

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA



PROYECTO LIDER

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y POSICIONAMIENTO PARA EL PROGRAMA DE
PADRINAZGO DE LA FUNDACIÓN BELCORP COLOMBIA**

Francisco Carreño Sánchez

Tutor: Jaime Alexander Villamil

**FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ D.C

2014

Contenido

<u>Resumen Ejecutivo</u>	4
<u>1. Características de la organización</u>	6
<u>1.1. Descripción de la empresa</u>	6
<u>1.2. Misión y visión Fundación Belcorp</u>	6
<u>2. Diagnóstico del área de practica</u>	7
<u>2.1. Análisis misión y visión Fundación Belcorp</u>	7
<u>2.2. Organigrama Gestión Humana</u>	8
<u>2.3. Descripción del área</u>	9
<u>2.4. Análisis funciones Practicante Fundación Belcorp</u>	9
<u>2.5. DOFA Programa Padrinazgo</u>	10
<u>3. Delimitación del problema</u>	13
<u>4. Objetivos, metas e indicadores</u>	15
<u>4.1. Objetivo General</u>	15
<u>4.2. Objetivo Especifico 1</u>	15
<u>4.3. Objetivo Especifico 2</u>	15
<u>4.4. Objetivo Especifico 3</u>	16
<u>4.5. Objetivo Especifico 4</u>	16
<u>5. Marco de Referencia</u>	16
<u>5.1. Marco Teórico</u>	16
<u>5.2. Marco Conceptual</u>	19
<u>6. Desarrollo de actividades y resultados</u>	20
<u>6.1. Manual de seguimiento para programa Padrinazgo</u>	20
<u>6.2. Modalidades de Padrinazgo</u>	22
<u>6.3. Sombrilla de Comunicación</u>	27
<u>6.4. Plan de incentivos con cuponera Belcorp</u>	31
<u>7. Conclusiones</u>	32
<u>8. Recomendaciones</u>	33

9. Cronograma de Actividades36

Referencias

Anexos

Resumen Ejecutivo

En el año 2006 La Fundación Belcorp llega a Colombia tomando como base lo hecho por Perú desde el 2003 y con importantes objetivos para llevar a la mujer latina hasta lo más alto, ayudando a su desarrollo y empoderamiento por intermedio de diferentes programas. Hasta después del año 2010 las consultoras (fuerza de venta de Belcorp) y sus hijas se convierten en las beneficiarias y son las principales impactadas por La Fundación.

En La Fundación Belcorp se evidencio la falta de una estrategia de comunicación para comunicar sus programas, especialmente para el programa Padrinazgo ya que este no estaba generando su máximo potencial, la cantidad de padrinos no era la esperada para una compañía tan grande y tan bien posicionada tanto nacional como internacionalmente. A pesar de que existían algunos medios de comunicación (carteleros con información en la planta de Tocancipa y noticias en la comunicación institucional interna), el programa no tenía el ruido suficiente y no existía una campaña de comunicación más formal para poder cumplir las metas propuestas al inicio del año y se estaba dejando un poco de lado, esto último debido al crecimiento y demanda de los demás programas de La Fundación, como lo son Grandes Mujeres, donde se capacita a las consultoras en las mejores universidades del país y el programa de Voluntariado corporativo, donde los colaboradores pueden asistir a dos escuelas en veredas de Tocancipa y hacer distintos talleres con los niños.

Es por eso que con la información recopilada y la observación que se hizo durante 6 meses, se decidió implementar una estrategia de comunicación y posicionamiento la cual llegue e impacte a todos los colaboradores sin importar el cargo ni su salario. Teniendo esto en cuenta se desarrolló la siguiente pregunta problema: ¿Siendo el plan de padrinazgo uno de los pilares de la

Fundación Belcorp Colombia, cómo podemos potencializar el programa, generando una estructura y un seguimiento más sólido, además de vehículos de comunicación y modalidades de padrinazgo que generen resultados económicos y sociales que aseguren la continuidad del plan?

