

Iniciativa Pet Friendly para empleados de Porvenir S.A.

Andrea Alvarez Rodríguez

Universidad Santo Tomas

Especialización en Gestión de Desarrollo Empresarial

Bogotá, Colombia

Enero de 2023

Iniciativa Pet Friendly para empleados de Porvenir S.A.

Andrea Alvarez Rodríguez

Docente: Sandra Janeth Medina Barragán

Universidad Santo Tomas

Especialización en Gestión de Desarrollo Empresarial

Bogotá, Colombia

Enero de 2023

Tabla de Contenido

Tabla de Contenido	3
Tabla de Ilustraciones	5
Resumen.....	6
Abstract.....	7
Iniciativa pet friendly para empleados de porvenir S.A.	8
Línea de Innovación.....	12
Planteamiento del Problema	13
Formulación del Problema.....	13
Justificación	15
Análisis de entornos/sector	17
Análisis del Macroentorno	17
Cadena de valor: se encuentra definida en tres niveles.....	21
Análisis del Microentorno.....	31
Diagnóstico Organizacional.....	32
Encuesta	32
Herramientas de Recolección de Información	34
Sensibilización y aceptación del cambio	41
Lienzo Canvas iniciativa Pet Friendly	46
Propuesta de Solución.....	50

Referentes Teóricos	50
Implementación.....	54
Balanced Score Card y Ficha de indicadores.....	55
Mapa Estratégico	60
Cronograma.....	62
Primer y Segundo Semestre	62
Costos.....	63
Conclusiones y recomendaciones	65
Bibliografía	68

Tabla de Ilustraciones

Figura 1. El miembro no humano de la Fam 1	10
Figura 3. Mapa de Procesos de Porvenir 1	21
Figura 4. Comportamiento del mercado 1	28
Figura 5. Comportamiento de los portafol 1	29
Figura 6. Modelo ADKAR 1	43
Figura 7. Modelo de implementación 1	53
Figura 8. Mapa Estratégico 1	61

Resumen

La tenencia de mascotas en Colombia ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, impulsado por factores como la pandemia de COVID-19, que llevó a muchas personas a pasar más tiempo en casa con sus mascotas, esta tendencia ha llevado a que las empresas y organizaciones adopten políticas más amigables con las mascotas. Por ejemplo, muchas empresas ahora permiten que sus empleados lleven animales al trabajo, algunas escuelas y universidades también han comenzado a ofrecer programas de educación sobre la tenencia responsable de mascotas.

Estas iniciativas pet friendly son importantes porque contribuyen a promover la tenencia responsable de mascotas y a mejorar la calidad de vida de las personas y los animales.

Es por lo anterior que uno de los objetivos de esta iniciativa consiste en poder realizar una revisión y descripción de las estrategias, desarrollos y avances en el proceso de las iniciativas Pet Friendly en los últimos cinco años y como han sido recibidas por las diferentes empresas que las están gestionando y diseñar la estrategia de una iniciativa Pet Friendly para la compañía Porvenir S.A. para funcionarios de la sede administrativa de Dirección General ubicada en la regional Bogotá en puntos dentro de la compañía que genere valor a los colaboradores para el año 2023, identificando las preferencias de los colaboradores, y destacando cual sería la mejor estrategia para poder llevar a cabo la iniciativa.

Palabras Clave: Pet Friendly, Familias Multiespecie, bienestar emocional, beneficios, mascotas.

Abstract

Pet ownership in Colombia has experienced significant growth in recent years, driven by factors such as the COVID-19 pandemic, which led many people to spend more time at home with their pets, this trend has led companies to and organizations adopt more pet-friendly policies. For example, many companies now allow their employees to bring animals to work, some schools and universities have also begun to offer education programs on responsible pet ownership.

These pet friendly initiatives are important because they contribute to promoting responsible pet ownership and improving the quality of life of people and animals.

It is for this reason that one of the objectives of this initiative is to be able to carry out a review and description of the strategies, developments and advances in the process of Pet Friendly initiatives in the last five years and how they have been received by the different companies that They are managing them and designing the strategy of a Pet Friendly initiative for the company Porvenir S.A. for officials of the administrative headquarters of the General Directorate located in the Bogotá region at points within the company that generate value for collaborators by 2023, identifying the preferences of collaborators, and highlighting what would be the best strategy to be able to carry out The initiative.

Keywords: Pet Friendly, Multispecies Families, emotional well-being, benefits, pets.

Iniciativa pet friendly para empleados de porvenir S.A.

La tenencia de mascotas antes del año 2020 era una situación concurrente en el marco de la sociedad Colombiana, pero no tenía un reconocimiento de familia multi especie, sin embargo a lo largo del año en mención, socialmente se empezó a desarrollar un gran cambio, llegaría con el inicio de este nuevo período un virus, según la Organización mundial de la salud el 11 de marzo del año 2020 se declara el COVID-19 como pandemia, que nos obligaría a vivir en confinamiento un poco más de un año, y con esta situación según Baltazar (2021) se comienza a evidenciar también una excesiva carga laboral y emocional en el personal de salud, lo cual ha traído consigo elevados niveles de estrés laboral, que a su vez afecta el desempeño laboral y el desarrollo de la vida cotidiana de los individuos y puede generar problemas de salud como depresión, insomnio, ansiedad y síndrome de burnout.

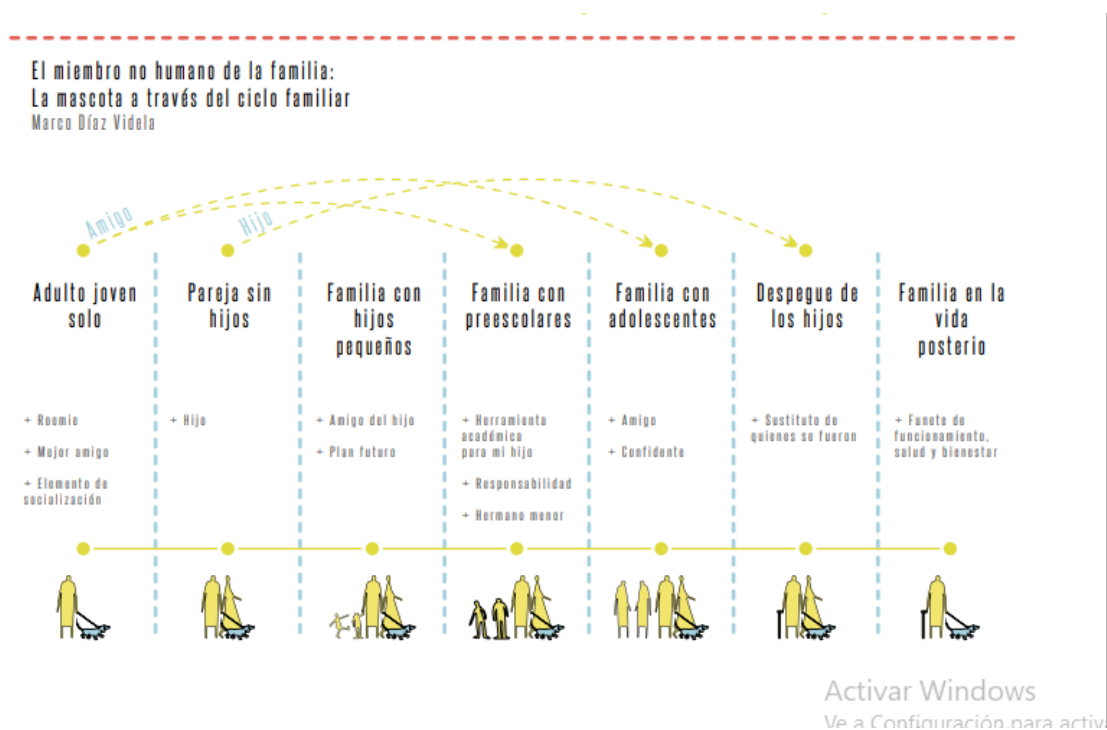
Sin embargo, también es la oportunidad que tienen muchas personas de empezar a compartir más tiempo con la familia y con las mascotas en un solo espacio, esos momentos donde se incluían las mascotas se comenzó a volver importante porque como lo menciona Baltazar(2021) quien cita los estudios de Pendry y Vandagriff (2019) los animales de compañía, generan beneficios físicos, psicológicos y sociales en el ser humano, como la reducción de enfermedades cardiovasculares, disminución del estrés, de sentimientos de soledad, mayor facilidad para socializar, y según PetPoint (2021) entre marzo y septiembre de 2020, la cantidad de mascotas adoptadas de forma temporaria aumentó un 8 por ciento, muy seguramente por los beneficios que como se mencionó anteriormente tiene compartir con una mascota.

Videla (2017) por su parte señala que en la mayoría de los hogares se empezó a evidenciar la tenencia de por lo menos una mascota, sin importar la brecha generacional o el tipo de hogar que este fuera, que representó a través del siguiente gráfico:

En la figura número 1 el autor permite observar que en la actualidad pueden existir familias Multiespecie (La familia multiespecie hace alusión a un conjunto de individuos o grupo que conviven bajo el mismo techo y están unidos principalmente por lazos de afectividad entre sus miembros, además, tienen como característica la inclusión de más de una especie (Humano/animal) Carmona E., Puerta López S. 2018, unipersonales (Una sola persona), multi personales (Varias personas), que están acompañadas por una mascota, sin importar la brecha generacional que la conforman.

El miembro no humano en la familia

Figura 1- El miembro no humano de la Fam 1



Nota: retomado de Estrategia urbana de socialización y creación de comunidades a partir de perros

(<https://repositorio.uniandes.edu.co/flexpaper/handle/1992/39794/u807208.pdf?sequence=1&isAllowed=y#page=1>). En el dominio público.

Para muchas personas es importante tener una mascota, es sinónimo de bienestar y de tranquilidad, May (2021) describe como en una investigación realizada indican, que los perros tienen emociones y pueden absorber lo que sienten sus dueños, en especial si el dueño depende emocionalmente de ellos. Posiblemente gracias a esto se comenzó a incrementar el proceso de adopción y se volvió importante la conexión entre las mascotas y sus dueños, May (2021) Nuevamente menciona un aparatado importante indicando que las personas que normalmente eran más susceptibles a problemas de salud mental respondieron que los vínculos con su mascota se habían consolidado desde el inicio de la pandemia.

Después de un largo periodo de tiempo en confinamiento se dio a conocer a través de varios medios de comunicación, entre ellos CNN donde informaba que “el mandatario al mando del país colombiano Iván Duque indica que Después de 840 días, el 30 de junio se levanta la emergencia sanitaria en Colombia” CNN (2021). No existen razones epidemiológicas, analizadas científicamente por el comité, para mantenerla. Es gracias a este anuncio y luego del largo periodo de tiempo que ha vivido el país que se comienzan evidenciar estudios en donde involucran nuevamente el vínculo de las personas y sus mascotas, como lo expone Gabrica (2020), en donde expone que después de que las medidas de confinamiento se levantan, pasamos de un estrés por pérdida del entorno, denominado ansiedad por separación, esta es una alteración ansiosa que se desarrolla en individuos a los cuales no se les realizó un proceso de desapego previo. Si bien es cierto se pueden llevar a cabo una serie de estrategias para que la mascota no sufra esta ansiedad, salidas secuenciales del hogar de cortos periodos e ir maximizándolos cada día más, pero a su vez brindar espacios de apoyo, interacción que le brinden salud emocional y física a nuestras mascotas. Gabrica (2020), en el caso de las personas se hace un poco más complejo el proceso, ya que este estrés puede desencadenar condiciones mentales importantes como, depresión y ansiedad.

Teniendo en cuenta la problemática anteriormente planteada, es importante que las empresas actualmente se comiencen a ver la posibilidad de plantearse una iniciativa amigable para sus empleados que les permita compartir tiempo con sus mascotas, no solo por el bienestar de sus empleados, sino de esas nuevas familias multi especie que día a día se van haciendo más comunes, como lo plantea Pardo & Mendoza (2021) la vida de la mayoría de las mascotas en la ciudad de Bogotá es rutinaria: están en la casa, muchas veces solas y encerradas hasta que en la tarde o noche, cuando alguien llega al hogar, pueden respirar aire fresco y disfrutar de la

compañía de sus amos. También es importante resaltar que sus amos van a estar en constante preocupación por retomar su anterior rutina y estar pensando en constancia sobre su mascota y como la estará pasando sin la protección brindada por el dueño.

Teniendo en cuenta la previa investigación documental, el desarrollo de este ensayo se realizará con base en tres apartados; el primero abordará la conceptualización de las variables relevantes para este trabajo, el segundo abarca la descripción y discusión de las estrategias implementadas en los últimos siete años sobre las iniciativas Pet Friendly.

