de plan de mejoramiento**

EMI Falck, como compañía líder en la prestación de servicios prehospitalarios, se enfrenta diariamente a la obligación de ofrecer un servicio de alta calidad. Para lograrlo, es fundamental contar con personal altamente profesional y capacitado. Sin embargo, hemos observado que los procesos de inducción para nuevos empleados no son óptimos, ya que existe desorganización en este aspecto.

Con el objetivo de mejorar este proceso, hemos desarrollado un plan de mejoramiento que busca transformar y reinventar las inducciones. Este plan tiene como finalidad mejorar la

experiencia de los nuevos empleados, permitiéndoles adaptarse rápidamente y contribuir al crecimiento de la empresa.

#### 4.2.1 Estrategias

Las siguientes estrategias se derivan del estudio realizado de manera interna y externa en el área a analizar, teniendo en cuenta los factores de competencias, debilidades, fortalezas y amenazas.

| <b>Área: Recursos humanos (Administración)</b> |                                                                                                                                                |
|------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Estrategia 1:</b>                           | Digitalizar la estructura empresarial (Misión, visión, políticas, áreas, cargos y funciones, etc.) para acceder a información clara y precisa. |
| <b>Estrategia 2:</b>                           | Implementar actividades interactivas para facilitar a los nuevos empleados relacionarse.                                                       |
| <b>Estrategia 5:</b>                           | Diseñar un cronograma para cumplir los tiempos de secciones de inducción.                                                                      |

#### 4.2.2 Planes de acción

Este documento detalla los planes de acción para implementar diversas estrategias. Se especifican los factores involucrados, los objetivos y el coste de cada estrategia, considerando un periodo de un año para la amortización de los costes

involucrados, los objetivos y el costo. Los costos de las actividades se calculan anualmente, incluso si la actividad es mensual.

**PLANES DE ACCIÓN – ÁREA DE REHH**

| ESTRATEGIA                                                                                                                                       | OBJETIVO                                                                              | ACTIVIDADES                                                                                         | TIEMPO        | RESPONSABLE                                   | COSTO                                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-----------------------------------------------|--------------------------------------|
| 1.Digitalizar la estructura empresarial (Misión, visión, políticas, áreas, cargos y funciones, etc.) para acceder a información clara y precisa. | Permitir el acceso fácil a la información de los procesos y políticas de la compañía. | -Clasificar la información de la empresa y las funciones a desarrollar de cada cargo.               | -1, 2 semanas | -Área de RRHH                                 | -No tiene costo                      |
|                                                                                                                                                  |                                                                                       | -Definir el contenido de esa información que se digitalizará                                        | -1,2 semanas  | -Área de RRHH                                 | -No tiene costo                      |
|                                                                                                                                                  |                                                                                       | -Revisión y validación tanto del diseño como de la información.                                     | -2,4 semanas  | -Auxiliar de mercadeo y publicidad            | -No tiene costo                      |
|                                                                                                                                                  |                                                                                       | -Desarrollo de la herramienta (creación de las diapositivas digitales)                              | -1.2 semanas  | -Gerencia y área RRHH                         | -No tiene costo                      |
|                                                                                                                                                  |                                                                                       | -Implementación de la herramienta.                                                                  | -1,2 semanas  | -Diseñador gráfico contratado por la empresa. | -950.000 por la dispositiva completa |
|                                                                                                                                                  |                                                                                       |                                                                                                     | -1,2 semanas  | -Área de RRHH                                 | -No tiene costo                      |
| 2. Implementar actividades interactivas para facilitar a los nuevos empleados relacionarse.                                                      | Fomentar la integración, y aprendizaje de los nuevos colaboradores.                   | -Programar la fecha en la cual se hará la actividad.                                                | -1 día        | -Área de RRHH                                 | -No tiene costo                      |
|                                                                                                                                                  |                                                                                       | -Comunicar a los asistentes sobre la actividad.                                                     | -2 a 5 días   | -Área de RRHH                                 | -No tiene costo                      |
|                                                                                                                                                  |                                                                                       | -Cotizar y comprar refrigerios.                                                                     | -1 a 2 días   | -jefe de compras                              | -75.600                              |
|                                                                                                                                                  |                                                                                       | - Organizar el espacio donde se llevará a cabo la actividad.                                        | -1 día        | -Área de RRHH                                 | -No tiene costo                      |
|                                                                                                                                                  |                                                                                       | -Evaluación                                                                                         | -1 día        | -Área de RRHH y mentor                        | -No tiene costo.                     |
| 3. Diseñar un cronograma para cumplir los tiempos de secciones de inducción                                                                      | Establecer y cumplir con los tiempos en las actividades en la inducción.              | -Clasificar las actividades que se practican en la inducción del más importante al menos importante | -1 semana     | -Área de RRHH                                 | No tiene costo                       |
|                                                                                                                                                  |                                                                                       | -Definir los horarios en el que se haría cada actividad                                             | -1 a 2 días   | - Área de RRHH                                | No tiene costo                       |
|                                                                                                                                                  |                                                                                       | -Implementar el cronograma. en el área.                                                             |               | -Área de RRHH                                 | No tiene costo                       |
| TOTAL: 1,026,500                                                                                                                                 |                                                                                       |                                                                                                     |               |                                               |                                      |

