

Plan de mejora: Grupos de afinidad

Andrés Felipe Navarrete Velásquez

Universidad Santo Tomás

Negocios internacionales

Profesor: Fabio Bastidas

2022

Tabla de contenido

Portada	1
Parte 1	3
Contraportada.....	3
Resumen.....	3
Agradecimientos	3
Introducción	3
Parte 2: La empresa.....	4
Misión. Visión y valores	4
Ubicación geográfica	4
Estructura organizativa	4
Unidad o departamento donde desarrolla la práctica	4
Análisis DOFA.....	5
Parte 3: Planteamiento del plan de mejora respecto a las prácticas profesionales.....	5
Planteamiento central del informe de prácticas profesionales	5
Importancia, Limitaciones y Alcances de las prácticas profesionales	6
Objetivo general del informe de prácticas profesionales	6
Objetivos específicos	7
Parte 4: Contenido plan de mejora	7
Propuesta de mejora	7
Conclusiones	10
Bibliografía	11
Anexos	12
Parte 5: Seguimiento práctica profesional.....	13
Actividades realizadas.....	13
Cumplimiento de objetivos por mes	13
Ciclo 1.....	13
Ciclo 2.....	13
Ciclo 3.....	14
Ciclo 4.....	14
Ciclo 5.....	14
Ciclo 6.....	14

PLAN DE MEJORA

PRÁCTICAS PROFESIONALES

1. Condiciones Generales.

En su totalidad el informe de prácticas profesionales no debe exceder las quince (15) hojas, su contenido ha de estar centrado en la descripción, el análisis, el planteamiento de solución (es) y/o propuestas al problema planteado debe estar definido en cinco partes detalladas a continuación cumpliendo con normas APA:

PARTE I

Contraportada:

Plan de mejora: grupos de afinidad

Autor: Andrés Felipe Navarrete Velásquez

Docente: Fabio Bastidas

Institución: Universidad Santo Tomás

Facultad: Negocios Internacionales

Ciudad: Bogotá D.C

Año: 2022

Resumen

En el siguiente informe se buscará mostrar las actividades realizadas dentro de las prácticas profesionales, los principales desafíos y cómo se logró lidiar con ellos, así como los proyectos hechos y oportunidades de mejora que se identificaron junto con su solución detallada para poder implementarla en la organización.

Agradecimientos.

Se le agradece a la universidad, al profesor Fabio Bastidas por las asesorías y a la Organización Terpel S.A por la oportunidad brindada para poder realizar las prácticas profesionales en su empresa, y tener la oportunidad de poder conocer gente nueva y temas interesantes dentro de las prácticas profesionales y poderlas terminar satisfactoriamente.

Introducción.

Las grandes empresas del mundo tienen un panorama de grandes cambios debido a la pandemia, el teletrabajo y otras cosas que han pasado en estos últimos tiempos, han hecho que las personas se preocupen mucho más por el ambiente laboral y su bienestar en el trabajo tanto para ellos cómo para sus familias y en el caso de las comunidades internas dentro de las empresas; conseguir representación y ayuda representa un reto, En este contexto se busca aprender de los mejores en temas de Diversidad, Equidad e Inclusión, En las prácticas con la Organización Terpel S.A se creó una iniciativa que busca

mantener las conversaciones abiertas y ayudar a las personas, los Employee Resources Groups (ERG'S) o Grupos de Afinidad, es una herramienta para este fin centrada en temas de Diversidad, Equidad, e Inclusión. La cual consiste en grupos enfocados a las diferentes personas y sus familias pertenecientes a ciertas partes de la sociedad a través de publicaciones periódicas que generen interacciones, la importancia de la misma es conocer a las personas pertenecientes a estas comunidades y sus necesidades para poderlos ayudar en estas, ya sea dentro del mismo grupo o tomando acciones que generen mejor calidad de vida, debido a que el objetivo de los grupos de afinidad es ser un recurso que la organización le quiere brindar a los empleados para abrir las conversaciones y mantenerlas abiertas, escuchar lo que quiere la gente, teniendo un mayor alcance en la transformación cultural de la compañía; con conversaciones del día a día que generen apoyo entre las personas.