Línea de Innovación

La iniciativa de la propuesta está enmarcada dentro de la línea de innovación de tipo social, que se refiere al diseño de nuevas soluciones que implican un cambio organizacional y que tiene como última instancia mejorar el bienestar, y el bienestar de las personas y comunidades (OECD,2021) teniendo en cuenta esta referencia la iniciativa está alineada con la innovación de tipo social, teniendo en cuenta que permitirá a los colaboradores tener un mejor ambiente laboral para trabajar y una disminución en la rotación del personal, haciendo más felices a los empleados, dejando como aporte un soporte para continuar posicionados como el mejor lugar para trabajar según Great Place to Work.

Dentro de Porvenir actualmente se manejan diferentes líneas de innovación; económico, social y ambiental, dentro de este marco de constante innovación a lo largo del año 2022 se presentaron bajo la sombrilla de estas tres líneas de innovación diferentes iniciativas que le permitieron a la compañía aportar positivamente a cada uno de estos frentes, entre ellos; clases radiales en zonas rurales, innovación digital en todos nuestros procesos, reconocimiento a los programas de educación financiera, el futuro es “ahorra”, apoyo a la media maratón de Bogotá, y

sembraron en parques nacionales.

Planteamiento del Problema

Formulación del Problema

Durante los últimos años según (Díaz 2015) se ha evidenciado que en los hogares se ha incrementado el aumento en la tenencia de mascotas y con ello una nueva dimensión en el estudio de la familia, siendo reconocida la mascota como un nuevo miembro en la familia dentro de la dimensión humano-animal de compañía.

Los terapeutas familiares en la actualidad están reconociendo las mascotas con un rol significativo e importante de las mascotas como miembros de las familias con el propósito de enmarcar la familia como un todo (Díaz 2015).

Entendiendo desde la perspectiva sistémica de la psicología la familia se define como un sistema, incluyendo a todos sus miembros y respectivamente a las mascotas, según (Díaz, 2015) “La mascota o animal de compañía se define como aquel que se encuentra bajo control humano, vinculado a un hogar, compartiendo intimidad y proximidad con sus cuidadores, y recibiendo un trato especial de cariño, cuidados y atención que garantizan su estado de salud”

Teniendo en cuenta que los animales ya hacen partes de la familia, y que funcionan como un sistema, también se debe resaltar el rol que tiene la mascota dentro de la familia, el rol puede ser cambiante y evolucionar para adaptarse a los cambios al igual que los ciclos familiares, que generalmente suelen no ser estáticos, pueden evidenciarse estos diferentes tipos de roles según (Díaz, 2015)

Adulto Joven Solo

Pareja de recién casados sin hijos

Familia con hijos pequeños

Familia con hijos en edad escolar

Familia con hijos adolescentes

Para identificar el problema se profundiza en dos tipos de familias que se identificó como familia característica dentro de la organización Porvenir, teniendo según la encuesta llevada a cabo de manera interna en la empresa Porvenir sede dirección general ubicada en la carrera 13 con calle 26 el día 10 de mayo del 2023, dio como resultante la siguiente información el 30% de los colaboradores encuestados confirmo que pertenece al tipo de familias de Adulto Joven solo-multiespecie en donde “El animal puede llenar necesidades de compañía y tomar un rol con similitudes a un humano como compañero de cuarto o mejor amigo. Es alguien con quien los adultos jóvenes pueden pasar tiempo y alguien que los recibe en la puerta con amor incondicional” (Díaz,2015)

El otro tipo de familia que se identificó en la encuesta del 35% de colaboradores donde arrojó como resultado; familia de pareja recién casados sin hijos, según (Díaz, 2015), el apego en esta etapa de la familia hacia los animales es bastante alto “lo cual muy probablemente se deba al rol que los animales están asumiendo durante este estadio. La mascota en esta situación asume el rol de hijo”.

Teniendo en cuenta estos tipos de familia y la información arrojada por medio de las encuestas al 85% de las familias mayoritariamente participativas, indicaron que es importante para ellos asistir al trabajo con sus mascotas, se puede deducir que la encuesta está relacionada

en gran proporción con la información bibliográfica encontrada, dado que son personas que tienen un apego especial por sus mascotas teniendo en cuenta la información entregada, El 70% de los encuestados informa que no tienen con quien dejar al animal, y les parece importante en los días de oficina poder estar pendiente de ellos ya que les generará una mayor tranquilidad y concentración en su trabajo, teniéndolos más cerca para estar receptivos del cuidado de ellos.

Justificación

Para las compañías es importante contar con una cultura de bienestar y cuidado entre los colaboradores, como menciona Calderón H, Murillo S y Torres K, (2002) se ha verificado que una cultura orientada a las personas tiene efectos importantes sobre la satisfacción del trabajo, el compromiso y la estabilidad laboral; que la calidad de la supervisión aumenta el bienestar, y que la percepción de bienestar depende del tipo de trabajo y de la cultura organizacional.

Teniendo en cuenta la anterior investigación es de considerar la importancia de que en Porvenir S.A. se promueva una cultura de bienestar para los colaboradores, por este motivo se evidencia en la literatura según estudios realizados por Gómez, G. Atehortua, C. Orozco, S. (2007) la influencia positiva de las mascotas en la salud y bienestar de los seres humanos es bien reconocida y comprende los aspectos psicológico, fisiológico, terapéutico y sicosocial. Por lo tanto, interactuar con mascotas puede reducir el estrés, mejorar el estado de ánimo y aumentar la productividad.

La iniciativa Pet Friendly ayudará a brindar un ambiente laboral amigable para las mascotas, y permitirá que Porvenir S.A. se posicione como una empresa moderna y atractiva tanto para los colaboradores actuales como para los potenciales candidatos. Esto puede mejorar la retención de talento y atraer a profesionales altamente calificados.

La presencia de mascotas en el lugar de trabajo fomentará un ambiente más inclusivo y colaborativo, promoviendo el compañerismo y la interacción social entre los colaboradores. Según Gutiérrez G, Granados, D y Piar N 2007 una literatura reciente muestra que relaciones de diverso tipo entre la interacción de los humanos con los animales y su bienestar físico, psicológico y social, se han empezado a conceptualizar los mecanismos mediante los cuales dicha interacción produce los efectos mencionados, por tanto, esto puede fortalecer los lazos entre los miembros del equipo y aumentar el sentido de pertenencia a la organización

Teniendo en cuenta la información anterior y como lo menciona Pardo &Mendoza (2021) este tipo de iniciativas hacen un aporte importante a la imagen de marca, dado que, la empresa podrá usar esta iniciativa como un aspecto positivo en su imagen; se ha demostrado que los lugares que se inscriben dentro de la actitud amigable con las mascotas tienen una mejor recepción por parte de las personas.

También es importante resaltar que estas iniciativas enmarcadas en su mayoría como inclusivas según lo menciona Olarte (2019) siempre serán bienvenidas, pero deben ser mejoradas cada vez más para que los cambios sean significativos y se direccionen positivamente.

Es de tener en cuenta dentro de la compañía este tipo de iniciativas, debido a que permite fortalecer la línea de modelo que se ha venido manejando desde año anteriores, como empresa con responsabilidad social enmarcada dentro de la sombrilla del modelo de sostenibilidad con el que Porvenir cuenta, adicionalmente tal y como lo menciona (Schebesta,2021) “También es importante poner especial énfasis en el carácter voluntario de la RSE. Actualmente no existe normativa legal que reglamente su aplicación, por lo que su única implicación es la del

cumplimiento de la legislación nacional e internacional en el ámbito laboral, socio ambiental y de Derechos Humanos.”

Tal y como lo menciona (Schebesta,2021) la Responsabilidad Social como la Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que: contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad.

Es importante contar con la información académica requerida para poder justificar y diseñar la iniciativa a fin de poder identificar los casos de éxito y las recomendaciones, se han utilizado como Fuentes de información para ejecutar la búsqueda bibliográfica, diferentes fuentes de información, como revistas científicas, artículos, tesis y páginas web especializadas que proporcionar evidencia científica a la revisión, sin embargo también es importante tener en cuenta que la búsqueda no ha sido fácil no es mucha la literatura que se encuentre enmarcada a este tipo de iniciativas empresariales, es más fácil evidenciar artículos de apoyo emocional de mascotas en centros de atención hospitalaria que empresariales.

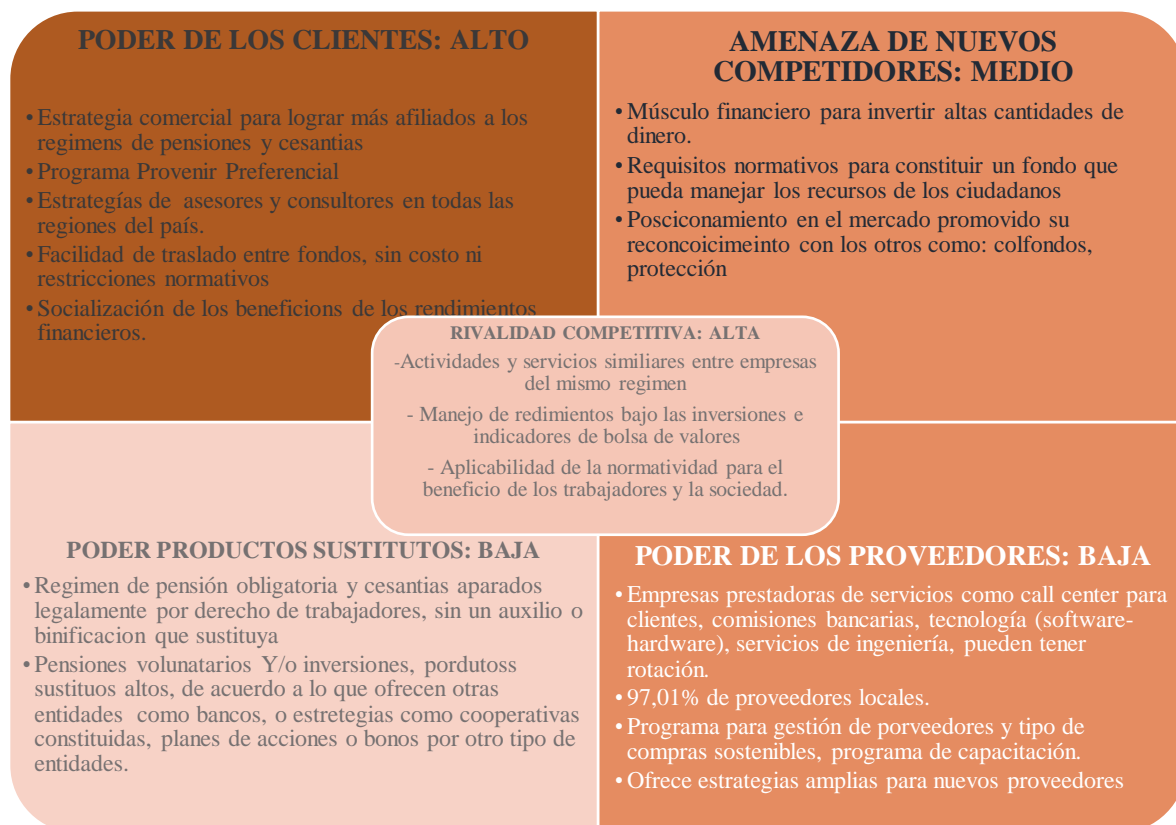
Análisis de entornos/sector

Análisis del Macroentorno

Al momento de proponer nuevas ideas para desarrollar dentro de una compañía es importante identificar todos los factores que pueden afectar el desempeño de esta, que más adelante se pueden convertir en factores de oportunidades y amenazas para la iniciativa.

Para identificar estos factores primero es importante conocer la información de la empresa a nivel del macroentorno, para ello se decidió adoptar por efectuar una matriz de Portes donde se pueda identificar esta información.

Figura 2 Matriz de Porter



Nota: Autoría propia, con información retomada de la página de Provenir S.A.

<https://www.porvenir.com.co/web/centro-de-documentacion/inicio>

Poder de los clientes:

En Colombia el poder de negociación con clientes del sector de pensión en Colombia es alto, debido a las facilidades que existen para la afiliación y para el cambio de un fondo a otro, en caso del sector privado se puede realizar cada seis meses, haciendo un comparativo entre el régimen de prima media, actualmente la restricción es estar 5 años mínimo afiliado al fondo, pero partiendo de este precepto para las personas después de esto no genera inconvenientes trasladar recursos de una entidad a otra y no tiene ningún valor económico, lo cual el poder con

los clientes (afiliados para este caso) porvenir lo enfoca dentro de una estrategia denominada Provenir Preferencial que es un programa de beneficios diseñados para aplicar descuentos a sus afiliados en otros establecimientos comerciales a nivel nacional, en modalidades como educación, turismo, entretenimiento, restaurantes, salud y belleza, entre otros, lo cual esto capta la atención por encima de los otros fondos y logra atraer personas que dan uso a estos beneficios. Con lo anterior, porvenir logra posesionarse con sus clientes generando un diferencial que conquista y mantiene dichas inscripciones y brinda un reconocimiento a nivel nacional que siempre le permite posesionarse en el mercado y llegar a todas las regiones de Colombia con impulsores y convenios interinstitucionales para dar a conocer los beneficios y tributos que tiene la cotización o manejo de cesantías con porvenir, explicando la generación de rendimientos día a día como un ahorro de inversión.