El plan de mejoramiento para la empresa EMI FALCK, se determina en cuanto tiempo y aplicación de las estrategias para una efectiva organización, un costo de \$226.800.

El cuadro muestra el seguimiento con base a las estrategias y su forma de seguimiento para la mejora de la empresa, dicho plan de acción se recomienda realizar.

#### **4.3 Sistema de control y seguimiento**

##### **Estrategia 1:**

- **Clasificar la información de la empresa y las funciones de cada cargo:**

1. Reunir los documentos más relevantes como organigramas, descripción de puestos, manuales de procedimientos y políticas internas (Documentos los cuales ya existen en la empresa)
2. Extraer la misión, visión, valores y políticas y numerar los cargos existentes, tanto administrativos como operativos.
3. Analizar la descripción de cada cargo y extraer las responsabilidades y funciones claves.

- **Definir el contenido de esa información que se digitalizará.**

1. Los datos extraídos de cada cargo se van a organizar por departamentos, es decir que cada sección será por departamento y ahí se encontrará la descripción de cada uno de los cargos que haya en ese departamento.

2. La misión, visión, valores y políticas se encontrará en las primeras secciones.

- **Diseño:**

1. Incluirá una introducción, la información recopilada y contactos importantes de la empresa.
2. Para el diseño visual se creará un diseño propio con el programa PowerPoint, usando paleta de colores representativos de la empresa, tipografía legible y logos de la empresa.
3. Se incluirá gráficos, e imágenes que complementen los textos y haga el manual visualmente más atractivo.
4. Se digitalizará en formato PDF para facilitar su uso a cada colaborador.

- **Revisión y validación tanto del diseño como de la información**

1. Establecer un equipo de revisión entre el jefe mayor de RRHH y el área de RRHH
2. Entre todos verificar el contenido (los textos, lenguaje, ortografía) y el diseño visual.  
Que todo sea claro y preciso.
3. Compartir las observaciones o mejoras que se encuentren en el piloto.
4. Realizar los cambios a las observaciones.
5. Una vez ya terminado el contenido y el diseño con sus correcciones (en caso de que hayan), el área de RRHH deberá compartirlo con gerencia para su dicha aprobación.

- **Implementación de la herramienta:**

1. El área de RRHH compartirá el PDF con las otras áreas ya sea por medio de una reunión virtual donde se detallará lo que hay en él.
2. Cada que ingrese un trabajador nuevo, se debe compartir ya sea por correo o WhatsApp

**Estrategia 2:**

- **Programar la fecha en la cual se hará la actividad**

1. Revisar el calendario de actividades y reuniones de la empresa para verificar que fechas están disponibles.
2. Seleccionar la fecha que más acorde este para cumplir con la actividad.