PARTE II

LA EMPRESA

1.1 Aspectos Generales.

1.1.1 Misión, Visión y Valores

Misión: “Generamos experiencias memorables movilizando al país con todas nuestras marcas”

Visión:” En el 2025, con un equipo altamente inspirador, Terpel será la marca número 1 en servicio y reconocida cómo aliado país”

Valores: “Integridad, confianza, respeto”.

1.1.2 Ubicación Geográfica.

La empresa se encuentra en Bogotá en la Cra 7 #75-51

1.1.3 Estructura Organizativa (es importante señalar su ubicación dentro de la organización).

Presidencia

VP gestión humana

Dirección de liderazgo, Diversidad y cultura

Practicante

1.1.4 Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica.

Vicepresidencia de gestión humana

Liderazgo, diversidad y cultura

1.1.4.1 Análisis DOFA

El DOFA nos muestra que los retos de la empresa se dividen en 2, los de la propia empresa y los del sector, siendo estos últimos los que tiene mayor relevancia en la organización, ya que debido a los sesgos propios del mismo, es bastante raro que se asocie a este tipo de compañías con campañas DEI, ya que el sector es muy tradicional, hasta el punto el cual se ve incluso algo anticuado con estas campañas, si bien los desafíos internos son bastante importantes, la fuerte presencia de la DEI en la empresa mitiga un poco esta situación.

Debilidades Desligar el pensamiento de que la inclusión, diversidad y equidad es una tarea única de gestión humana. Pocas herramientas que permitan crear y mantener las conversaciones. Herramientas de social media empresariales que no están del todo aprovechadas.	Oportunidades Estamos aprendiendo de los mejores para implementar nuestras estrategias DEI. Implementamos las mejores prácticas de las grandes empresas Consolidación de una marca (Sin Etiquetas) reconocida de forma interna y que se ha posicionado poco a poco fuera de la empresa
Fortalezas Campañas de DEI bastante potentes y fuertes. Cuando se realizan campañas de social media son tendencia dentro de la empresa Publicaciones que aportan valor y salen de la creatividad.	Amenazas Somos un jugador nuevo en estos temas Desde el exterior, todavía se ve a la compañía cómo muy conservadora y que poco realiza campañas de diversidad, equidad e inclusión El sector donde se desempeña la compañía se ve muy de hombres y hay pocas mujeres involucradas en el mismo

PARTE III

PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES

2.1 Planteamiento central del informe de prácticas profesionales (Partiendo de los puntos 1.1.4.2.3 Debilidades y 1.1.4.2.4 Amenazas).

El informe de prácticas profesionales se centra en resolver el problema de la falta de una herramienta que permita conversar sobre la DEI y generar un recurso que facilite ayudar a las personas, buscando la interconexión de las comunidades específicas que existen dentro de la organización, dándole visibilidad a estas personas lo que nos genera beneficios tanto internos como externos.

Los beneficios internos serían:

- Mejora del ambiente laboral
- Mayor conocimiento de las personas que se encuentran en los grupos.
- Representación y ayuda a las comunidades
- Aprender de otras culturas y personas en temas específicos

Los beneficios externos serían:

- Mejor reputación dentro del mercado, tanto cómo marca empleadora cómo su impacto en la sociedad
- Facilitación en la creación de alianzas comerciales y con otras empresas
- Atracción del talento especializado y mayores tasas de retención
- Nominación a premios o reconocimientos relacionados con los esfuerzos de la DEI

Las debilidades se deben tratar con una idea innovadora que nos permita la interconexión de las personas que nos permita combinar las comunidades de la empresa con un sistema que nos de la creación de equipos multiculturales y multidisciplinarios para abrir las conversaciones y mantenerlas en torno a temas de la DEI

En el caso de las amenazas se requiere un cambio que permita brindar una imagen de sustentabilidad y de cambio, debido a las particularidades del sector y el concepto que poseen las personas sobre esta parte de la economía, esta problemática se aborda desde la transformación cultural que se vive en la compañía

2.2 Partiendo del planteamiento central, (2.1) Indique la importancia limitaciones y alcances de su trabajo de prácticas profesionales.