Amenaza nuevos competidores

En el campo de los Fondos de pensión, fondos de cesantías y fondos de inversión se presentan barreras de entrada por el cumplimiento de requisitos normativos que permita constituirse como un fondo, partiendo que el mayor competidor es del sector público, Colpensiones, generar habilitación para nuevos competidores se somete al análisis financiero ya que la implicación en el sector a nivel legal, fiscal, social, entre otros. Así mismo, otra barrera, es el posicionamiento del mercado de los competidores actuales, ya que cada empresa tiene una amplia trayectoria y experiencia en el mismo y ofrece dentro de sus productos las modalidades de ahorro como pensiones voluntarias y patrimonios autónomos, por último, se identifican empresas tipo privados con las líneas de negocio como porvenir: Colfondos, Protección, Skandia.

Poder de los proveedores

La cadena de suministro de porvenir de los proveedores se gestionan bajo la política, lineamiento y procesos establecido para la administración y adquisición de bienes y servicios que permita compras sostenibles y locales, porvenir promueve el apoyo a los empresarios colombianos con un total del 97,01% de proveedores locales para el año 2021 (S.A, 2021), donde los más relevantes son relacionados a operación primaria, call center para clientes, comisiones bancarias, tecnología (software-hardware), servicios de ingeniería y lo relacionado para operar su gestión administrativa, porvenir gestiona los proveedores dentro de campañas de sensibilización para adquirir servicios a través de criterios sostenibles, ambientales y sociales; genera programa de capacitación y fortalecimiento de proveedores, y modelo de indicadores para el seguimiento y selección de proveedores, por tanto el poder de proveedores es baja, y logra hacer crecimiento a las empresas locales.

Amenaza de productos sustitutos

En el sector, no existe una barrera de salida, ya que la constitución de las actividades y servicios prestados por la empresa se basan en lineamientos legales a los que tienen derecho los trabajadores colombianos, como el caso de la Pensión y las Cesantías, lo cual no existe un producto sustituto ya que por las modalidades de contratación que le apliques estos servicios, se deben generar. Analizando la línea de negocio en cuento a las pensiones voluntarios o patrimonios autónomos, la amenaza de productos es alta porque existen otras alternativas de ahorro y se entraría analizar otras entidades como rivalidad competitiva, el caso de CDT'S con entidades bancarias, cooperativas legalmente constituidas y/o entidades que presten diferentes alternativas en acciones, o bonos que pueda reemplazar el ahorro voluntario.

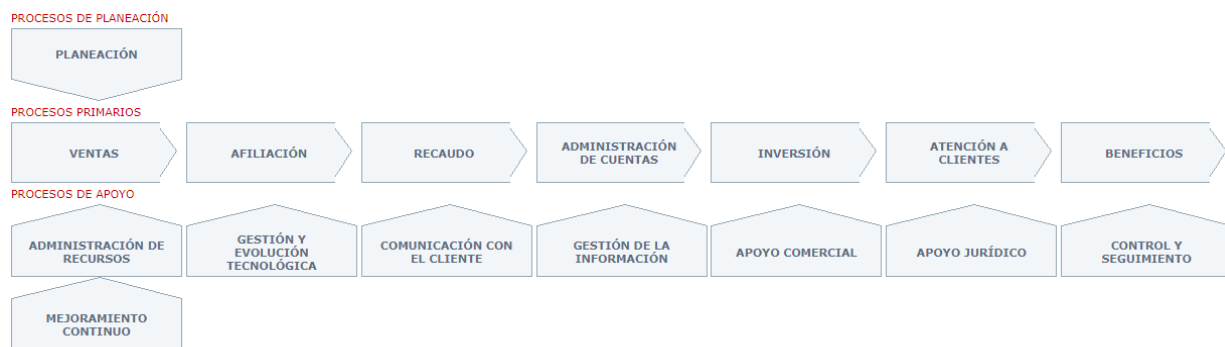
Rivalidad Competitiva

La intensidad competitiva para el sector se identifica directamente las del régimen que maneja las empresas privadas tales como el tipo de fondo de pensión al régimen de ahorro individual, que en la actualidad se componen de cuatro incluyendo porvenir, dentro de la competitividad se clasifica alta porque no se diferencia en las actividades que realizan ni en la forma de recibir los rendimientos. La competitividad alta es con el sector de pensión de régimen media, caso único para el país como Colpensiones, en el caso del diferencial en cuanto a los beneficios, servicios y tipo de normatividad que aplica para cada uno teniendo en cuenta los enfoques y el manejo de la economía para la rentabilidad de cada empresa y el beneficio que entrega a los trabajadores colombianos y la sociedad.

Cadena de valor: se encuentra definida en tres niveles

Mapa de procesos de Porvenir

Figura 3 Mapa de Procesos de Porvenir 1



Nota: retomado de la intranet de Porvenir S.A

Procesos de Planeación

Planeación

Facilitar el proceso de planeación corporativa, financiera y coordinar con el alta

Gerencia la definición de los elementos estratégicos de la compañía, implementando los mecanismos de evaluación y seguimiento que contribuyan a su adecuado monitoreo. Así como brindar apoyo a las áreas buscando la maximización de la eficiencia y la creación de valor para los procesos.

Procesos Primarios

Ventas

Brindar el apoyo a la compañía en temas relacionados con la generación de los ingresos y el cumplimiento de las metas comerciales a través del desarrollo e implementación de estrategias, de la administración de la fuerza de ventas y del manejo de la marca de los clientes.

Afiliación

Garantizar la creación de la cuenta individual del afiliado o participe de un plan empresarial, asegurando la calidad en la información registrada en el sistema de información.

Recaudo

Determinar el valor global del recaudo por cada uno de los bancos, con el fin de generar el comprobante de recaudo para efectuar el cierre contable y cálculo de la unidad

Administración de cuentas

Normalizar los movimientos afiliado o empleador, así como acreditar los aportes velando por la integridad de la información de la cuenta individual.

Inversión

Diseñar y ejecutar la estrategia de inversiones de los diferentes fondos administrados, siguiendo un estricto proceso de inversión que busca los mayores beneficios para los afiliados, tratando de maximizar el retorno de las inversiones en niveles de riesgo controlados.

Atención a clientes

Diseñar y ejecutar las estrategias de servicio, así como prestar el mismo a los afiliados, empleadores y pensionados, asegurando los mejores niveles de fidelidad hacia Porvenir

Beneficios

Administrar el proceso de definición y pago de prestaciones económicas y demás pagos realizados por la operación de la administradora y los fondos

Procesos de apoyo

Administración de recursos

Administrar los recursos necesarios para el desarrollo de los procesos de la compañía, asegurando el aprovisionamiento de estos a todas la Organización de forma efectiva, propendiendo por la satisfacción de los clientes internos y externos.

Gestión y evolución tecnológica

Desarrollar y administrar los proyectos tecnológicos, el mantenimiento y soporte de

aplicativos e infraestructura, que habilitan la operación interna y los servicios de información a los afiliados del negocio con base en principios de oportunidad y calidad.

Comunicación con el cliente

Administrar la información de los clientes para generar valor a la compañía y desarrollar estrategias que maximicen la experiencia de cliente.

Gestión de la información

Administrar los recursos necesarios para el desarrollo de los procesos de la compañía, asegurando el aprovisionamiento de estos a toda la organización de forma efectiva, propendiendo por la satisfacción de los clientes internos y externos.

Apoyo comercial

Asegurar el manejo integral de producto, la estrategia de fidelización y el posicionamiento de la marca Porvenir en la mente de los afiliados, colaboradores, medios de comunicación y colombianos en general, así como la estructuración de campañas comerciales y de comunicaciones a clientes

Apoyo Jurídico

Brindar apoyo legal a la compañía y a la filial de Porvenir, en temas relacionados con: Cumplimiento legal, contratación, seguimiento a la normatividad, asesoría jurídica a las distintas áreas de la Compañía, atención a los procesos judiciales, prevención de riesgos legales y

Secretaría General

Control y seguimiento

Proporcionar servicios de aseguramiento y consultoría independientes y objetivos, concebidos para agregar valor y mejorar las operaciones de Porvenir, así como la administración los Sistemas de riesgos no financieros: operativos, SARLAFT, Seguridad de la Información y SOX, así como el seguimiento y evaluación de estos

Mejoramiento continuo

Generar mejoras o propuestas de valor que contribuyan a la eficiencia de los procesos y al cumplimiento de los objetivos de la compañía. Así como administrar y auditar los Sistemas de Gestión Certificables.

Gobierno Corporativo

Junta directiva porvenir S.A. - La Junta Directiva de PORVENIR S.A. está conformada por dieciséis (16) miembros, ocho (8) principales y ocho (8) suplentes personales, quienes se encuentran debidamente posesionados ante la Superintendencia Financiera de Colombia.

Marco de referencia de relaciones institucionales

Establece el marco de referencia aplicable a las relaciones institucionales entre Grupo Aval Acciones y Valores S.A. (“Grupo Aval”) y sus entidades subordinadas (“Subordinadas”, y en conjunto con Grupo Aval, la “Organización”) para el logro de sus objetivos organizacionales.

Políticas y parámetros para la evaluación de prácticas del buen gobierno

Criterios y parámetros observados por Porvenir para la evaluación de prácticas de buen gobierno de entidades objeto de inversión de los recursos administrados.

Código de buen gobierno porvenir- diciembre 2021

La Junta Directiva de la SOCIEDAD ADMINISTRADORA DE FONDOS DE PENSIONES Y CESANTIAS PORVENIR S.A. (en adelante “PORVENIR”, PORVENIR S.A., la Compañía o la Sociedad), aprueba el presente Código, que compila y sistematiza en un solo cuerpo, la normatividad legal y estatutaria, así como las políticas internas y mejores prácticas en materia de Buen Gobierno Corporativo, que han de regir las relaciones de la sociedad con sus administradores, empleados, accionistas, proveedores, afiliados y el público en general.

Análisis del macroentorno matriz de PESTEL

Político

Ley 100 de 1993 se autoriza la constitución de las Sociedades Administradoras de Fondos de Pensiones, quienes a partir de ese momento están autorizadas para administrar recursos públicos y privados destinados al pago de las pensiones de vejez, invalidez y sobrevivientes.

Decreto 1748 de 1995 normas para la emisión, cálculo, redención y demás condiciones de los bonos pensionales y se reglamentan los Decretos leyes 656, 1299 y 1314 de 1994, y los artículos 115. Decreto 1833 de 2016, Por medio del cual se compilan las normas del Sistema General de Pensiones.

Respecto a la iniciativa Pet Friendly también se logra identificar la importancia de describir el marco político que la enlaza, en Colombia se cuenta con una ley de protección animal modificada en el año 2016 en donde se generaron normas desde la visión de la protección animal como seres sintientes, la cual ha sido acompañada por jurisprudencia del Consejo de Estado, la Corte Constitucional y la Corte Suprema de Justicia, adicionalmente la Ley del actual

Plan Nacional de Desarrollo (Ley 1955 de 2019) estableció en su artículo 324 la necesidad de formular la política nacional de protección y bienestar de animales domésticos y silvestres, en un esfuerzo conjunto de cinco entidades del Gobierno nacional en coordinación con las demás entidades competentes. (Política de protección y bienestar animal, Ministerio de ambiente, 2022)

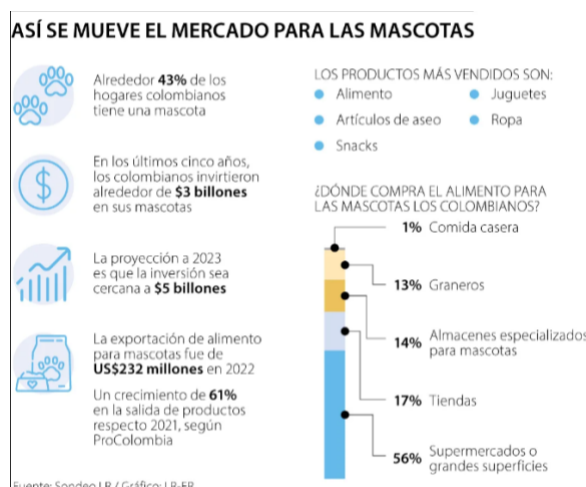
Económico

Es importante destacar cómo funcionan las industrias de las mascotas respecto a si se ha generado un aumento en el consumo de artículos para animales porque nos permite identificar la importancia de identificar tendencias y demandas en el mercado relacionadas con productos y servicios Pet Friendly, también identificar los costos asociados, como inversión inicial, personal, suministros, entre otros, y compararlos con las proyecciones de ingresos potenciales y obtener apoyo financiero de parte de la empresa.

Según el diario la República artículo escrito por Aldana S (2023) Los artículos y servicios de esta industria continúan en auge, pues el crecimiento del sector fue cerca de 49% en empresas como Mercado Libre. Aseo y juguetes.