- **Comunicar a los asistentes sobre la actividad**

1. Redactar el mensaje claro que incluya la fecha, hora, lugar, propósito de la actividad y demás información.
2. Enviar el comunicado a cada asistente por su respectivo contacto de WhatsApp y si es posible también por correo electrónico.
3. Tres días antes de la actividad enviar recordatorios para que se tenga la actividad presente.

- **Cotizar y comprar refrigerios**

1. Determinar cuántas personas participaran en la actividad
2. Se considera como opción de refrigerio un bocadillo salado y una bebida por persona, lo cual al hacer la cotización se establece que:

SUMA =   UND de bocadillo salado = \$ 2.900   X   CANT de personas

UND de bebida = \$ 880

Por el total de asistente el valor total de los refrigerios seria de **\$75.600**, la actividad se recomienda hacer 3 veces en el año con una cantidad máxima de **20** personas para un total de **226.800** al año.

- **Organizar el espacio donde se llevará a cabo la actividad**

1. Emi tiene dos salas de reuniones que cuentan con el espacio adecuado para realizar la actividad.
2. Se deben separar con antelación una de las salas.
3. Organizar las sillas donde se ubicará cada asistente (Emi cuenta con sillas y mesas suficientes y en buen estado)

4. Hacer pruebas del proyector, pantalla, micrófonos para verificar que estén programados.

5. Organizar una mesa donde se encuentren los refrigerios.

- **Evaluación**

1. Clasificar criterios a evaluar, después de realizar estas actividades.

2. Crear formato de encuesta.

## Propuesta de capacitación

| PLAN DE CAPACITACION 2024                                                            |         |                 |                                            |                                                        |                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------------------|--------------------|
|  |         |                 |                                            |                                                        |                    |
| PROCESO DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE                                                   |         |                 |                                            |                                                        |                    |
| TEMAS                                                                                | DIA     | HORA            | LUGAR                                      | RECURSOS                                               | RESPONSABLE        |
| Estructura Organizacional                                                            | VIERNES | 8:30am - 4:00pm | CC COSMOCENTRO, 4 PISO - SALA DE REUNIONES | Computadora, Proyector, agenda, lapicero, refrigerios. | Area RRHH - Mentor |
| Servicios                                                                            | VIERNES | 8:30am - 4:00pm | CC COSMOCENTRO, 4 PISO - SALA DE REUNIONES | Computadora, Proyector, agenda, lapicero, refrigerios. | Area RRHH - Mentor |
| Portafolio de productos                                                              | VIERNES | 8:30am - 4:00pm | CC COSMOCENTRO, 4 PISO - SALA DE REUNIONES | Computadora, Proyector, agenda, lapicero, refrigerios. | Area RRHH - Mentor |
| Servicio al cliente                                                                  | VIERNES | 8:30am - 4:00pm | CC COSMOCENTRO, 4 PISO - SALA DE REUNIONES | Computadora, Proyector, agenda, lapicero, refrigerios. | Area RRHH - Mentor |
| Prestacion del servicio                                                              | VIERNES | 8:30am - 4:00pm | CC COSMOCENTRO, 4 PISO - SALA DE REUNIONES | Computadora, Proyector, agenda, lapicero, refrigerios. | Area RRHH - Mentor |
| Ventas                                                                               | VIERNES | 8:30am - 4:00pm | CC COSMOCENTRO, 4 PISO - SALA DE REUNIONES | Computadora, Proyector, agenda, lapicero, refrigerios. | Area RRHH - Mentor |
| Metas a futuro de la compañía                                                        | VIERNES | 8:30am - 4:00pm | CC COSMOCENTRO, 4 PISO - SALA DE REUNIONES | Computadora, Proyector, agenda, lapicero, refrigerios. | Area RRHH - Mentor |

Para el área de RRHH de la empresa EMI FALCK SAS se sugiere mantener un plan de capacitación para llevar un orden y una estructura de este proceso, esto permitirá al colaborador

entender más el entorno empresarial en el que se encuentra y ayudara con sus habilidades y desempeño.