A raíz de esto se empezaron a generar diferentes ideas las cuales concluyeron en:

- Crear un manual de seguimiento para los padrinos.
- Redefinir las modalidades existentes y crearle unos conceptos a cada una.
- Crear una sombrilla de comunicación.
- Establecer diferentes beneficios para los padrinos por intermedio de la cuponera que ofrece la compañía a los colaboradores.

Se obtuvieron diferentes conclusiones a las cuales se llegaron por intermedio de las estrategias planteadas y donde se observó un cambio. En las estadísticas realizadas se empezó a notar el cambio a pesar del poco tiempo y donde se vio un aumento en el número de padrinos en las diferentes categorías, esto apoyado por el manual o “check list” que se creó. Las demás estrategias planteadas van a empezar a arrojar resultados en los próximos meses debido a que son ideas a trabajar en un mediano y largo plazo, esto también dependiendo de cómo vaya a funcionar La Fundación en el 2015 debido a los grandes cambios a nivel organizacional que han venido ocurriendo en los meses anteriores.

1. Características de la Organización

1.1. Descripción de la empresa

Belcorp *Lo imaginamos, Lo hacemos*

Multinacional peruana con más de 40 años de experiencia dedicada a la producción y comercialización de sus marcas L'bel, Ésika y Cyzone mediante la venta directa por catálogo. Con presencia en 16 países del continente americano, Belcorp, se enfoca en el crecimiento de la mujer latina y ve en ellas, la principal fuerza de ventas, para que de esta manera cada una de las consultoras estén más cerca de lograr una independencia económica y se le brinde un constante acompañamiento en el camino de su construcción personal.

1.2. Misión y Visión Fundación Belcorp

“La Fundación Belcorp se crea en el año 2003 con el compromiso de retribuir el esfuerzo de nuestra gran red de consultoras. Es a través de ellas que se da nuestro principal impacto en la comunidad.” **(Fundación Belcorp)**

Nuestra Visión:

“Ser la fundación empresarial que más contribuye al empoderamiento de las mujeres en América Latina, para que ellas sean autoras de su propia vida y agentes de transformación de su entorno.” **(Fundación Belcorp)**

Nuestra Misión:

“Despertar y desarrollar en las mujeres capacidades para que imaginen un futuro mejor y lo hagan realidad.” (Fundación Belcorp)

“La Fundación Belcorp desde su creación en 2003 ha invertido más de 12 millones de dólares, al cierre de 2013 más de 20.000 mujeres están transformando su futuro y se tiene presencia en 12 países de América.” (Fundación Belcorp)

2. Diagnóstico del Área de Práctica

2.1. Análisis visión y misión Fundación Belcorp

La misión y visión de la Fundación Belcorp vista desde la teoría administrativa no está bien planteada porque lo que se entiende por estos conceptos es:

- **MISIÓN:** Se entiende como la razón de ser de la empresa, el motivo por el cual fue creada y la manera en cómo va a satisfacer a sus clientes.
- **VISIÓN:** ¿Cuál es el futuro de la empresa, es decir, a largo plazo que se debe haber cumplido?

Tomando como base esas dos cortas definiciones, se observa que la misión y visión de La Fundación Belcorp debe ser propuesta de la forma en que la persona del común o un posible socio estratégico entiendan que es y que hace, como lo hace y qué objetivos tiene a largo plazo, ya que no se están teniendo en cuenta estos conceptos que a pesar de ser creados para las organizaciones con fines de lucro, también pueden ser aplicados a organizaciones sin fines de

lucro, en este caso, La Fundación Belcorp, la cual su principal rol es “retribuir el esfuerzo de nuestra gran red de consultoras” (**Fundación Belcorp**) por intermedio de los recursos (tanto en dinero como es especie) destinados por la empresa (Belcorp) y de las demás formas para la recolección de los mismos, (programas de voluntariado, eventos, donaciones de colaboradores o proveedores, etc.)