Comportamiento del mercado para mascotas

Figura 4. Comportamiento del mercado 1

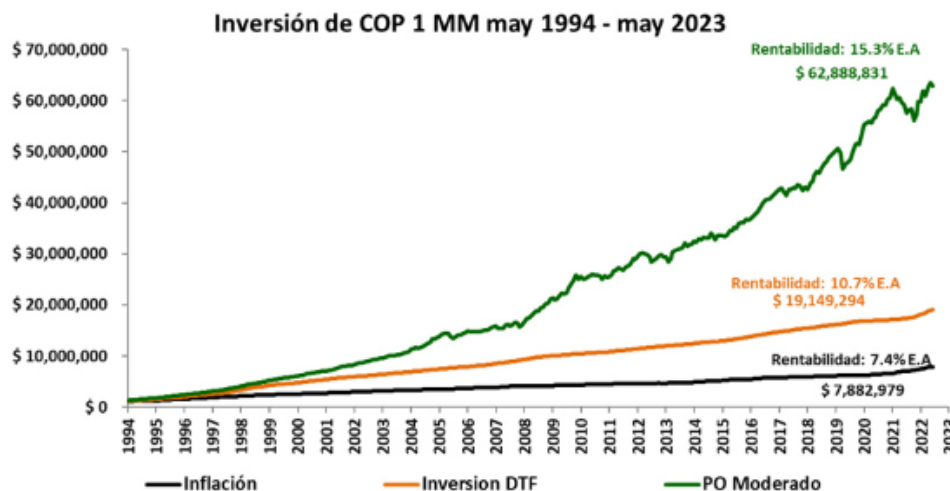


Nota: recuperado de <https://www.larepublica.co/empresas/los-productos-para-mascotas-un-mercado-que-ha-movido-3-billones-en-cinco-anos-3682778#:~:text=El%20mercado%20de%20los%20peluditos,con%20el%20informe%20de%20ProColombia.>

Para Porvenir S.A. en lo equivalente al año 2023 el desempeño de los portafolios de Pensiones Obligatorias, Retiro Programado, Pensiones Voluntarias y Cesantías, a pesar de la incertidumbre frente al rumbo de la economía es aún incierto. La volatilidad que se ha evidenciado en algunos trimestres suele ser compensadas en horizontes de largo plazo. Reflejo de ello es la recuperación que se evidencia en el último trimestre del año, donde un mercado con mayor optimismo fue el reflejo del resultado en las rentabilidades. Lo anterior se evidencia en la siguiente gráfica.

Comportamiento de los portafolios de Porvenir, segundo Trimestre

Figura 5. Comportamiento de los portafol 1



Nota: recuperado de <https://www.porvenir.com.co/web/pensiones/preguntas-y-respuestas-sobre-rentabilidades-de-pension-obligatoria>

Social

En Porvenir identifican un público objetivo intergeneracional variado que dista desde personas desde los 18 años en adelante, logrando identificar que:

Baby boomers y generación X: Son la gran mayoría de los pensionados de la entidad, no se encuentran de acuerdo con la remuneración entregada por los fondos de pensión privada, teniendo en cuenta que el salario en su mayoría no representa la cantidad de años laborados y la generalidad es que se presenta una disminución de ingresos.

Millennial y Centennials: Tienen mitos sobre los procesos pensionales, pensando en que no es bueno cotizar porque nunca se van a lograr pensionar.

Respecto a la iniciativa se identifica que en la actualidad como lo menciona Franco S.

(2020) sobre los millennial, es oportuno resaltar y entender que estos individuos tienen una percepción diferente a la de sus ancestros en cuanto a la percepción de éxito y felicidad.

Teniendo en cuenta esta información es de resaltar que la generación Millennial es una de las más enfocadas en familia multiespecie y la más preocupada por dar un bienestar y tener una conexión especial por su mascota.

Tecnológico

Dentro de Porvenir S.A. se cuentan con diferentes instrumentos tecnológicos como: (Chatbots, WhatsApp, Portal Web, Business Inteligence, Inversión en I+D. Historial Laboral Web, Simulador Pensional) que le permiten a la empresa tener, acceso directo a los diferentes tipos de público objetivo a los que le llegamos en Porvenir, incluyendo a los colaboradores, de manera que facilita la comunicación con los posibles beneficiarios de la iniciativa.

Ecológico

Porvenir cuenta con un compromiso ecológico importante que se encuentra enmarcado desde el proceso de sostenibilidad donde se encuentra dispuesto en 4 dimensiones: Gestión Ambiental, Desarrollo Social, Gobierno Corporativo, Desempeño económico, de este apartado es importante dejar la claridad de que la compañía es ecológicamente responsable, es una empresa que está a la vanguardia de las iniciativas de la responsabilidad social, y relacionada con la iniciativa Pet Friendly también está interesada en promulgar el bienestar de los colaboradores y de las mascotas que se vayan a encontrar en las instalaciones de la compañía velando por su correcto cuidado y evitando situaciones que los expongan a peligros inminentes.

Legal

Porvenir cuenta actualmente con varios procesos aplicados al fondo (Decreto 1207, ley 656 del 94, Reglamento de Pensiones Obligatorias, Reglamento de Pensiones Voluntarias, Reglamento de Cesantías, Política de inversión de Porvenir)

También es importante identificar para la iniciativa Pet Friendly que en Colombia se ha desarrollado un compendio normativo sobre el derecho de los animales basado en los acuerdos internacionales que ha suscrito el Estado, como un proceso gradual que permita no solo el cambio de la ley sino del imaginario social que tiene la comunidad en general, es así como en la última década, el reconocimiento de derechos a estos seres, ha implicado la modificación del pensamiento utilitarista del animal, a una visión de seres sintientes, lo que implica la construcción de un andamiaje jurídico que otorgue garantías basándose en el respeto y la dignidad de los animales como seres que [...] experimentan sensaciones las cuales son reconocidas por la especie humana (Trujillo, 2009, p. 121).

Análisis del Microentorno

Dentro del análisis del microentorno se pueden identificar diferentes tipos de barreras,
Barreras de entrada y de salida

Barreras de Entrada

Capital Requerido

El capital requerido para esta iniciativa es muy poco y de fácil acceso para la compañía que cuenta cada año con un recurso entregado por la presidencia para cada gerencia y realizar el patrocinio de iniciativas que aporten al enfoque de Porvenir, por tal motivo no es necesario identificar la retribución de la inversión.

Acceso a los puntos de la iniciativa

El acceso a los puntos de la iniciativa va a estar ubicado en los 13 pisos dispuestos de las instalaciones de Porvenir, para que los colaboradores que están interesados en utilizar la iniciativa puedan beneficiarse.

Normas Legales

Para las normas legales es necesario generar una revisión en dos vías:

1. Identificar que la generación de esta nueva iniciativa no le represente riesgos de salud a los colaboradores, por tanto, es importante conocer el estado físico de las áreas que se acogerán a la iniciativa para poder llevarla a cabo.
2. Es importante realizar otro sí de contrato con la compañía de aseo que presta los servicios para Porvenir, a fin de que las personas que ejecutan esta actividad puedan estar pendientes de los regueros que puedan dejar las mascotas, en el caso de la ingesta de agua y que el piso no quede mojado para evitar algún tipo de accidente laboral.

Diagnóstico Organizacional

Encuesta

Tipo de Investigación

El tipo de investigación que se llevara a cabo en esta iniciativa es de tipo exploratorio dado que es un tema que está en auge actualmente, no contiene una literatura extensa, teniendo en cuenta la citación realizada por Zafra, O. (2006) quien registra en su investigación que Según Hernández Sampieri, "los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes".

Población y muestra

Esta investigación se realizó con población interna correspondiente a la compañía Porvenir S.A., las personas que se tuvieron en cuenta para participar de la encuesta son 267 participantes que tienen contrato de término indefinido y contrato de aprendizaje, que llevan en la compañía desde 1 a 10 años, de género masculino y femenino que oscilan en edades desde los 20 a los 50 años, con los siguientes cargos: Gerentes, Directores, Especialistas, Coordinadores, personal administrativo, aprendices y practicantes de diferentes áreas de la compañía (Actuaría, Digital Comercial, Impuestos, Inversiones Alternativas, Contabilidad, Estrategia, Mercadeo y Sostenibilidad, Operaciones Financieras, Planeación, Portafolio PO y CES, PV Y PA, Talento y Servicios Administrativos, Transformación Tecnológica, Jurídica Corporativa, PI, Riesgo de negocio, riesgo financiero), para una totalidad de 836 personas, de las cuales 267 participaron de la respuesta de la encuesta, porque fue quienes quisieron responder la encuesta, este tipo de instrumentos son enviados de manera masiva a los colaboradores, la responden quienes deseen hacerlo dado que no es un elemento de obligatorio cumplimiento .

Descripción: La finalidad de realizar esta encuesta es identificar la disposición y el interés de los colaboradores de la empresa Porvenir S.A. de hacer parte de una iniciativa Pet Friendly en las instalaciones de la compañía ubicada en Dirección General sede Bogotá carrera 13 con calle 26.

Tamaño de la muestra: Tomada del 08 de septiembre de 2023 al 2 de octubre de 2023 son 267 participantes que tienen contrato de término indefinido y contrato de aprendizaje, que llevan en la compañía desde 1 a 10 años, de género masculino y femenino que oscilan en edades desde los 20 a los 50 años, se utilizó una

Herramientas de Recolección de Información

Se realiza una encuesta de carácter mixto de preguntas cerradas que se compone de 12, 8 preguntas cerradas y 4 preguntas abiertas que funcionan como verbatings de la iniciativa.

Aplicación de las herramientas de diagnóstico

Tabla 1

Público Objetivo

¿Cuál es tu cargo en la empresa?

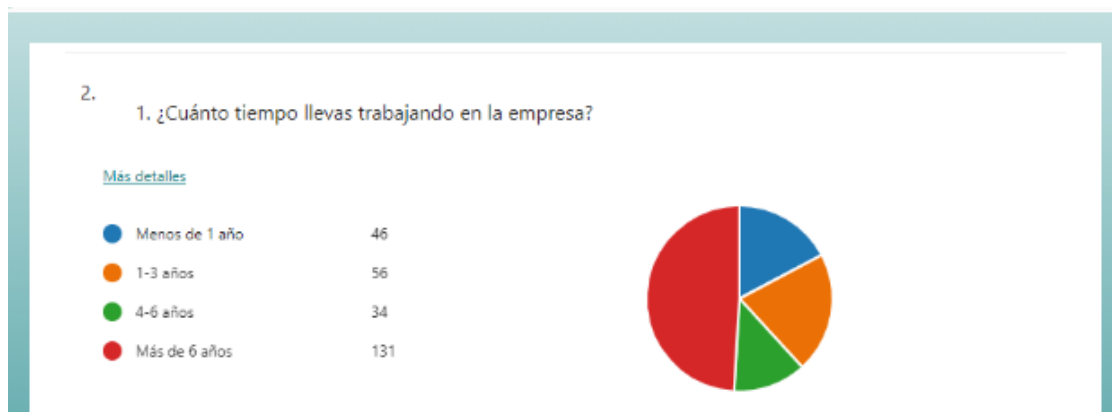
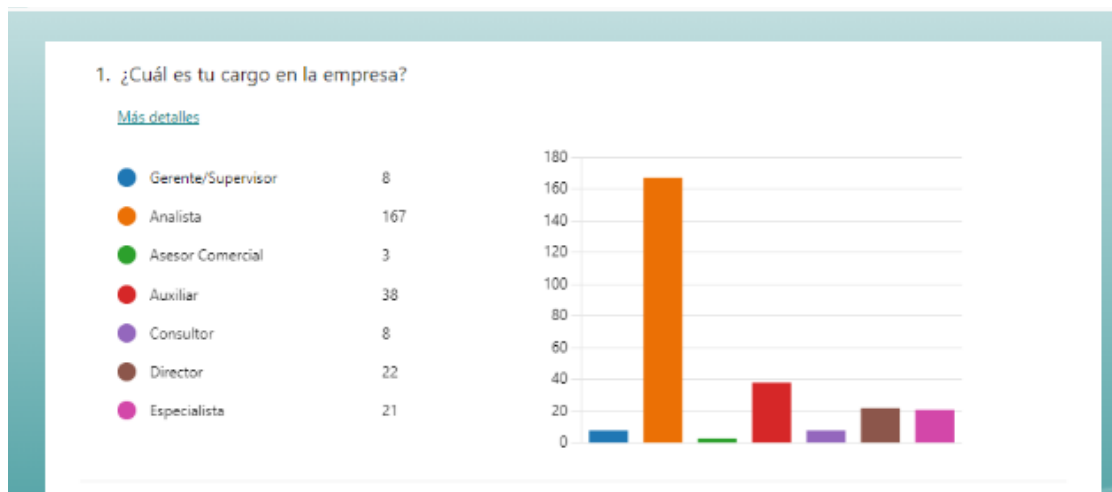
¿Cuánto tiempo llevas trabajando

en la empresa?