Se realizo una cotización únicamente para los refrigerios que se entregaran en estas actividades, teniendo en cuenta precios por unidad de refrigerio y cantidad de persona. De resto Emi cuenta con los recursos, lugar, y tiempo para su implementación.

### Formato para evaluar indicadores de desempeño


**EVALUACIÓN DE CAPACITACIÓN**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |    |    |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|----|
| Fecha                                                                                                                                                                                                                                                                                            | DD | MM | AA |
| Tema:                                                                                                                                                                                                                                                                                            |    |    |    |
| Expositor:                                                                                                                                                                                                                                                                                       |    |    |    |
| Entidad del expositor:                                                                                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |
| Responsable del evento                                                                                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |
| Dependencia                                                                                                                                                                                                                                                                                      |    |    |    |
| <b>Objetivo de la evaluación:</b><br>Evaluar la eficacia de la capacitación, razón por la cual es importante que sus respuestas sean objetivas; la información que usted nos suministre nos servirá para mejorar en futuras capacitaciones que contribuya en ampliar las competencias laborales. |    |    |    |

Por favor marque con una **X** el nivel de la escala que mejor refleje su opinión, frente a cada criterio de evaluación.

|                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| Si su respuesta es deficiente marque | 1 |
| Si su respuesta es regular marque    | 2 |
| Si su respuesta es buena marque      | 3 |

**Organización de la Capacitación**

|                                                                | 1 | 2 | 3 |
|----------------------------------------------------------------|---|---|---|
| Considera que la capacitación fue dictada oportunamente        |   |   |   |
| La orientación y ubicación en el sitio de la capacitación fue: |   |   |   |
| La organización, preparación y comodidad del salón fueron:     |   |   |   |
| La duración de la capacitación fue:                            |   |   |   |
| <b>OBSERVACIONES:</b>                                          |   |   |   |

**Contenidos de la Capacitación**

|                                                                               | 1 | 2 | 3 |
|-------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|
| los objetivos de la capacitación fueron:                                      |   |   |   |
| Los materiales utilizados para presentar los contenidos fueron:               |   |   |   |
| Los contenidos de la capacitación respondieron a sus expectativas de manera:  |   |   |   |
| La metodología y actividades realizadas para desarrollar el contenido fueron: |   |   |   |
| <b>OBSERVACIONES:</b>                                                         |   |   |   |

**Facilitadores de la capacitación**

|                                                                                                       | 1 | 2 | 3 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|
| El (la) expositor(a) demostró dominio del tema de manera                                              |   |   |   |
| Sus inquietudes fueron resueltas de manera:                                                           |   |   |   |
| El (la) expositor(a) estimuló la participación e intercambio de ideas o experiencias de manera:       |   |   |   |
| ¿Los contenidos de la capacitación fueron suficientes para alcanzar los objetivos propuestos?         |   |   |   |
| Los objetivos de la capacitación fueron desarrollados de manera                                       |   |   |   |
| Lo aprendido en la capacitación ayuda en el desempeño laboral: <b>SI</b> ____ <b>NO</b> ____ Por que: |   |   |   |
| <b>OBSERVACIONES:</b>                                                                                 |   |   |   |

### **Estrategia 3:**

- **Clasificar las actividades que se practican en la inducción, organizando desde la más demandante a la menos demandante**

1. Enlistar cada una de las actividades que se realizan en este proceso.
2. Clasificar estas actividades de acuerdo con la relevancia y demanda que tenga cada una.

- **Definir horarios para hacer cada actividad**

1. Establecer la duración que tendrá cada actividad

- **Implementar el cronograma en el área**

1. Mantener el cronograma a la mano y compartir con los mentores y trabajadores que vayan a recibir la inducción.
2. Realizar las actividades de acuerdo con lo programado.

## Herramienta de digitalización propuesta:



### BIENVENIDO

Te queremos felicitar por alcanzar este logro gracias a tus capacidades y cualidades, ahora eres parte importante para nosotros, te invitamos a iniciar un recorrido que será vital para tu adaptación y conocimiento de la empresa a la que ahora perteneces.