2.2. Organigrama Gestión Humana

La Fundación Belcorp hace parte del área de Gestión Humana de la organización, donde el Gerente de Gestión Humana, responde a la Directora Corporativa de Gestión Humana para Colombia. En el área de Fundación, son cuatro personas que integran el grupo de trabajo, las cuales son:

- Jefe de Responsabilidad Social: María Isabel Echeverri.
- Asistente Fundación Belcorp: Ana Posada.
- Practicante Fundación Belcorp: Francisco Carreño Sánchez.

*A partir del 1 de septiembre la jefatura de La Fundación Belcorp y de los asuntos de Responsabilidad Social se reparten entre Andres Villegas, Gerente de Gestión Humana y que de ahora en adelante estará representando a La Fundación en todos los temas de relaciones y eventos donde se participe y Liliana Naranjo, Jefe Senior de Gestión Humana asumirá los retos de seguir con los demás programas, manteniéndolos e impulsándolos.

2.3. Descripción del Área

El área de La Fundación Belcorp, está ligada directamente a Gestión Humana y responde a su gerente. En un área de constante trabajo proactivo donde todos los días se está trabajando en pro de mejorar los programas que se manejan, los cuales son:

- Grandes Mujeres
- Mujeres Iluminando Mujeres (Becas con el fondo de Padrinazgo)
- Voluntariado

Por intermedio de estos tres programas se busca la manera de encontrar más recursos para La Fundación. En el equipo de trabajo (Jefe, asistente y practicante) se trabaja de manera unida, en constante comunicación y reuniones semanales para que todos los procesos estén alineados con las ideas del equipo y para que se puedan observar excelentes resultados, beneficiando a la compañía y a los socios estratégicos de La Fundación.

2.4. Análisis funciones Practicante Fundación Belcorp

Las funciones del practicante de La Fundación Belcorp abarcan los tres programas que se manejan, pero su función principal y para la cual es contratado, es la optimización de los procesos que se manejan, ya que desde que se entra a la compañía, hacen un énfasis en el crecimiento profesional del colaborador donde este tiene que mostrar su proactividad y hacer propuestas constantemente para que los procesos sean cada vez más eficientes, que las tareas dejen de ser netamente operarias y que se conviertan en tareas más dinámicas, para que se esté siempre motivado a la obtención y ahorro de los recursos.

2.5. DOFA Programa Padrinazgo

El programa escogido para trabajar es “Mujeres Iluminando Mujeres” (Becas con fondo de padrinazgo). “Esta iniciativa permite que los colaboradores, personas naturales, proveedores o diferentes empresas, puedan unirse a nuestra causa y sumar esfuerzos, a través de la financiación de un octavo¹, un cuarto, media o una beca completa para la educación de una o varias niñas o jóvenes de nuestro Programa “Mujeres iluminando mujeres”. ” (Belcorp, 2011)

A continuación se plantea un DOFA para el programa de Padrinazgo de La Fundación Belcorp, ya que en este segundo semestre del año, una de las metas de este programa es doblar el número de padrinos inscritos hasta el momento y porque es donde más posibilidades se observan para obtener nuevos recursos gracias al gran número de colaboradores dentro de la empresa. Con esta metodología DOFA se tratan de abarcar los temas principales vistos hasta el momento y donde se proponen oportunidades para mejorar el fondo de becas para las hijas de las consultoras Belcorp.

Fortalezas (interno – positiva)

- Otorga certificados de donación a los padrinos de las becarias. Lo cual beneficia a los donantes al momento de presentar su declaración de renta ya que es 100% deducible.
- Entre más reputación tenga el programa de padrinazgo, mejor es el posicionamiento de la empresa en términos de Responsabilidad Social.
- Aumento del good will.