Cargo	Cantidad de P.	Tiempo	Cantidad de P.
Analista	166	Menos de 1 año	46
Asesor Comercial	3	1-3 años	56
Auxiliar	38	4-6 años	34
Consultor	8	Más de 6 años	131
Director	22		
Especialista	22		
Gerente	8		

Nota: Se busca identificarla población objetivo que logró participar de la encuesta

diagnóstico, para identificar los cargos, si son estratégicos, táctico u operativos y la antigüedad dentro de la empresa.



Se logra evidenciar que la gran mayoría de la población cuenta con un cargo de analistas dentro de la compañía sin descartar que también participaron de la encuesta cargos operativos y cargos estratégicos, y respecto a la segunda pregunta se logra evidenciar que la cantidad de tiempo de los encuestados dentro de la compañía tiene una variabilidad importante, sin embargo, el 49% corresponde a colaboradores que llevan más de 6 años en porvenir.

Tabla 2*Identificando la tenencia de mascotas*

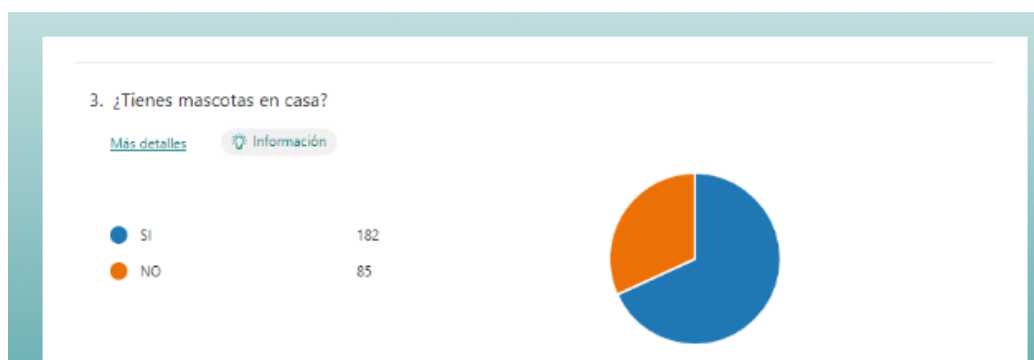
¿Has traído alguna vez a tu mascota al trabajo en situaciones excepcionales?

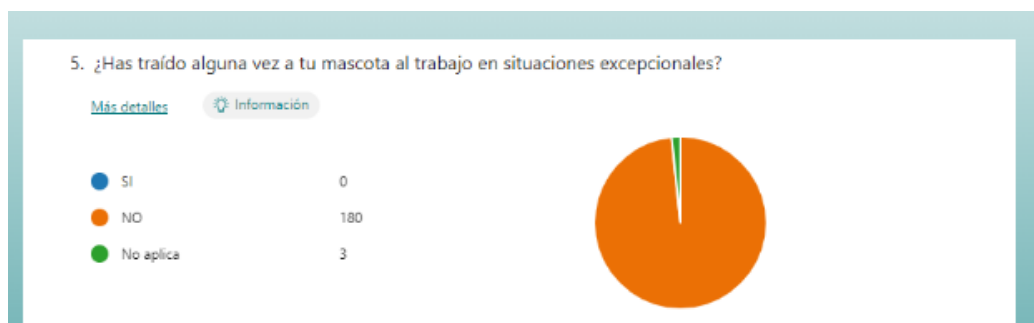
Respuesta	Cantidad de P
SI	0
NO	180
NO Aplica	3

¿Tienes mascotas en casa?

Respuesta	Cantidad de P
SI	182
NO	85

Nota: Se busca identificar la cantidad de colaboradores que cuentan con mascotas y si alguna vez las han traído al trabajo.





De la cantidad de encuestados el 68% tiene mascota en casa, y el 100% nunca ha traído las mascotas al trabajo, lo que permite identificar que hay una población bastante amplia que posiblemente se encuentre interesada en hacer parte de la iniciativa.

Tabla 3

Identificando la percepción de la tenencia de mascotas en el ambiente laboral

¿Crees que la presencia de mascotas en

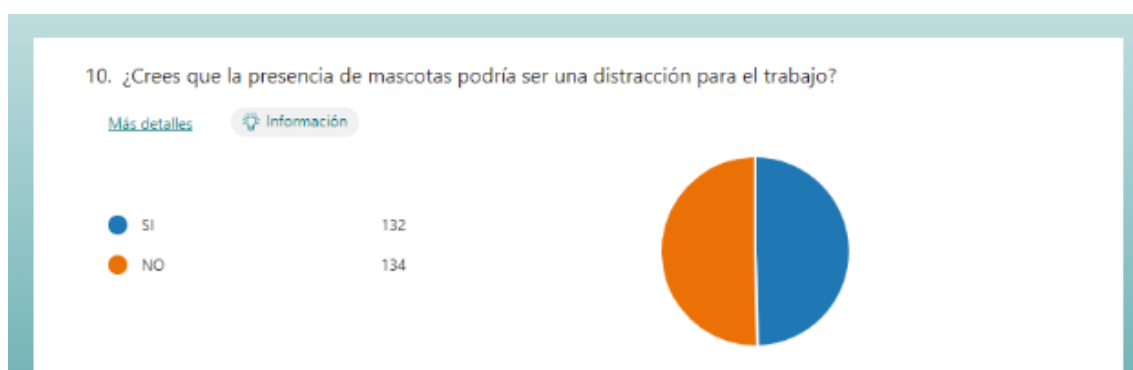
el lugar de trabajo podría mejorar el ambiente laboral? "

¿Crees que la presencia de mascotas

podría ser una distracción para el Trabajo?

Respuesta	Cantidad de P.	Respuesta	Cantidad de P.
SI	182	SI	132
NO	84	NO	134

Nota: Se busca identificar la percepción de los colaboradores respecto a la tenencia de macotas en el ámbito laboral presencial.



El 68% de las personas indican que la presencia de mascotas en la compañía permitiría mejorar el ambiente laboral, lo que quiere decir que es muy viable el apoyo por parte de los colaboradores y la buena acogida de los mismos, sin embargo el 50% opina que las mascotas pueden ser un factor distractor en la empresa, mientras que el otro 50% piensa que no, de manera que es importante el planteamiento correcto de la iniciativa y que entiendan como es el funcionamiento para que decidan si puede ser un factor distractor o no.

Tabla 4

Identificando las preocupaciones y la adaptación de los colaboradores

¿Te preocupa que la presencia de mascotas pueda afectar negativamente a empleados **¿Estarías dispuesto a seguir ciertas pautas o reglas específicas para**

alérgicos o con miedo a los animales?

**garantizar la seguridad y
comodidad de las mascotas en la
oficina?**

<i>Respuesta</i>	<i>Cantidad de P.</i>	<i>Respuesta</i>	<i>Cantidad de P.</i>
<i>SI</i>	<i>159</i>	<i>SI</i>	<i>230</i>
<i>NO</i>	<i>107</i>	<i>NO</i>	<i>36</i>

Nota: Se busca identificar las preocupaciones de los colaboradores a la hora de tener mascotas en el ambiente laboral y su capacidad de adaptación para la iniciativa.





Hoja de cálculo en
Cuarta Entrega final

En el Excel anterior se adjunta como evidencia los resultados de la encuesta realizada demostrando que las encuestas fueron realizadas a una muestra representativa de los empleados y permitir mostrar los resultados de las encuestas de manera clara y concisa.

Análisis de encuestas sobre la presencia de mascotas en el trabajo

Los resultados de las encuestas muestran que la mayoría de los empleados que tienen mascotas en casa (68%) no las llevan al trabajo bajo ninguna circunstancia. Sin embargo, un porcentaje importante (68%) cree que la presencia de mascotas en el trabajo puede mejorar el ambiente laboral.

Esto sugiere que existe un interés por parte de los empleados en tener la posibilidad de llevar a sus mascotas al trabajo, pero que existen algunas preocupaciones que deben ser abordadas para que esto sea posible.

Preocupaciones sobre la presencia de mascotas en el trabajo

Las principales preocupaciones que se identificaron en las encuestas son:

Distracción: El 49% de los encuestados cree que la presencia de mascotas en el trabajo podría ser una gran distracción. Esto podría ser un problema si las mascotas son ruidosas, desordenadas o causan problemas de comportamiento.

Alergias y miedos: El 60% de los encuestados está preocupado por el impacto que la presencia de mascotas en el trabajo podría tener en los empleados alérgicos o con miedo a los

animales.

Reglas y seguridad: El 86% de los encuestados está dispuesto a seguir las reglas para garantizar la seguridad y comodidad de las mascotas en la oficina. Esto sugiere que los empleados están dispuestos a trabajar con la empresa para encontrar soluciones que aborden las preocupaciones sobre la presencia de mascotas en el trabajo.

Recomendaciones

En base a los resultados de las encuestas, se pueden hacer las siguientes recomendaciones para permitir la presencia de mascotas en el trabajo:

Establecer reglas y regulaciones claras: Las reglas deben ser claras y deben estar diseñadas para abordar las preocupaciones sobre la distracción, las alergias y los miedos. Las reglas deben incluir requisitos para el comportamiento de las mascotas, la limpieza y el cuidado de las mascotas, y la seguridad de las mascotas.

Ofrecer capacitación a los empleados: La capacitación debe ayudar a los empleados a comprender las reglas y regulaciones, y a manejar situaciones que puedan surgir con las mascotas en el trabajo.

Ofrecer opciones para los empleados alérgicos o con miedo a los animales: La empresa debe ofrecer opciones para los empleados alérgicos o con miedo a los animales, como la posibilidad de trabajar en un espacio separado o la posibilidad de trabajar desde casa.

Sensibilización y aceptación del cambio

Dentro de la compañía ya está establecido un plan enfocado en la gestión del cambio donde el proceso consiste en acompañar a los diferentes proyectos que tengan como objetivo un

cambio grande, mediano o pequeño dentro de la compañía.

Dentro de ese plan siempre se busca implementar una guía de gestión del cambio con las diferentes áreas que van a sufrir estos procesos que contiene los siguientes puntos:

Objetivo de la guía: Acompañar el proceso de Gestión de cambio de los proyectos y/o iniciativas que la compañía implemente.

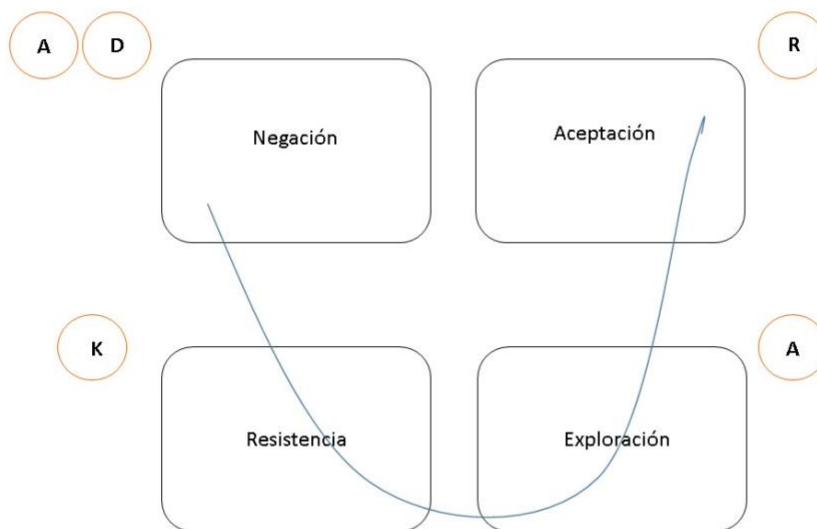
Alcance de la guía: La guía contiene una propuesta metodológica para la implementación del cambio, dirigida a líderes, colaboradores, procesos, estructuras y áreas involucradas en procesos de transición de cambio.

Etapas y modelos de gestión del cambio:

¿Por qué la empresa cuenta con un modelo de gestión de cambio? El entorno actual ha hecho que cada día implementemos nuevas y mejores formas de hacer las cosas, por lo que debemos ser flexibles y aprovechar las novedades que van surgiendo en pro de la compañía; por ello la Gestión del cambio permite la adaptación, entender y apropiar las transformaciones, viviendo una transición entre una situación actual hacia una nueva y mejorada. La gestión de cambio en Porvenir se fundamenta en dos conceptos: a. Etapas del cambio / Curva de cambio:

Modelo ADKAR adaptación de Porvenir S. A (2022) Procesos de gestión de cambio interno.

Figura 6. Modelo ADKAR 1



El cambio es un proceso natural que ocurre en todas las organizaciones. Las personas reaccionan al cambio de diferentes maneras, y es importante comprender estas reacciones para facilitar la transición al nuevo estado.

Las cuatro etapas del cambio son: negación, resistencia, exploración y aceptación.

En la etapa de Negación (AD), las personas se resisten a aceptar el cambio. Pueden sentir miedo, incertidumbre o confusión. En esta etapa, es importante dar a conocer el cambio de manera clara y concisa. Es importante explicar los beneficios del cambio y aclarar cualquier duda que puedan tener las personas. También es importante dar la información de manera dosificada, para no abrumar a las personas.