La importancia de las prácticas profesionales en relación del planteamiento central es que, se pueden crear muchas cosas para poder resolver esta problemática desde mi rol dentro de la organización, los alcances de las prácticas profesionales permiten tener un gran impacto ya que la libertad de investigación permite la creación de estrategias e iniciativas basándose en las mejores empresas en temas de diversidad, equidad e inclusión, las limitaciones vienen dadas en las interacciones necesarias para hacer algunas publicaciones y la interacción social en la empresa, lo cual puede crear inconvenientes en algunos proyectos para su lanzamiento.

2.3 Objetivo General del informe de prácticas profesionales que le permitan dar respuesta oportuna y/o recomendaciones a la problemática identificada (1.1.4.2.3 y 1.1.4.2.4) solo un objetivo.

Crear un recurso que la organización le quiere brindar a los empleados para abrir las conversaciones y mantenerlas abiertas, escuchar lo que quiere la gente, lo que humaniza las conversaciones, teniendo un mayor alcance en la transformación cultural de la compañía y generando apoyo a través de las conversaciones del día a día.

2.3.1 Específicos, (por lo menos tres).

1. Mantener las conversaciones abiertas a través de ellos, impactando a la organización de tal manera que sea útil y práctico para las personas
2. Expandir las iniciativas de la DEI con el fin de que las personas que las conozcan se sientan atraídas para trabajar en Terpel
3. Crear una imagen nueva de cómo las personas perciben la compañía. mejorando así el ambiente laboral de la misma

PARTE IV

CONTENIDO PLAN DE MEJORA

La parte IV presentación de la evidencia del aporte que el estudiante hizo a la empresa en el marco de su práctica, mismo que debe responder a los objetivos planteados.

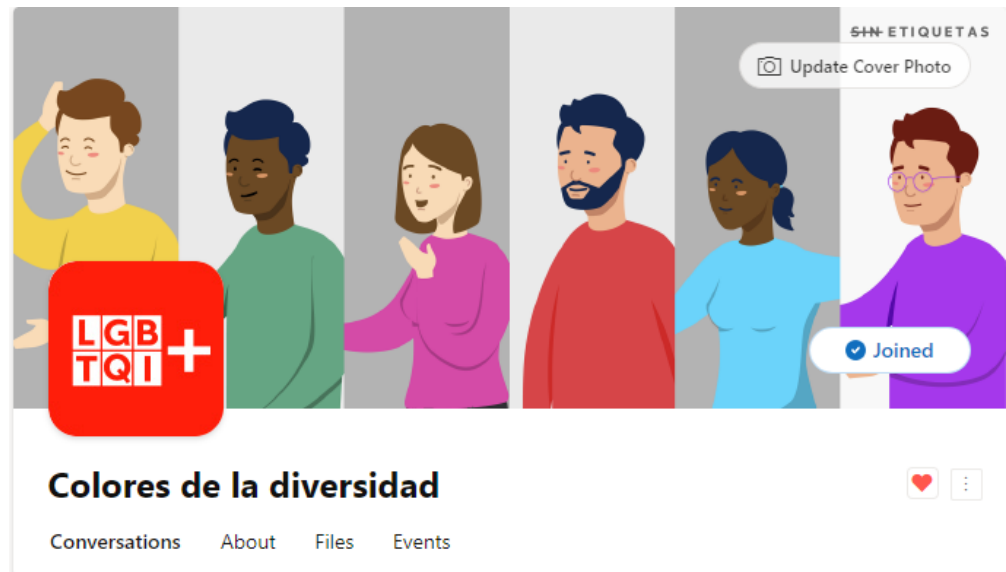
3.1 Propuesta de Mejora.