*"La meta es tuya, tu empeño, energía, las ganas y tu dedicación hablarán por ti."*



### GRUPO EMI FALCK

Creada con el objetivo de cuidar la salud desde la comodidad de nuestros pacientes las 24/7 a cualquier hora y en cualquier lugar.



Nace hace más de 40 años, gracias a la fusión de compañías de salud en Colombia, Uruguay y Panamá, constituyéndose como el prestador prehospitalario más importantes de Latinoamérica.

Emi se convierte en la unidad de negocio de Falck y se convierte en EMI FALCK SASA.



### RESEÑA HISTORICA

Fue constituida hace 8 años como EMI FALCK cuando esta adquiere el 100% de Grupo Emi

### NUESTRAS OPERACIONES

- **EMERGENCIAS:** Ambulancias
- **ASISTENCIA:** Asistencia en carreteras.
- **COMMUNITY HEALTH SERVICES :** Atención médica en los hogares de los afiliados, enfermeras y paramédicos coordinan la atención para la prestación del servicio.



### UBICACIÓN



- ❖ **CALI:** Calle 5 # 50-103 local 401
- ❖ **ARMENIA:** Carrera 12 # 24 -50
- ❖ **BARRANQUILLA:** Carrera 74 # 76 -05
- ❖ **BOGOTÁ:** Av calle 100 19 A -30 Of adm - Operaciones Carrera 68 D # 18 - 30
- ❖ **CARTAGENA:** Carrera 1ª # 48 - 88
- ❖ **CHIA:** Carrera 1 # 5 -30, variante cota - chia
- ❖ **MANIZALES:** Carrera 27 A # 6 -30 CC sancancion nivel 8 - local 883
- ❖ **MEDELLIN:** Carrera 48 # 14 - 49
- ❖ **PALMIRA:** Calle 47 · 33 -01, CC super Marden de la 47 - local 3t
- ❖ **PEREIRA:** Avenida 30 de agosto # 87 - 363 sector la villa
- ❖ **RIONEGRO:** vereda la convención Km 2.3 llano grande vía al aeropuerto, hospital San Vicente fundación, torre A - piso 2



#### MISIÓN

Salvar vidas y preservar la salud.



#### VISIÓN

En el 2030 ser la empresa que cambie la forma de acceder a los servicios de salud.

### WINNING BEHAVIOURS



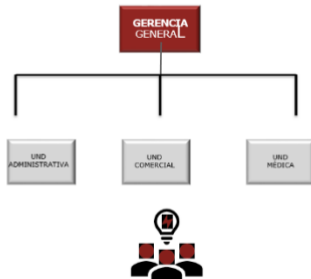
JUNTOS CREAMOS MAS VALOR

GENERAMOS CONFIANZA

NOS COMPROMETEMOS A CUIDARTE



## DIVISIÓN ESTRATÉGICA



## ÁREAS Y CARGOS

### • ÁREA ADMINISTRATIVA

Encargada de la gestión financiera, recursos humanos, atención al cliente y soporte administrativo general

### • CONFORMADA POR

- ❖ **Jefe administrativo:** Supervisa que todo el personal administrativo cumplan sus funciones y tomas decisiones.
- ❖ **Auxiliares administrativos:** Gestionan documentos, atienden clientes, apoyo financiero.
- ❖ **Analista de RRHH:** Gestiona las entrevistas, selección y contratación de personal.
- ❖ **Auxiliar de cartera:** Revise y registra los pagos que se hacen de manera física.
- ❖ **Cobradores:** Son encargados de recoger el dinero de los clientes.
- ❖ **Jefe de SST:** Se encarga de mantener los lugares y



## ÁREAS Y CARGOS

### • ÁREA MÉDICA

Encargada de prestar los servicios médicos a los clientes.