En la etapa de resistencia (K), las personas comienzan a aceptar el cambio, pero aún tienen dudas o preocupaciones. En esta etapa, es importante proporcionar herramientas y recursos que ayuden a las personas a adaptarse al cambio. Es importante crear escenarios para

que las personas puedan experimentar el cambio de manera segura. También es importante ofrecer apoyo a las personas para que se sientan cómodas con el cambio.

En la etapa de exploración (A), las personas comienzan a explorar las nuevas posibilidades que ofrece el cambio. En esta etapa, es importante presentar las opciones disponibles y ayudar a las personas a tomar decisiones informadas. También es importante afianzar el conocimiento que las personas tienen sobre el cambio. Además, es importante fortalecer los escenarios de adaptación para que las personas se sientan preparadas para el cambio.

En la etapa de aceptación (R), las personas aceptan el cambio y lo integran en su vida cotidiana. En esta etapa, es importante presentar los resultados del cambio y reforzar los beneficios que ofrece. También es importante celebrar el éxito del cambio.

Al comprender las etapas del cambio, Porvenir puede desarrollar estrategias para facilitar la transición al nuevo estado. Esto puede ayudar a reducir el estrés y la ansiedad de los empleados, y puede aumentar las posibilidades de éxito del cambio.

Modelo ADKAR



Con la Gestión del cambio se facilita a los colaboradores de Porvenir la adopción de las nuevas formas de hacer las cosas, a través de un modelo de cuatro fases:

1. sensibilizar: es importante que los colaboradores entiendan el porqué del cambio,

para este proceso se tiene definidas una serie de actividades que ayudan al proceso, campañas de comunicación para dar a conocer el cambio, actividades para involucrar a los colaboradores, actividades para generar el compromiso por parte de los actores de las iniciativas en la empresa.

2. Habilitar: Después del proceso de sensibilización es importante formar a público objetivo con el fin de prepararlos para el momento del cambio, esta etapa se lleva a cabo acompañada de diferentes actividades para el proceso como, sesiones de intervención o grupos piloto, para identificar las mejoras de las iniciativas, videos, infografías, tutoriales, entre otros.

3. Implementar: para la implementación ya se han identificado oportunidades de mejora, es decir que la iniciativa está lista para darse a conocer al 100% del público objetivo, en esta etapa se realizan pulsos presenciales, o encuestas para conocer la opinión de los usuarios, se cuentan las historias de éxito que han surgido con la nueva iniciativa, se hace seguimiento a la iniciativa y los participantes, y se comparten experiencias para enriquecer el proceso.

4. Alinear: Se analizan los resultados obtenidos y se ejecutan reuniones de seguimiento, para identificar posibles cambios o la continuidad del proceso como esta.

Lienzo Canvas iniciativa Pet Friendly



En este lienzo Canvas se puede identificar:

Como parte de los socios clave diferentes áreas inmersas dentro de la compañía que permiten apalancar la iniciativa:

- Área de mercadeo y sostenibilidad: que permitirá darle un alcance a la iniciativa a través de los diferentes canales de comunicación externos y permitir que nos reconozcan como empresa Pet Friendly, también enmarcándolo dentro de la sombrilla del modelo de sostenibilidad con el que cuenta la compañía y apoyándolo con un porcentaje determinado para la financiación de la iniciativa
- Área de experiencia de cliente: El área de experiencia de cliente tiene una importancia muy relevante en el proyecto, esto porque gracias a ellos la iniciativa se puede llegar a ejecutar de manera interna y le da una visibilidad a la experiencia de los clientes internos y que

tan cómodos se sienten con la iniciativa.

- **Área de comunicaciones:** Es un aliado que permitirá llegar a toda la compañía a nivel interno a través de los comunicados de conocimiento, lanzamiento de campaña de expectativa, y lanzamiento de los puntos relevantes a tener en cuenta cuando se empiece a desarrollar la misma
- **Talento Humano:** El área de talento humano es la pionera en liderar la iniciativa, debido a que es el área a la que pertenezco y la mayoría del presupuesto se encontrará saliendo de la Gerencia de esta área.
- **Área de relaciones laborales:** El área de relaciones laborales, permitirá realizar el proceso legal para las personas aliadas en el área de servicios generales y donde nos permita poner una condición adicional y que los puntos de mantenimiento de las mascotas se encuentren en condiciones óptimas.
- **Área Jurídica:** Serán los encargados de gestionar las pólizas tanto para las mascotas como para la compañía y los colaboradores, y realizar la prevención en caso de accidentes.

Las actividades Clave que se realizarán en la iniciativa son:

- Inclusión de familias multiespecie
- Mejoramiento de las relaciones laborales
- Posicionamiento de marca empleadora

- Apoyo emocional

Recursos Clave para poder ejecutar la iniciativa son:

- Las áreas aliadas para poder dar un reconocimiento importante en la iniciativa (entre más reconocimiento más apoyo)

- Los colaboradores interesados en hacer parte de la iniciativa
- Los recursos financieros que permitirán ejecutar la iniciativa
- El apoyo financiero

Propuesta de valor

Esta iniciativa permitirá posicionar a Porvenir como marca empleadora atractiva, que tiene en cuenta a las familias multiespecie, y les permite tener los espacios uniformes entre lo laboral y su mascota.

Relación con nuestros clientes

- Comunicados internos para los colaboradores a través de diferentes medios, banners de comunicación en los ascensores, intranet, televisores, Team Líder (aplicación para la fuerza comercial). Comunicados externos a través de redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram)

- Medición de NPS para identificar el nivel de satisfacción con la iniciativa

Canales

Áreas que se van a encontrar involucradas en el posicionamiento de la iniciativa

Diferentes medios de divulgación de la información

Proveedores de los productos Pet Friendly que se van a encontrar en las instalaciones de Porvenir

Segmento de Clientes

Colaboradores administrativos de la compañía Porvenir S.A. ubicados en la ciudad de Bogotá, sede Centro Internacional.

Estructura de costos

Dentro del proceso de la estructura de costos se ha tenido presupuestado:

1. El costo del montaje y de la infraestructura para las instalaciones de la compañía
2. Adecuaciones dentro del espacio interno
3. Adecuaciones Pet Friendly

Fuentes de Ingresos

Dentro de la gerencia de servicios administrativos y de Talento Humano se deja una parte del presupuesto entregado anualmente para para iniciativas que surjan de parte de los colaboradores y también financiado del presupuesto del área de mercadeo, que se encuentran dispuestos a aportar a la iniciativa y se encuentran de acuerdo en asumir ciertos costos de la misma.

Propuesta de Solución

Referentes Teóricos

El movimiento Pet Friendly empezó a generarse en la década de 1970 en Estados Unidos, cuando se comenzó a crecer la conciencia sobre los derechos de los animales y el cambio en la percepción de las mascotas como miembros de la familia. En ese momento se empezaron a conocer las primeras organizaciones que promovían la aceptación de las mascotas en los espacios públicos, teniendo también como referente una de las primeras empresas que se unió al movimiento Pet Friendly, la aerolínea Southwest Airlines. (Becker, 2014)

En la década de 1980, el movimiento Pet Friendly se extendió a Europa, donde también se empezó a generar un gran movimiento de conciencia sobre los derechos de los animales, y se empezaron a aprobar leyes que regulaban la tenencia de mascotas y protegían a los animales del maltrato.

En América Latina llegó el movimiento Pet Friendly hacia los años 90, donde también se empezaron a aprobar leyes que protegían a los animales y surgieron las primeras empresas que promovían la aceptación de mascotas en espacios público, para el caso de Colombia, se hace más importante el movimiento a través de la ley 1774 de protección animal aprobada en el año 2005, donde se establece los derechos y deberes de las personas que tienen mascotas y los reconocen como miembros de la familia.(Ceala,2022).

¿Qué significa ser Pet Friendly? Según Machado, D (2021) ser Pet Friendly hace referencia a lugares y servicios en los que se admiten mascotas o que poseen servicios adaptados para las mascotas.

Stevenson, (2010) En inglés, mascota (pet) tiene diversas acepciones, pero aquella que se

refiere al animal de compañía lo define como un animal típicamente domesticado o amansado, que es mantenido por placer o compañía.

Al realizar el proceso de consultoría dentro de la compañía Porvenir S.A. se identifican factores clave, que pueden ser importantes a la hora de la aprobación o denegación de una propuesta, como lo es Diseñar la estrategia de una iniciativa Pet Friendly para la compañía Porvenir S.A. en puntos estratégicamente ubicados donde genere valor a los colaboradores para el año 2023, Para poder dar continuidad al desarrollo de la iniciativa es necesario llevar a cabo una investigación importante respecto a referentes teóricos que aporten al beneficio de la misma y tener conocimiento suficiente para identificar sus beneficios y las posibles oportunidades de mejora encontrada, tal y como lo revisaron los autores Díaz Videla, M., & Olarte, M. A. (2016) En las últimas tres décadas ha habido un interés creciente sobre el estudio de las interacciones humano-animal, incrementando el conocimiento científico acerca de los potenciales beneficios de las interacciones humano-animal de compañía.

Díaz Videla, M., & Olarte, M. A. (2016) También resalta que en el estudio que realizaron los custodios con características de personalidad ligadas a Extraversión, destacarían diferencialmente que sus animales los hacen más felices, les aportaban energía y les ayudan a apreciar la naturaleza. Por otro lado, las personas con características de personalidad ligadas a la dimensión Responsabilidad, percibirían diferencialmente que sus animales los ayudarían a no sentirse solos.

Así mismo otro texto que es importante mencionar y que nos permite tener mayor información sobre las mascotas y los entornos es el realizado por el autor Muñoz J (2017) en donde evidenció que dentro de la investigación desarrollada encontró ocho factores importantes

en la relación de personas con sus mascotas Dentro de esas relaciones se encuentran ciertos comportamientos y actitudes que son los hallazgos que demuestran como es el funcionamiento de esta relación y qué valor tiene el perro para sus dueños.

Una de estas relaciones es la Llave social en donde explica que Tener un perro como animal de compañía lleva al dueño a relacionarse con mundos distintos y personas dueñas o no de perros Muñoz J (2017).

Tareas Unificadoras Las tareas de cuidado, físico y psicológico del perro, unen a las personas encargadas de él, en actividades como la alimentación, el ejercicio y la salud entre otros Muñoz J (2017).

En este sentido también es de considerar que Rodriguez M (2018) después de que llevara a cabo su investigación llegó a una de sus conclusiones indicando que existe una clara transformación conceptual de la mascota, que no sólo ha experimentado una antropomorfización, sino que se ha convertido en un evidente actor social en el contexto interactivo urbano.

Teniendo en cuenta las anotaciones anteriores y la importancia de tener evidenciar los casos de éxito en este referente también fue importante tener en cuenta estas investigaciones, para Acori D, et al (2022) Cómo conclusión general evidenció, que el modelo de negocio pet friendly influye en el nivel de satisfacción de los clientes que asisten a este tipo de establecimientos (de consumo de bebidas y alimentos) debido a que se está cumpliendo con una necesidad que pocas veces es cubierta. También concluyó que Las empresas que se acoplan a un entorno pet friendly mejoran su imagen de marca. En la actualidad, es muy significativo ver que las empresas se preocupen por el cuidado de las mascotas, brindándoles a los clientes una experiencia de servicio y atención agradable.

Modelo de implementación de la solución Iniciativa Pet Friendly para Porvenir S.A (2023)

Figura 7. Modelo de implementación 1

Plan Piloto	Focus Group	Evaluación
Se comienzan a generar talleres enfocados a mascotas para identificar la cantidad de posibles beneficiarios	Grupos de trabajo encargados de monitorear la iniciativa, para brindar orientación de la misma.	Se genera evaluación del proceso para mejora del proceso
		

Nota: Elaboración propia

Descripción de la solución Modelo de Implementación de la solución Iniciativa Pet Friendly para Porvenir S.A.(2023)

Para diseñar una iniciativa completa, agradable y que sea aceptable para la gerencia estratégica de la compañía hay que tener en cuenta diferentes aspectos como, por ejemplo, la Investigación y análisis de la iniciativa en donde se ejecute un estudio exhaustivo para comprender las necesidades y preferencias de los colaboradores de Porvenir S.A. en relación a las mascotas, evidenciado a través una encuesta y un Focus Group.

También es necesario hacer un análisis de factibilidad, que permita identificar la posibilidad de implementar una política Pet Friendly en términos de recursos, normas, regulaciones e infraestructura a fin de que las mascotas puedan estar seguras y generen impactos positivos en la productividad de los trabajadores.

Generar el diseño de políticas y normativas, que permitan tener políticas claras y normativas que establezcan los requisitos para la implementación de la iniciativa Pet Friendly, teniendo en cuenta que las políticas deben ser inclusivas, y considerar la diversidad de mascotas y definir responsabilidades tanto para los empleados como para Porvenir.

Identificación de lugares estratégicos, seleccionar los puntos dentro de las instalaciones de Porvenir S.A. donde se permitirá la presencia de mascotas, importante que los lugares sean estratégicamente ubicados para maximizar el valor que les genera a los colaboradores, como áreas de descanso, espacios al aire libre o salas de reuniones designadas.