La propuesta de mejora nace de la Semana Sin Etiquetas realizada en junio de 2021 en este evento corporativo se evidenció la necesidad de crear un canal de comunicación donde se abordarán temas correspondientes a la DEI, posteriormente se realizó un diagnóstico a las personas donde dieron su opinión sobre cómo anda la empresa en temas de Diversidad, Equidad e Inclusión y un comentario que se repite constantemente es que la empresa no posee canales de apoyo para las personas de comunidades específicas, este componente hace parte de la sensibilización que tiene la compañía en estos temas, por otro lado, la empresa está en la fase de implementación comprendida en la estrategia DEI que brinda los lineamientos de este tipo de temas en la organización.

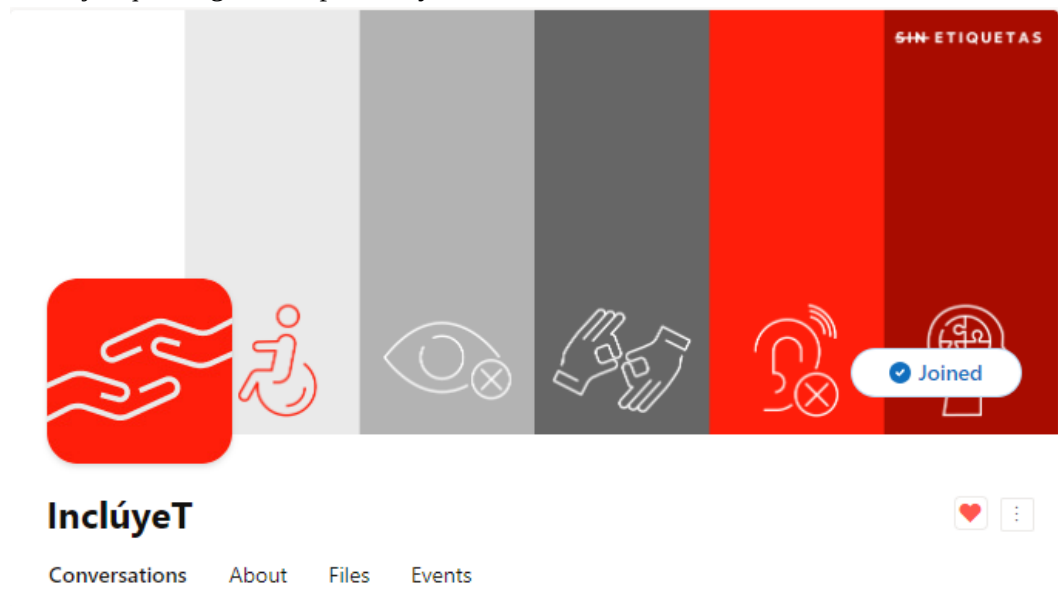
Es en este contexto donde la solución que se propone es lo que se conoce como Employee Resources Groups (ERG'S) o grupos de afinidad, que nacen en respuesta a los comentarios recibidos en la Semana Sin Etiquetas 2021 y el diagnóstico realizado ese mismo año este sistema es usado por grandes empresas como: (Google, Amazon, AT&T, Sanofi, etc.), el cual consiste en grupos de apoyo (generalmente lideradas por empleados) y donde se busca abordar temas específicos sobre las comunidades minoritarias de las empresas; Desde Terpel queremos brindar herramientas a las personas para poder abrir las conversaciones sobre Diversidad, Equidad e Inclusión y mantenerlas abiertas con estos grupos de apoyo dirigidos a estas personas donde las mismas sean las protagonistas, creando equipos interculturales e interdisciplinarios para estos grupos, así como publicaciones relacionadas al tema, brindar apoyo a los miembros y a sus familias y otras funciones que permitan un mejor ambiente laboral y un mayor reconocimiento de la DEI tanto de forma interna como externa.