Debilidades (interno – negativa)

- Falta de seguimiento al programa mes a mes. Se observan que por el crecimiento de los demás programas de la Fundación Belcorp, al plan padrino no se le ha tomado muy en cuenta y no se le ha determinado el tiempo necesario que este necesita.
- Programa poco atractivo para los colaboradores ya que se les ve afectado su salario. Debido a que gran parte de los colaboradores de la organización no están en el área administrativa, hacer donaciones deducibles del salario no les es muy beneficioso y aun así para algunos administrativos tampoco lo es.
- Para ser una organización con una estructura tan robusta (cerca de 1500 colaboradores administrativos) existen muy pocos padrinos activos, alrededor de 65 (a junio 2014).
- A pesar de que Belcorp Colombia es el país con mayor facturación y que tiene planta propia de producción, no se ve reflejado en este programa de padrinazgo.
- No existe una estrategia de comunicaciones la cual explique y exponga todos los beneficios del programa padrinazgo, a quien se está ayudando, cuanto se ha recolectado y cuanto se quiere recolectar, cuanto falta para cumplir la meta, que se está haciendo y como se está haciendo para cumplirla. Esto es de vital importancia para mostrar y proponerles a todos los colaboradores, potenciales o no para el programa, que se afilien y muestren su apoyo de esta manera.
- Existe una población de cerca de 1800 operarios a los cuales no se incluye en el programa de padrinazgo, pero si participan en otros eventos de La Fundación donde se busca la recolección de fondos para las diferentes actividades que se manejan.

Oportunidades (externo – positiva)

- Generar alianzas con diferentes empresas para brindar beneficios a los padrinos inscritos y así llamar la atención de los potenciales, por intermedio de beneficios extras para quienes ya son padrinos.
- Los diferentes proveedores de la compañía, pueden volverse padrinos.
- Utilizar las buenas relaciones de la compañía para promover el programa en las demás empresas.
- Entre más colaboradores se vinculen al programa, existe la posibilidad de otorgar más becas y de abrir más convenios con diferentes Instituciones de Educación Superior en el país.
- Se va generando sentido de pertenencia hacía Belcorp por parte de las becarias, logrando potenciales trabajadoras que hagan carrera en la compañía.
- Generar diferentes métodos de recolecta para que todos los colaboradores (planta, picking, bodega) aporten cierto porcentaje, este puede ser compartido o individual.

Amenazas (externo – negativas)

- Debido a los altos impuestos relacionados al salario en el país, pocas personas quieren hacer otro descuento así sea para beneficiar este programa de padrinazgo.
- Debido a las malas prácticas relacionadas con la Responsabilidad Social en las empresas, proveedores potenciales pueden dudar de inscribirse al programa para hacer aportes que ayuden a crecer el fondo de becas.

3. Delimitación del problema

El programa de Padrinazgo es de vital importancia para La Fundación Belcorp, ya que es uno de los principales motores para la consecución de sus logros, por intermedio de este se generan recursos económicos para ampliar el fondo de becas y así poder beneficiar a más hijas de consultoras.

En la actualidad el plan de padrinazgo de La Fundación Belcorp no está generando su máximo potencial, solo cuenta con alrededor de 65 colaboradores de la compañía (a junio de 2014) inscritos dejando por fuera a cerca de 1400 colaboradores que potencialmente pueden llegar a ser padrinos y a otros 3000 que dadas las condiciones del plan no tienen opción de apadrinar. Este plan no cuenta con vehículos de comunicación al interior de la corporación, solo los pertenecientes al área y los actuales padrinos tienen conocimiento de este.

Lo que se observa es que por más importante que es plan de padrinazgo, en las oficinas de Bogotá donde se encuentra el personal administrativo encargado de las operaciones de Belcorp Colombia; no se ha dado la tarea de buscar métodos para hacerlo crecer y establecer una campaña de comunicación más formal a la actual.

Hoy por hoy el programa padrinazgo, según lo observado, no está cumpliendo con su rol principal el cual es que los padrinos se adhieran con el sentido de aportar al mejoramiento de la educación de las jóvenes becarias y a su desarrollo si no que se ve como un método de reducción

de impuestos para quienes aportan, ya que como se mencionó anteriormente La Fundación otorga un certificado de donación.