Comunicación y capacitación, es importante comunicar de manera clara y efectiva la nueva iniciativa a todos los colaboradores, asegurándose de que comprendan los beneficios, las expectativas y las responsabilidades asociadas, también se debe priorizar la capacitación sobre cómo interactuar adecuadamente con las mascotas y garantizar su bienestar.

Monitoreo y evaluación, es importante contar con indicadores de desempeño y mecanismos de seguimiento para evaluar la efectividad de la iniciativa Pet Friendly, donde se puedan incluir encuestas periódicas, retroalimentación de los empleados y análisis del impacto en el bienestar emocional, la satisfacción laboral y la retención de talento.

Implementación

Para el proceso de implementación es importante realizar un proceso gradual,

comenzando con un plan piloto en un área específica para evaluar su eficacia y realizar ajustes si es necesario.

Crear de comités o grupos de trabajo que sirvan de soporte dedicados a monitorear y apoyar la iniciativa Pet Friendly, estos grupos pueden brindar orientación, y abordar preocupaciones de los colaboradores beneficiados y no beneficiados y promover continuamente la cultura de inclusión.

Evaluación y mejora continua, gestionar mecanismos de seguimiento para evaluar el impacto de la iniciativa Pet Friendly en los colaboradores y la organización en general. Utilizar esta retroalimentación para realizar mejoras y ajustes en el programa.

Balanced Score Card y Ficha de indicadores

Cuadro de mando integral					
Perspectiva	Objetivos	Indicadores	Frecuencia de medición		Metas
				Responsable	
Financiera	1. Disminuir los costos Constantes para la adquisición de talento. 2. Mejorar la productividad de los empleados para desempeñarse mejor en las labores.	Costo total de adquisiciones ----- ----- Número de nuevos empleados contratados Producto actual por empleado – producción pasada por empleado ----- ----- producción pasada por empleado x100	Semestral	Especialista de atracción y talento	15%

Ficha del indicador

Nombre del Indicador: Financiera	Procesos Relacionados	Cod. Ficha	
		Elaborado Por:	
		Fecha última medición:	
Definición de indicador: El indicador mide el costo promedio por nuevo empleado contratado. Para calcularlo, se divide el costo total de adquisiciones por el número de nuevos empleados	Fórmula de cálculo: Costo total de adquisiciones / Número de nuevos empleados contratados	Unidades: Porcentaje	
Fuentes de Información: La información para calcular el indicador se puede obtener del sistema de gestión de recursos humanos (HRMS).	Encargado de medición: El responsable del indicador es el especialista de atracción y talento.		
Meta: 15%	Periodicidad de Cálculo: La frecuencia de medición es semestral, pero se puede ajustar según sea necesario.		
Acciones Correctivas: Si el indicador no cumple con la meta, se deben tomar medidas para reducir los costos de adquisición de talento. Estas medidas pueden incluir: Revisar los procesos de selección para identificar oportunidades de mejora. Implementar estrategias de contratación más eficientes, como el uso de redes sociales o el reclutamiento interno.		Recomendaciones: Para mejorar la confiabilidad del indicador, se recomienda que se utilicen datos de un período de tiempo suficiente. Además, se recomienda que se compare el indicador con el de otras empresas del sector para tener una referencia.	

Cuadro de mando integral					
Perspectiva	Objetivos	Indicadores	Frecuencia de medición		Metas
Cientes	1. Disminuir los porcentajes de rotación del personal dentro de la compañía 2. Medir el nivel de satisfacción del empleado	# de empleados que dejaron la compañía durante un periodo específico _____ _____ - promedio del # de empleados durante el mismo periodo x 100 Encuesta de satisfacción NPS >90%	Anual	Especialista de atracción y talento	18%

Ficha del indicador

Nombre del Indicador:	Procesos Relacionados	Cod. Ficha	
Clientes		Elaborado Por:	
		Fecha última medición:	
Definición de indicador: El indicador mide el porcentaje de empleados que dejaron la compañía durante un período específico. Para calcularlo, se divide el número de empleados que dejaron la compañía durante el período por el promedio del número de empleados durante el mismo período, y se multiplica por 100.	Fórmula de cálculo: Encuesta de satisfacción NPS	Unidades: Porcentaje	
Fuentes de Información: La información para calcular el indicador se puede obtener de una encuesta a los empleados, que se puede realizar por correo electrónico, teléfono o en persona.	Encargado de medición: El responsable del indicador es el especialista de atracción y talento.		
Meta: 15%	Periodicidad de Cálculo: La frecuencia de medición es anual, pero se puede ajustar según sea necesario.		
Acciones Correctivas: Si el indicador no cumple con la meta, se deben tomar medidas para mejorar la satisfacción de los empleados. Estas medidas pueden incluir: Revisar los salarios y beneficios para que sean competitivos. Mejorar el trabajo en sí para que sea más satisfactorio. Ofrecer más oportunidades de desarrollo profesional a los empleados. Mejorar la cultura de empresa para que sea más atractiva para los empleados..		Recomendaciones: Para mejorar la confiabilidad del indicador, se recomienda que se utilicen datos de una muestra representativa de empleados. Además, se recomienda que se compare el indicador con el de otras empresas del sector para tener una referencia.	

Cuadro de mando integral					
Perspectiva	Objetivos	Indicadores	Frecuencia de medición		Metas
Procesos	1. Aumentar la satisfacción del personal 2. Rrealizar planes de salario emocional que permitan el desarrollo	1. satisfacción del cliente 2. Nivel de reducción de errores de seguridad	Anual	Dirección de experiencia de cliente. Dirección de compensación y servicios administrativos	15%

	del personal en la organización.				
--	----------------------------------	--	--	--	--

Ficha del indicador

Nombre del Indicador:	Procesos Relacionados	Cod. Ficha	
		Elaborado Por:	Fecha última medición:
Procesos			
Definición de indicador: El indicador mide el número de planes de salario emocional implementados en la empresa. Un plan de salario emocional es un conjunto de beneficios no monetarios que se ofrecen a los empleados para mejorar su satisfacción y compromiso con la empresa.	Fórmula de cálculo: Número de planes de salario emocional implementados	Unidades: Porcentaje	
Fuentes de Información: La información para calcular el indicador se puede obtener de una encuesta a los empleados, que se puede realizar por correo electrónico, teléfono o en persona.	Encargado de medición: Dirección de compensación y servicios administrativos.		
Meta: 15%	Periodicidad de Cálculo: La frecuencia de medición es anual, pero se puede ajustar según sea necesario.		
Acciones Correctivas: Si el indicador no cumple con la meta, se deben tomar medidas para implementar más planes de salario emocional. Estas medidas pueden incluir: Realizar una evaluación de las necesidades de los empleados para identificar los tipos de beneficios no monetarios que serían más valorados. Desarrollar y difundir un programa de sensibilización sobre el salario emocional. Establecer un presupuesto para el salario emocional.	Recomendaciones: Para mejorar la confiabilidad del indicador, se recomienda que se utilicen datos de un período de tiempo suficiente. Además, se recomienda que se compare el indicador con el de otras empresas del sector para tener una referencia.		

Cuadro de mando integral					
Perspectiva	Objetivos	Indicadores	Frecuencia de medición		Metas
Aprendizaje y crecimiento	<p>1. Capacitar a los colaboradores en las competencias solicitadas para el área del talento humano, en el cumplimiento de sus funciones dentro de la compañía</p> <p>2. Evaluar el proceso de capacitación evidenciado a través de la evaluación del desempeño.</p>	Clima laboral: motivación disminución de errores administrativos y operativos	Mensual Anual	Dirección de desarrollo de talento humano	20%

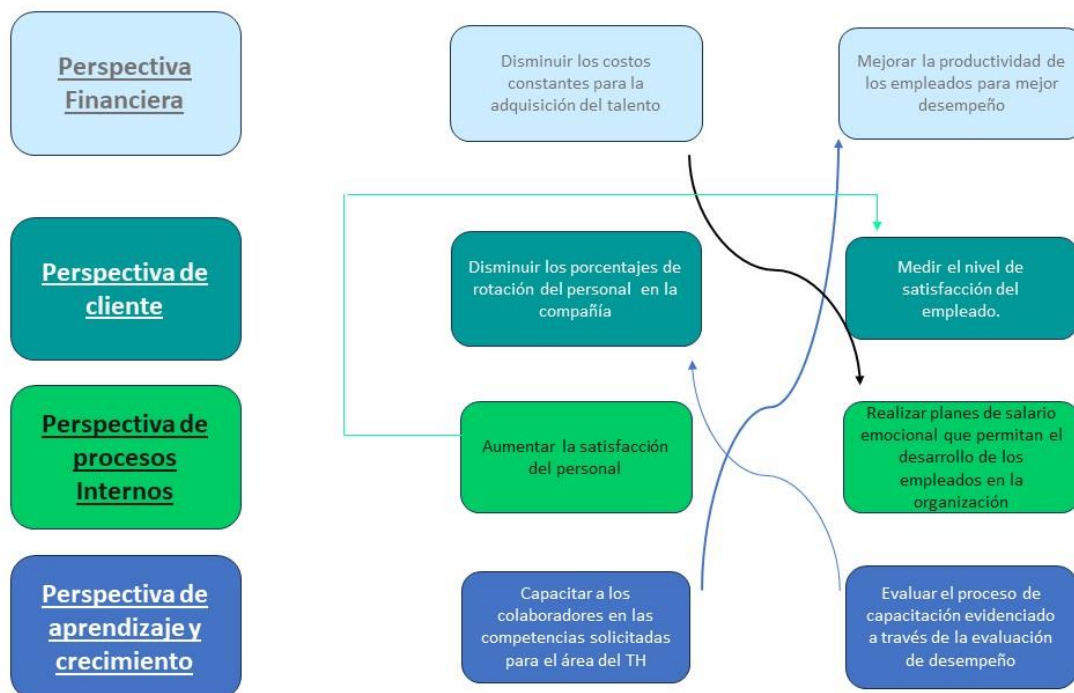
Ficha de indicador

Nombre del Indicador:	Procesos Relacionados	Cod. Ficha	
Perspectiva	Elaborado Por:		
		Fecha última medición:	
<p>Definición de indicador:</p> <p>Un valor más alto del indicador indica que un mayor porcentaje de colaboradores han recibido capacitación en las competencias solicitadas. Esto puede deberse a una serie de factores, como una mayor inversión en capacitación, o una mayor conciencia de la importancia de la capacitación.</p>	<p>Fórmula de cálculo:</p> <p>Número de errores administrativos y operativos por cada 100 actividades realizadas.</p>		<p>Unidades:</p> <p>Porcentaje</p>
<p>Fuentes de Información: La información para calcular el indicador se puede obtener del sistema de gestión de recursos humanos (HRMS), o del sistema de gestión de calidad.</p>	<p>Encargado de medición:</p> <p>Dirección de desarrollo de talento humano.</p>		
<p>Meta: 20%</p>	<p>Periodicidad de Cálculo:</p> <p>La frecuencia de medición es mensual, pero se puede ajustar según sea necesario.</p>		
<p>Acciones Correctivas:</p> <p>Si el indicador no cumple con la meta, se deben tomar medidas para reducir el número de errores administrativos y operativos. Estas medidas pueden incluir:</p> <p>Revisar los procesos y procedimientos para identificar posibles mejoras.</p> <p>Realizar capacitaciones para mejorar las habilidades de los empleados.</p> <p>Implementar un sistema de gestión de calidad.</p>		<p>Recomendaciones: Para mejorar la confiabilidad del indicador, se recomienda que se utilicen datos de un período de tiempo suficiente. Además, se recomienda que se compare el indicador con el de otras empresas del sector para tener una referencia..</p>	

Mapa Estratégico

Mapa Estratégico

Figura 8. Mapa Estratégico 1



Nota: Autoría propia materia procesos estratégicos de la gestión del Talento Humano (2023).

El mapa estratégico es una herramienta que ayuda a las organizaciones a visualizar su estrategia y a establecer objetivos claros y medibles. Este mapa estratégico, en particular, se centra en cuatro perspectivas:

Perspectiva financiera: Esta perspectiva se centra en los resultados financieros de la organización. Los objetivos de esta perspectiva son disminuir los costos de adquisición de talento y mejorar la productividad de los empleados para mejorar el desempeño.

Perspectiva de procesos internos: Esta perspectiva se centra en los procesos internos de la

organización. Los objetivos de esta perspectiva son realizar planes de salario emocional que permitan el desarrollo de los empleados en la organización y aumentar la satisfacción del personal.

Perspectiva de aprendizaje y crecimiento: Esta perspectiva se centra en el desarrollo de los empleados de la organización. Los objetivos de esta perspectiva son capacitar a los colaboradores en las competencias solicitadas para el área del TH y evaluar el proceso de capacitación evidenciado a través de la evaluación de desempeño.