Se realizarán 3 grupos de afinidad con los siguientes objetivos

1. Colores de la diversidad: Enfocado en la comunidad LGBT, se busca abordar temas relacionados con estas personas, buscando su integración en la empresa de una forma más estable y ayudándolos a resolver sus problemáticas a través de soluciones innovadoras



2. InclúyeT: Grupo diseñado para las personas en condición de discapacidad y permite mantener las conversaciones para la inclusión de esta comunidad lo que facilita su inclusión e integración en el ecosistema laboral, se puede expandir a los empleados con hijos que tengan discapacidad y sus familias.



3. Terpel sin etiquetas: Grupo enfocado a la multiculturalidad, se espera compartir con los países donde se tiene operación, buscando unir más a las personas de estos países y crear contenido en concordancia con este tema.



Este proyecto forma parte de la transformación cultural que se vive en la compañía, se espera que genere un impacto positivo en la organización bajo 2 indicadores clave

1. Número de personas que se unan a los grupos de afinidad (Únicos)
2. Disminución en el número de quejas por discriminación

Los recursos necesarios para la implementación de los mismos son la campaña de marketing (para que el proyecto se haga conocido en la empresa, los administradores que se encarguen de las publicaciones y el público que cree interacciones y invite a la gente a participar en los grupos de afinidad para poder apoyar a la mayor cantidad de gente posible.

Cada grupo de afinidad tiene un administrador que se encarga de activar las conversaciones y hacer los eventos mientras que los demás miembros interactúan con las publicaciones con me gusta, comentarios o generando conversaciones donde todos podamos participar (como cualquier red social), buscando expandir el proyecto para que más personas lo puedan conocer dentro de la empresa.

El proyecto se dará a través de una red social empresarial interna de la compañía (Yammer) de la cual se busca que gane mayor protagonismo, se espera que tenga un gran impacto en la organización, con alrededor de entre 75 y 100 personas por grupo cuando el proyecto sea lanzado, realizando publicaciones periódicas y reacciones que creen debates de los cuales se puedan crear e impulsar las conversaciones tanto dentro como fuera de la empresa creando soluciones innovadoras para apoyar a las personas, mejorando la calidad de vida tanto de los directamente beneficiados como para sus familias.

3.2 Conclusiones. El estudiante plantea las diferentes dificultades y oportunidades que encontró en el desarrollo de su práctica, esto con el fin de hacer una retroalimentación a la empresa correspondiente

La experiencia de la práctica en Terpel que muy gratificante e interesante y debido a la libertad de investigación y un lugar cómodo para trabajar en cuento a ambiente laboral se refiere permitieron ser la inspiración para la creación de los grupos de afinidad cuya concepción e implementación en la empresa se puede dividir en 3 fases que son:

Creación: Involucra la recolección de información e investigación sobre los grupos de afinidad, su funcionamiento, los principales temas que se tratan y las empresas que lo usan a nivel mundial, con la finalidad de entender cómo funcionan y se implementan en la compañía, el resultado de la misma fue la presentación del proyecto y luego de su posterior aprobación, la creación de los grupos cómo tal y establecer imágenes de perfil y banner provisionales.

Adaptación: La adaptación se refiere a la creación de los grupos de afinidad dentro de la compañía cómo tal, fotos de perfil y banner finales, de cada grupo y su respectivo nombre, objetivos y reglas, siguiendo las necesidades de la compañía, debido a lo cual se comienzan a realizar las publicaciones. (etapa piloto o de prelanzamiento).

Implementación: Ya con los grupos creados es la fase final del proyecto para lograr que comience a andar, en esta se requiere una estrategia de comunicación que involucre a un VP para que, a través de un comunicado interno, dé a conocer el proyecto y en que consiste, junto con la invitación a unirse a los diferentes grupos, en ese momento se aumenta el ritmo de las publicaciones y las interacciones generan soluciones para las personas.

Durante la creación de este proyecto las oportunidades dadas fueron importantes, la principal de ellas, fue la libertad para poder investigar todo lo necesario para crear este proyecto, ya que al adaptar prácticas de grandes empresas mundiales, nos permite tener un mayor reconocimiento tanto a nivel interno como externo, mientras que por el lado de las dificultades, la principal tiene que ver con la forma de comunicación en la fase 3, ya que aunque los grupos están creados y tienen publicaciones periódicas, debido a razones internas, en febrero se lanzará el proyecto a toda la compañía.