Es muy importante crear una estrategia de comunicación y posicionamiento que llegue e impacte, para promover de manera adecuada el programa (así como se hace con cualquier producto, sean un bien o un servicio, nuevo que se va a lanzar al mercado) a todos los colaboradores, no solo a los administrativos si no que pueda abarcar y existan diferentes formas de que todos, sin importar su cargo o su salario, puedan aportar al programa.

Durante los próximos cuatro (4) meses se estudiara y analizara toda la información relevante al caso y se propondrá la estrategia mencionada, para que así el programa padrinazgo de La Fundación Belcorp tenga un crecimiento exponencial, generando beneficios tanto para las becarias (principales afectadas por el programa), como para toda la corporación, haciendo de Colombia, el país modelo para las Fundaciones en la multinacional.

Tomando de referencia la información recopilada hasta el momento se llega a la siguiente pregunta problema:

¿Siendo el plan de padrinazgo uno de los pilares de la Fundación Belcorp Colombia, cómo podemos potencializar el programa, generando una estructura y un seguimiento más sólido, además de vehículos de comunicación y modalidades de padrinazgo que generen resultados económicos y sociales que aseguren la continuidad del plan?

4. Objetivos, metas e indicadores

4.1. Objetivo General

Estructurar el plan de padrinazgo generando procedimientos que permitan el control del mismo, además de una estrategia de comunicación y posicionamiento eficaz y eficiente para aumentar el número de padrinos y fidelizar a los ya inscritos.

4.2. Objetivo Especifico 1

Crear manual de seguimiento y estructura del programa de padrinazgo para facilitar el control del mismo.

Meta: Realizar un manual que abarque las variables más importantes del plan de padrinazgo y que contenga su respectivo instructivo, para la semana 18.

4.3. Objetivo Especifico 2

Definir los conceptos de las modalidades existentes, exponiendo en cada una lo que se va a lograr y por intermedio de determinada contribución por parte del colaborador / padrino para hacerlo más atractivo y asequible.

Meta: Generar una modalidad efectiva que potencialice el ingreso de colaboradores al plan padrinazgo, para la semana 14.

4.4. Objetivo Específico 3:

Construir una sombrilla de comunicación que integre los resultados, experiencias y expectativas del programa impactando positivamente a los actores y potenciales inscritos.

Meta: Hallar la mejor forma de comunicación que impacte positivamente a los colaboradores generando identidad del plan patrocinado basándose en una sombrilla de comunicación definida y perdurable en el tiempo, para la semana 22.

4.5. Objetivo Especifico 4:

Establecer un cupón dentro de la cuponera de beneficios para los colaboradores, para que el padrino lo pueda usar y sirva para llamar la atención de los potenciales.

Meta: Conseguir beneficios exclusivos para los padrinos basados en el plan de beneficios para colaboradores Belcorp, para la semana 23

5. Marco de Referencia:

5.1. Marco Teórico

“Las empresas exitosas son aquellas que miran el futuro con los ojos del presente y logran administrar tales intereses con una visión de corto, mediano y largo plazo, sin restar por ello importancia a la posición, condición, habilidad y capacidad de cada empresa.” (Martinelli, 1996, pg 352)

La filantropía empresarial es un término que hoy en día muchas organizaciones están tratando de aplicar en sus filosofías, ya que según Antonio Carlos Martinelli es donde “los costos son cubiertos por los accionistas de la empresa” (Martinelli, 1996, pg 352) y donde las empresas están ganando más reconocimiento día a día, no solo por sus excelentes resultados financieros, sino por sus obras benéficas y sin ánimo de lucro que están realizando en las comunidades que impactan. En el caso de La Fundación Belcorp, el programa que más impacto tiene es el de becas para las hijas de las consultoras de la compañía, la cual son la fuerza de ventas y que ayudan a crecer cada vez más a la empresa.