### • CONFORMADA POR

- ❖ **Médicos:** Encargados de evaluar a los pacientes y proporcionar tratamientos adecuados basados en los diagnósticos.
- ❖ **Paramédicos:** Brindar primeros auxilios en situaciones de urgencias y emergencias.
- ❖ **Enfermeros:** Acompañan a los médicos para asistir a los pacientes.
- ❖ **Conductores de ambulancia:** Encargados de transportar el personal médico.
- ❖ **Farmacéuticos:** Brindan a los médicos y enfermeros los medicamentos y equipamiento necesario.
- ❖ **Analista de control y seguridad:** Se encargan de que todo el equipamiento medico este en optimas condiciones.
- ❖ **Mecánicos:** Supervisan y mantienen en tratamiento las ambulancias.

## ÁREAS Y CARGOS

### • ÁREA COMERCIAL

Encargada de conectar el servicio con las personas.



### • CONFORMADA POR

- ❖ **Jefe comercial:** Gestiona y toma decisiones en la planificación de las ventas.
- ❖ **Supervisores:** Coordinan y acompañan a los ejecutivos comerciales para lograr metas de ventas.
- ❖ **Ejecutivos comerciales:** Encargados de ofrecer el servicio a la población.
- ❖ **Auxiliares de venta:** Acompañamiento y asistencia a la jefe comercial.
- ❖ **Manager de cuentas:** Encargados de llevar los contratos y cuentas de las empresas grandes que tienen el servicio.
- ❖ **Mentores:** Preparan y enseñan a los ejecutivos comerciales como cumplir con su función

## NUESTROS INICIOS



OFICINA ANTIGUA CIUDAD DE CALI



## ¿Quiénes son Nuestros Usuarios?

Todas las personas que requieran de servicios médicos desde la comodidad de sus hogares.



# BIENVENIDO

Para el área de RRHH de la empresa EMI FALCK SAS se sugiere implementar esta herramienta con la idea de que toda la estructura organizacional incluyendo cargos y funciones queden digitalizados, permitiendo así a los colaboradores que ingresen tener de primera mano esta información para su proceso de enseñanza y aprendizaje organizacional.

Formato cronograma propuesto

| CRONOGRAMA                           |                                       |          |  |  |        |  |  |        |  |  |        |  |  |
|--------------------------------------|---------------------------------------|----------|--|--|--------|--|--|--------|--|--|--------|--|--|
|                                      | Actividades                           | Año 2024 |  |  |        |  |  |        |  |  |        |  |  |
|                                      |                                       | MES      |  |  | MES    |  |  | MES    |  |  | MES    |  |  |
|                                      |                                       | SEMANA   |  |  | SEMANA |  |  | SEMANA |  |  | SEMANA |  |  |
| P<br>e<br>r<br>i<br>o<br>d<br>o<br>I | 1 MUESTRA DE CARGO Y LUGAR DE TRABAJO |          |  |  |        |  |  |        |  |  |        |  |  |
|                                      | 2 CLASES CON MENTOR                   |          |  |  |        |  |  |        |  |  |        |  |  |
|                                      | 3 ENTREGA DE UNIFORMES                |          |  |  |        |  |  |        |  |  |        |  |  |
|                                      | 4 TIEMPO DE PRUEBA                    |          |  |  |        |  |  |        |  |  |        |  |  |
|                                      | 5 ENTREGA DE CARGO                    |          |  |  |        |  |  |        |  |  |        |  |  |

#### 4.4 Costo beneficio:

##### Presupuesto:

| ACTIVIDAD                                                      | GASTO        |
|----------------------------------------------------------------|--------------|
| Desarrollo de herramienta (creacion de diapositivas digitales) | \$ 950.000   |
| Compra de refrigerios para las actividades interactivas        | \$ 75.600    |
| TOTAL GATOS                                                    | \$ 1.025.600 |

##### Beneficios.

- Acceso fácil a la información de proceso
- Orden en el área de recursos humanos
- Fomentar la integración entre colaboradores
- Ahorro de tiempo en el proceso de inducción

El análisis también se centró en los costos indirectos o potenciales que podrían surgir. Estos pueden incluir:

**Tiempo y recursos humanos :** El personal puede tener que dedicar tiempo para llevar a cabo el plan de mejoramiento, lo cual puede implicar un costo en términos de horas de trabajo. Este costo, sin embargo, no es una inversión monetaria directa, sino una reasignación de recursos humanos.