Los ejemplos de publicaciones realizadas en los grupos son los siguientes:



InclúyeT



Terpel Sin Etiquetas

3.3 Bibliografía. (buscar documentos sobre lo que necesite para crear el documento). (referencias en APA)

Tomado de:

Quiénes somos - Terpel. (n.d.).

[www.terpel.com.https://www.terpel.com/en/Quienes-somos/Nuestro-proposito/](https://www.terpel.com/en/Quienes-somos/Nuestro-proposito/)

Hastwell, C. (2020). *What Are Employee Resource Groups (ERGs)?*. Great Place to Work®. Retrieved 1 February 2022, from <https://www.greatplacetowork.com/resources/blog/what-are-employee-resource-groups-ergs>

Info.kpmg.us. 2022. *Building a more diverse and inclusive work environment*. [online] Available at: <https://info.kpmg.us/news-perspectives/people-culture/building-more-diverse-and-inclusive-workplaces.html>

Employee Resource Groups: A business imperative | USA.

(n.d.). Siemens USA.

<https://new.siemens.com/us/en/company/press/siemens-stories/usa/employee-resource-groups.html>

Building a more diverse and inclusive work environment.

(n.d.). Info.kpmg.us. Retrieved February 2, 2022, from

<https://info.kpmg.us/news-perspectives/people-culture/building-more-diverse-and-inclusive-workplaces.html>

Employee Resource Groups. (n.d.). Wwww.sanofi.us.

<https://www.sanofi.us/en/corporate-responsibility/diversity-and-inclusion/employee-resource-groups>

Our Employee Groups | AT&T Diversity & Inclusion. (n.d.).

About.att.com.

https://about.att.com/pages/diversity/employee_groups

Grupos de Afinidad - ERG: una apuesta por la diversidad y la inclusión - Whalecom. Whalecom. from

<https://www.whalecom.com.ar/wp/grupos-de-afinidad-erg-una-apuesta-por-la-diversidad-y-la-inclusion/>

Affinity groups. (n.d.). About Amazon.

<https://www.aboutamazon.com/affinity-groups>

A Step-by-Step Guide to Starting an Affinity Group at Work.

(n.d.). Fairygodboss.com. [https://fairygodboss.com/career-](https://fairygodboss.com/career-topics/affinity-group)

[topics/affinity-group](https://fairygodboss.com/career-topics/affinity-group)

Atcheson, S. (n.d.). 5 Top Tips On Creating Successful

Employee Resource Groups. Forbes. Retrieved February 7,

2022, from

<https://www.forbes.com/sites/shereeatcheson/2021/02/17/5-top-tips-on-creating-successful-employee-resource-groups/>

Employee Resource Groups | Diversity and Inclusion. (2020,

October 9). PeopleScout.

<https://www.peoplescout.com/insights/employee-resource-groups/>

3.4 Anexos.

Los principales temas que se manejaron fueron la investigación y la creación de formatos que permitan ser innovadores y comunicar lo que se realiza desde la DEI a las demás partes de la compañía

PARTE V

SEGUIMIENTO PRACTICA PROFESIONAL

3.1 Programación de actividades realizadas en la organización, de acuerdo a sus prácticas profesionales

Durante las prácticas profesionales que duraron 6 meses. se realizaron varios temas y proyectos que impactan en diversas maneras a la organización entre los cuales se destacan

La investigación y adaptación de buenas prácticas de otras empresas en temas de diversidad, equidad e inclusión.

Creación y publicación de manera periódica de los comunicados de liderazgo

Elaboración de bases de datos e investigación de mercados

Elaboración de guías enfocadas hacia temas específicos con utilidades específicas, por ejemplo; La guía de lenguaje incluyente y la guía para jefes sobre personas con discapacidad.