En La Fundación Belcorp se puede decir que se están manejando los términos de filantropía y responsabilidad social empresarial. Al observar y estudiar detenidamente los tres programas que se manejan, podemos obtener como resultado del estudio, que se manejan tanto la filantropía como la RSE debido que a pesar de que los colaboradores hagan donaciones de su salario para el fondo de becas, este también afecta la población directamente influenciada y beneficiada por la compañía, ya que otorgándole becas a las hijas de las consultoras, estas obtienen una motivación extra para seguir trabajando y vendiendo cada vez más. Por el lado de Grandes Mujeres y el Voluntariado, los otros dos programas de La Fundación, la RSE es principal protagonista porque existe un presupuesto que la compañía otorga y el cual es determinado por un porcentaje sobre las ventas. Este dinero se usa durante todo el año para el desarrollo de las actividades planeadas, las cuales están directamente impactadas por Belcorp y donde se benefician las consultoras, sus hijas y las escuelas de Tocancipa,

Como dicen Porter y Kramer (2006) en el artículo Estrategia y sociedad: “Lo cierto es que los enfoques predominantes de RSC están tan fragmentados y tan desconectados de los negocios y de la estrategia que oscurecen muchas de las mejores oportunidades que tienen las empresas para beneficiar a la sociedad”. **(Porter & Kramer, 2006)**

La Fundación Belcorp está alineada con los valores y los principales compromisos de la organización, dentro de los cuales esta empoderar a la mujer dándoles la oportunidad de tener independencia económica por intermedio de las ventas por catálogo (modelo de negocio). Es ahí donde se ve puede observar que aparte de la filantropía, Belcorp, está impactando directamente a la sociedad, ya que por intermedio del programa de Grandes Mujeres, el capacita a diferentes segmentos de consultoras para que estas aprendan diferentes formas de potencializar su negocio y mejorar sus ventas, y gracias al programa de Voluntariado, el cual afecta positivamente a la comunidad de Tocancipa (donde se encuentra la planta de producción) y más específicamente a dos escuelas, Canavita y Buenos Aires, de veredas aledañas a la planta.

Lo anterior hace parte de la responsabilidad social corporativa de Belcorp, donde evidencia el impacto que tiene sobre la sociedad y sobre la comunidad en Tocancipa.

La estrategia de toda corporación y más si es una multinacional debe estar alineada con sus prácticas de responsabilidad social, ya que esto le da cierta ventaja frente a la competencia, porque en el tipo de negocio en el que esta Belcorp, el cual es la venta directa por intermedio de una fuerza de ventas conformadas en su mayoría por mujeres de estratos 1, 2 y 3; las cuales están

muy pendientes en como hace la compañía para retribuirles el esfuerzo que ellas hacen para comercializar todos los productos de la compañía.

5.2. Marco Conceptual

Dentro de la Fundación Belcorp se evidencia el uso de diferentes términos que van alineados con todos los programas que se manejan, tales como: mujer empoderada, grandes mujeres, becaria, padrino, voluntariado, segmentos, convenios y muchos más que día a día los integrantes del área usamos para realizar las tareas diarias.

Es muy importante resaltar el termino de MUJER EMPODERADA ya que desde ahí es donde parte toda la filosofía de la compañía, que es lo que estamos haciendo con las consultoras que se inscriben al negocio y donde siempre se quiere un constante aprendizaje, es por eso que algunas son convocadas para poder obtener el título de Grandes Mujeres, otorgado por la Fundación Belcorp en convenio con diferentes universidades del país, en donde son capacitadas para ejercer su negocio personal de una mejor manera, donde se les dan todas las herramientas para que no las vean más como el sexo débil y donde se les ayuda a creer en sí mismas, dándoles toda la confianza para que de esta manera Belcorp siga siendo el líder del mercado y de la misma forma siempre pueda retribuir lo que ellas hacen por la compañía.