## **Conclusiones y recomendaciones**

### **5.1 Conclusiones**

GRUPO EMI FALCK SAS es una organización privada prestadora de servicios prehospitalarios que lleva un recorrido largo en este sector, y que se ha mantenido como una de las empresas más reconocida a nivel nacional en prestar estos servicios.

Se logró descubrir que el proceso de inducción que esta lleva a cabo es deficiente, existe una desorganización, en donde no se respetan los tiempos, no hay un orden en las actividades y en casos no se cumplen con la realización de estas actividades de la inducción.

El plan propuesto busca fortalecer el proceso mediante la implementación de herramientas y actividades que aseguren un aprendizaje integral y eficiente. Digitalizar procesos y procedimientos que tiene la compañía facilitará la transmisión clara de la estructura organizacional y las funciones del cargo, mientras que las actividades interactivas fomentarán la socialización y el sentido de pertenencia de los nuevos empleados. Además, se potenciará el papel de los mentores, asegurando una bienvenida acogedora y un aprendizaje significativo.

Cada una de estas estrategias contribuirá a una mejora sustancial en el proceso de inducción, lo que redundará en empleados más satisfechos, comprometidos y con una actitud positiva hacia su trabajo. La implementación de este plan no solo busca optimizar las inducciones, sino crear una experiencia integral para los nuevos empleados desde su primer día, promoviendo su crecimiento profesional y el fortalecimiento continuo de la organización, lo que a su vez generará un ambiente de trabajo.

## **5.1 Recomendaciones**

Con base en los hallazgos de esta investigación se recomienda los siguientes componentes

Se recomienda a EMI FALCK reestructurar el proceso de inducción para hacer el trabajo de RRHH más efectivo.

Se recomienda al área de RRHH implementar cada una de las estrategias para lograr un proceso de inducción efectivo en el que cada trabajador nuevo reciba un acompañamiento optimo.

Se recomienda hacer un seguimiento formal después de implementar las mejoras para retroalimentar y evaluar el progreso de este.

Por otro lado, es fundamental que la empresa haga participe no solo al área establecida, sino también a todo el personal para el acompañamiento a los nuevos trabajadores

## Bibliografía

1, C. A. (1979). Aprendizaje organizacional .

Barbosa, A. (2021). Mejora para el proceso de induccion del personal de RRHH en la empresa Global Fue. *Google Academic*, 75.

BARRERA, A. H. (2021). PROPUESTA DE MEJORA PARA EL PROCESO DE INDUCCION DEL AREA COMERCIAL EN LA EMPRESA GLOBAL FUE. 54.

Crosby, P. B. (1979). ^Hacer bien las cosas desde el principio y evitar errores desde el inicio^. *En Teroia del servicio al cliente enfocado en la calidad* .

Drucker, P. (1940). Contribucion al campo de la gestion y liderazgo.

Emi, G. (2024). *Grupo Emi virtual*. Obtenido de Grupo Emi virtual:  
<https://afiliate.grupoemi.com>

Herzerberg, F. (1959). Enfoque en teoria de recursos humanos.

HOME. (2 de Junio de 2024). Compañía EMI (del grupo danés Falck) adquirirá en Colombia a empresas de servicios de salud Sami y AME.

Mayo, E. (1920). Teoria del enfoque en recursos humanos .

Morales, E. (2019). Plan de mejoramiento para los procesos de induccion y capacitacion del personal administrativo de la empresa Tecnisa LTDA. *Google academic*, 65.

Quiñonez, M. (2023). Propuesta de mejoramiento para el proceso de induccion, entrenamiento y capacitacion del area de talento humano. *Google Academic*.

Richard Beckerd, W. B. (1960). Teoria del desarrollo organizacional.

Vargas, N. (30 de Marzo de 2023). Grupo EMI y Emermédica, líderes del negocio de la medicina a domicilio por usuarios. Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/grupo-emi-y-emermedica-lideran-la-medicina-a-domicilio-por-numero-de-usuarios-3581034>