Posicionamiento de campañas internas de liderazgo, (Sin etiquetas)

Reuniones con proveedores, comité DEI (diversidad, equidad e inclusión), entre otros.

3.1.1 Cumplimiento de objetivos trazados por mes (ciclo 1 al ciclo 4 debe presentar, fecha, actividades desarrolladas, logros y dificultades enfrentadas).

3.1.1.1. Ciclo 1

Agosto:

Actividades realizadas: Elaboración de bases de datos, análisis de datos, investigaciones sobre los mercados, seguimiento a las EDS, creación y manejo de indicadores financieros,

Logros: Investigaciones y aprendizaje sobre el sector de mayoristas de combustibles y cómo se puede crear, operar, mantener y cerrar una EDS.

Dificultades: La mayor dificultad encontrada fue la adaptación al trabajo, el alto nivel de estrés del área y al ser el primer trabajo. Ese cambio brusco fue el principal reto en esta etapa de las prácticas.

3.1.1.2. Ciclo 2

Septiembre: Investigación sobre diversidad equidad e inclusión, creación de comunicados de liderazgo, creación de reuniones 1 a 1, reuniones de proveedores, propuestas de proyectos a ejecutar en la empresa.

Logros: Se comienza a familiarizarse con las dinámicas de la empresa, aprendiendo temas nuevos y el proyecto de los grupos de afinidad se comienza a armar, con las temáticas y forma de abordarse al futuro.

Desafíos: El desafío principal tiene que ver con la adaptación a la nueva área, qué si bien fue bastante buena, también se demoró mucho más de lo que se esperaba.

3.1.1.3. Ciclo 3

Octubre: El enfoque de este mes serían las investigaciones sobre Diversidad, equidad e inclusión (DEI) en temas específicos, la creación de presentaciones y el inicio de la estructura que poseen los grupos de afinidad para comenzar a lanzar el proyecto a la empresa en general.

3.1.1.4. Ciclo 4

Noviembre: Creación de nuevos documentos y manuales cómo el documento administrativo de discapacidad, que da los lineamientos de contratación y retención de talento de esta comunidad e innovando con nuevos formatos de comunicación para la empresa con el Boletín Sin Etiquetas, un concepto diferente para informar acerca de los avances de la Dirección de Liderazgo, Diversidad y Cultura en la empresa.

Logros: La creación de estos documentos nos da un mejor entendimiento de cómo conectar con las comunidades internas que hay en la empresa, para que puedan tener un ambiente mejor en el trabajo. lo cual nos ayuda a todos a ser mejores en las actividades que desarrollamos en el día a día.

Desafíos: El principal reto que se presentó en este mes fue la creación de estos formatos, de tal manera que aportarán valor y fueran innovadores en su campo y útiles para la empresa

Ciclo 5

Diciembre: Creación de la guía de lenguaje inclusivo y el documento de preguntas incluyentes, junto con el equipo de sesgos inconscientes y de inclusión respectivamente, base de datos de liderazgo, y los consolidados del año en cuanto a citas de liderazgo de la DEI.

Logros: Estas guías hechas durante el mes, nos ayudaron a crear lineamientos capaces de atraer y tratar justamente a las comunidades a las cuales van dirigidas, lo que representa un gran avance para la DEI y la empresa en general.

Desafíos: El mayor desafío de este mes fue la preparación de estas guías y el cierre del año, pero en general fue un mes bastante tranquilo

Ciclo 6.

Enero: Con el inicio del nuevo se van realizando cosas diferentes. Realizando nuevas publicaciones para la empresa y los grupos de afinidad, también estuve en reuniones con proveedores para una medición de clima laboral necesaria para el negocio, realizando citas de liderazgo, y otras funciones más específicas.

Logros: Conocer varios proveedores y personas expertas en su campo, aprendiendo sobre negociaciones de clima laboral y temas relacionados a buenas prácticas empresariales, adaptándolas de los mejores y colocándolas en la empresa

Febrero: Inicio de las Campañas sin etiquetas, finalización del periodo de práctica