Las flechas que conectan los objetivos en el mapa estratégico representan las relaciones de causa y efecto. Por ejemplo, la flecha que conecta el objetivo de disminuir los costos de adquisición de talento con el objetivo de mejorar la productividad de los empleados indica que, al disminuir los costos de adquisición de talento, la organización podrá atraer y retener a los mejores empleados, lo que a su vez conducirá a una mayor productividad.

Cronograma

Primer y Segundo Semestre

Actividad	Mes	Marzo				Abril				Mayo				Junio				Septiembre				Octubre				Noviembre				% de Ejecución
	Semana	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Presentación del proyecto																														100%
definición de los preliminares del proyecto																														100%
Formulación del problema y construcción de los objetivos																														100%
Definición de la metodología																														100%

talleres están programados para 50 mascotas y se estima que costarán \$4.500.000. Este costo incluye el precio de los instructores, los materiales y el espacio de los talleres.

El evento logístico es un evento de un día que ofrece una variedad de servicios para mascotas, como guardería, paseos, vigilancia, premios y concursos. El evento está programado para 50 mascotas y se estima que costará \$12.000.000. Este costo incluye el costo de la comida, el entretenimiento, el personal y el espacio del evento.

En total, la iniciativa pet friendly se estima que costará \$16.500.000. Este costo es significativo, pero es importante tener en cuenta que la iniciativa tiene como objetivo beneficiar a una gran cantidad de personas y mascotas. Los talleres de mascotas ayudarán a educar a los dueños de mascotas sobre cómo cuidar mejor a sus mascotas, y el evento logístico proporcionará un día de diversión y entretenimiento para las mascotas y sus dueños.

Adjunto se presentan los estados financieros de Porvenir S.A. para el año 2022, estos estados financieros proporcionan información importante sobre la situación financiera de la empresa, que es relevante para la planificación y ejecución de la iniciativa pet friendly.

En particular, estos estados financieros le ayudarán a comprender:

La situación financiera actual de la empresa, incluyendo sus activos, pasivos y patrimonio neto.

La rentabilidad de la empresa, incluyendo sus ingresos, gastos y beneficios.

La liquidez de la empresa, incluyendo su capacidad para pagar sus deudas a corto plazo.

Esta información es importante para garantizar que la iniciativa pet friendly sea viable y sostenible. Por ejemplo, si la empresa tiene una situación financiera precaria, puede ser necesario

reducir el alcance de la iniciativa o buscar otras fuentes de financiación.



Porvenir_Estados
Financ. 2022-1.xlsx

Conclusiones y recomendaciones

Una de las conclusiones que se puede señalar a partir del presente es sin duda alguna la importancia y la relevancia que han tomado las mascotas en la vida de los seres humanos. Teniendo en cuenta la encuesta ejecutada, se identifica la importancia para los empleados de la compañía Porvenir S.A contar con una iniciativa Pet Friendly, para que sea tomada en cuenta desde varias de las áreas de la empresa como el área de bienestar, o el área de selección y atracción.

Para que la iniciativa sea exitosa, es importante que se implemente de manera integral, esto significa que debe involucrar a todos los actores relevantes, como las diferentes áreas de la compañía, comunicaciones, compras, mercadeo, gestión de desarrollo y talento humano.

Se debe iniciar con un proceso enmarcado en la gestión y adaptación al cambio previo a la iniciativa y durante el desarrollo de la misma a fin de que las personas que son detractores de la misma reciban un acompañamiento que les permita tener una mejor adaptación en el entorno.

La iniciativa debe contar con un programa piloto en campo donde se permita identificar en ambiente el recibimiento de las personas respecto a las mascotas y evaluar si es positivo el proceso o cuenta con mejoras a realizar.

Se debe continuar con los procesos evaluativos para identificar si la iniciativa está teniendo buena acogida o necesita ajustes y su modificación para los colaboradores, la iniciativa

Pet Friendly es una oportunidad para Porvenir S.A. de posicionarse como una empresa moderna y atractiva para los colaboradores, tanto actuales como potenciales, y que puede mejorar la retención de talento y atraer a profesionales altamente calificados. Además, puede contribuir a mejorar la imagen de marca de la empresa y generar un ambiente más inclusivo y colaborativo.

El análisis del macroentorno revela que existen factores políticos y económicos que apoyan la iniciativa. En el ámbito político, existe una ley de protección animal que reconoce a las mascotas como seres sintientes. En el ámbito económico, la industria de las mascotas ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años.

Sin embargo, también es importante identificar los factores que podrían representar una amenaza para la iniciativa. Por ejemplo, es importante establecer reglas y normas claras para garantizar la seguridad de los colaboradores y las mascotas. Además, es importante contar con el apoyo de los líderes de la empresa y de los colaboradores.

Recomendaciones

A continuación, se presentan algunas recomendaciones para implementar la iniciativa Pet Friendly en Porvenir S.A.:

Establecer un comité directivo para la iniciativa. Este comité debe estar conformado por representantes de diferentes áreas de la empresa, como recursos humanos, seguridad y salud ocupacional, y comunicaciones.

Desarrollar una política y un reglamento para la iniciativa. Estos documentos deben establecer las reglas y normas claras para garantizar la seguridad de los colaboradores y las mascotas.

Realizar una campaña de comunicación para informar a los colaboradores sobre la iniciativa. Esta campaña debe explicar los beneficios de la iniciativa y los requisitos para participar.

Ofrecer incentivos a los colaboradores que participen en la iniciativa. Estos incentivos pueden ser monetarios o no monetarios, como descuentos en productos o servicios para mascotas.

Evaluación de la iniciativa

Es importante evaluar la efectividad de la iniciativa para determinar si está cumpliendo con los objetivos esperados. Algunos indicadores que se pueden utilizar para evaluar la iniciativa son:

Número de colaboradores que participan en la iniciativa.

Satisfacción de los colaboradores con la iniciativa.

Imagen de marca de la empresa.

Con base en la evaluación de la iniciativa, se pueden realizar los ajustes necesarios para mejorarla.

Bibliografía

Amaglobeli, D. Hua, C. et al (2019) The Future of Saving: The Role of Pension System Design in an Aging World. Revista IMF STAFF DISCUSSION NOTE SDN (19/01) 8-10.

Recuperado de: [https://www.imf.org/en/Publications/Staff-Discussion-](https://www.imf.org/en/Publications/Staff-Discussion-Notes/Issues/2019/01/09/The-Future-of-Saving-The-Role-of-Pension-System-Design-in-an-Aging-World-45138)

[Notes/Issues/2019/01/09/The-Future-of-Saving-The-Role-of-Pension-System-Design-in-an-Aging-World-45138](https://www.imf.org/en/Publications/Staff-Discussion-Notes/Issues/2019/01/09/The-Future-of-Saving-The-Role-of-Pension-System-Design-in-an-Aging-World-45138)

Baltazar M. (2021) Tenencia de mascotas y bienestar psicológico y emocional en personal de la salud durante la pandemia de covid-19. Recuperado de https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/15339/2021_Tesis_Maria_Alejandra_Baltazar.pdf?sequence=1

Barona H. (2021) Los enormes beneficios de trabajar en una oficina pet-friendly. Recuperado de <https://www.tierragro.com/blogs/news/mascotas-trabajo>

Barona H. (2021) Los enormes beneficios de trabajar en una oficina pet-friendly. Recuperado de <https://www.tierragro.com/blogs/news/mascotas-trabajo>

Calderón Hernández, Gregorio, Murillo Galvis, Sandra Milena, Torres Narváez, Karen Yohana. Cultura organizacional y bienestar laboral. Cuadernos de Administración [en línea]. 2003, 16(25), 109-137[fecha de Consulta 20 de octubre de 2023]. ISSN: 0120-3592. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20502506>

CNN (2022) Duque anuncia fin de la emergencia sanitaria por covid-19 a partir de julio en Colombia. Recuperado de <https://cnnespanol.cnn.com/2022/06/21/duque-fin-emergencia->

sanitaria-covid-19-colombia-

ix/#:~:text=%22Despu%C3%A9s%20de%20840%20d%C3%ADas%2C%20el,mantenerla%22%2C%20dijo%20el%20mandatario

Díaz Videla, M. (2015). El miembro no humano de la familia: las mascotas a través del ciclo vital familiar. *Revista Ciencia Animal*, (9), 83-98.

Díaz Videla, Marcos; Olarte, María Alejandra Animales de compañía, personalidad humana y los beneficios percibidos por los custodios PSIENCIA. *Revista Latinoamericana de Ciencia Psicológica*, vol. 8, núm. 2, agosto, 2016, pp. 1-19 Asociación para el Avance de la Ciencia Psicológica Buenos Aires, Argentina

Franco, S. Diciembre/15/2020 Porqué los Millennial han decidido compartir su vida con animales y no con hijos: Modelo de comunicación aplicado a los consumidores de la categoría de mascotas dentro del segmento de los Millennial. (Tesis de pregrado) Universidad Javeriana de Colombia, Bogotá file:///C:/Users/ORDENADOR/Downloads/TG-Franco%20Karpf%20Stephanie%20(1).pdf

Gabrica (2021) el covid-19, mi mascota y la ansiedad por separación. Recuperado de <https://www.gabrica.co/ansiedad-por-separacion-en-mascotas/>

Gómez-G LF, Atehortua-H CG, Orozco-P La influencia de las mascotas en la vida humana. *SC. Rev. Col Cienc Pec* 2007; 20: 377-
<http://www.scielo.org.co/pdf/rccp/v20n3/v20n3a16.pdf>

González, A. Sobre los derechos de los Animales, 1990 retomado de <https://www.redalyc.org/pdf/3050/305026670002.pdf>

Gutiérrez, Germán, Granados, Diana R., Piar Natalia. Interacciones humano-animal: características e implicaciones para el bienestar de los humanos. *Revista Colombiana de Psicología* [en línea]. 2007, (16), 163-183[fecha de Consulta 20 de octubre de 2023]. ISSN: 0121-5469. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80401612>

Infobae (2021) Nueva tendencia: las empresas que permiten llevar el perro al trabajo. Recuperado de <https://www.infobae.com/america/perrosygatos/2021/08/16/nueva-tendencia-las-empresas-que-permiten-llevar-el-perro-al-trabajo/>

Ladino Sarmiento, C. (2013) Estudio de la posición de los fondos de pensiones en el mercado TES colombiano (5) 17 recuperado de: <https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/26127/u670233.pdf?sequ>

Machado, D. ¿Qué significa ser Pet Friendly? 2021, Retomado de <https://www.porvenir.com.co/web/centro-de-documentacion/inicio>

Martínez, Nerea 05/18/2020 Beneficios de las visitas de mascotas en un entorno sanitario e institucional: sanitarios de otra especie (Tesis de pregrado) Universidad Pública de Navarra, Navarra https://academica-e.unavarra.es/xmlui/bitstream/handle/2454/37733/martinez_117145_TFG.pdf?sequence=1&isAllowed=y

May R. (2021) Mascotas y pandemia: los animales son un gran sostén para sus dueños, pero ¿cómo los afecta? Recuperado de <https://www.nationalgeographicla.com/animales/2021/02/mascotas-y-pandemia-los-animales-son-un-gran-sosten-para-sus-duenos-pero-como-los-afecta>

Mumford M (1992) Innovación social: evolución del concepto en el tiempo. Revista Venezolana de Gerencia, 25 (92), 2.

Muñoz J. (2017) Lazo: estrategia urbana de socialización y creación de comunidades a partir de perros. Recuperado de
file:///C:/Users/Administrador1/Downloads/u807208%20(2).pdf

Olarte A. (2019) El concepto pet friendly en establecimientos de Medellín. Recuperado de <https://repository.ces.edu.co/handle/10946/4171> S.A, P. (2021). Informe de Sostenibilidad. Obtenido de https://porvenir.com.co/documents/64086/0/informe_sostenibilidad_2021_porvenir.pdf/a6f85749-95e9-6700-7312-5c085fa383f1?t=1648739804035

Schebesta Brenda, D Responsabilidad Social Empresarial, nuevas economías, sostenibilidad y moda Cuaderno 128 | Centro de Estudios en Diseño y Comunicación (2021/2022). PP. 197-209 ISSN 1668-0227 recuperado de:
file:///C:/Users/Administrador1/Desktop/tpi/responsabilidad%20social.pdf
<https://www.colfondos.com.co/dxp/corporativo/marco-legal>

Trujillo, J. (2009 diciembre 7) Los derechos de los animales en Colombia. Revista Republicana • ISSN: 1909 – 4450 pp. 69-81
<https://www.pensamientopenal.com.ar/system/files/2015/06/doctrina41390.pdf>

Vaciero Fernández, F. y Fernández López, G. (2018) Herramientas prácticas para el desarrollo estratégico de la empresa. Madrid. FC Editorial, Recuperado de:

<https://elibro.net/ereader/usta/128996?page=87>

Zafra Galvis Orlando. Tipos de Investigación. Revista Científica General José María Córdova. 2006;4(4):13-14. [fecha de Consulta 21 de octubre de 2023]. ISSN: 1900-6586.

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=476259067004>