De la mano de estas Grandes Mujeres, están sus hijas, quienes son el futuro del país, las que no quieren depender de nadie y que quieren formarse profesionalmente y en donde la Fundación Belcorp les da su apoyo incondicional acobijándolas con el programa de becas que se maneja, el

cual recoge sus fondos por intermedio de los padrinos, colaboradores de la compañía que mes a mes donan parte de su salario para contribuir con la educación de las niñas becarias.

Gracias a la excelente labor realizada hasta el momento la Fundación Belcorp siempre tiene las puertas abiertas a los lugares donde va, y más específicamente en el sector de la educación superior, donde se tienen convenios con universidades acreditadas de alta calidad de las principales ciudades del país y en donde hay siempre presencia Belcorp por intermedio de las estudiantes que el programa beneficia.

También es muy importante recalcar la labor hecha por intermedio de los voluntarios Belcorp, quienes donan su tiempo y sus diferentes habilidades para que muchos niños se puedan beneficiar, pasando una tarde aprendiendo cosas nuevas en los talleres que se realizan especialmente para ellos.

6. Desarrollo de actividades y resultados.

6.1. Manual de seguimiento para programa Padrinazgo.

En La Fundación Belcorp desde su llegada a Colombia, se la ha conocido como una de las principales fundaciones en apoyar a la mujer, resaltando y haciendo valer sus derechos logrando así cada vez más un empoderamiento por intermedio de sus programas. La Fundación fue creciendo rápidamente y de la misma manera fue creciendo el trabajo que se tenía que realizar para mantener todo a flote, tanto que hoy en día, como en la mayoría de organizaciones, hay procesos que se realizan pero que no están estandarizados y plenamente explicados

Para la Fundación Belcorp, establecer un manual de seguimiento para su programa Padrinazgo, es de vital importancia porque esto nos asegura un mejor seguimiento y evaluación, contribuyendo a optimizar el desempeño del mismo para la fácil obtención y presentación de resultados. Esto se realizara para lograr una adecuada gestión al momento de revisar cuantos padrinos existen, que cargo tiene, cuanto están donando, cuando se vence el contrato y cuando se debería renovar el mismo, entre otros. Se busca evitar tareas repetitivas todos los meses y que el tiempo que existe para analizar cada padrino inscrito sea aprovechado de la mejor manera posible, logrando así eficiencia y eficacia en este proceso.

En este manual se busca establecer un instructivo administrativo que apoye las acciones a realizar mes a mes, para que la persona que esté en el cargo pueda entender cada una de las tareas a realizar sin tener que depender de nadie o que si se tienen dudas, que estas sean mínimas. Esto brindara un seguimiento secuencial de las actividades y un fácil control de las mismas. Se busca también crear un proceso de mejora continua en cuanto a la verificación y seguimiento mensual de padrinazgo, esto para optimizar todo tipo de procesos que se realizan.

Para la correcta creación de este manual de procedimientos es necesario definir:

- Objetivos del manual.
- El responsable de la información.
- Descripción de las tareas y procedimientos a realizar.
- Integración de la información mostrando resultados.

Estos cinco puntos iniciales se plantean como una base “piloto” para la elaboración del manual de procedimientos y son los que inicialmente se seguirían y se implementarían. Es muy importante tener toda la información a la mano, es decir, documentarse con todos los archivos que se encuentren y hacer la debida investigación para la recolección de los datos, para que estos sean lo más exactos posibles. Es conveniente realizar un proceso de observación para determinar las conductas más relevantes de todos los implicados en el proceso de información, darse cuenta como es la actitud y la disponibilidad para facilitar los datos necesarios que la persona que esté realizando la tarea necesite.

Teniendo esto en cuenta se realizó el manual mencionado, esperando que se aplique en lo que queda del presente año y que se siga haciéndolo de ahora en adelante. Anexo 5

6.2. Modalidades de Padrinazgo

En La Fundación Belcorp existen cuatro opciones para el colaborador que quiera participar del programa, apadrinando una niña hija de consultora, las opciones son:

- Padrino Oro: \$250.000 mensual, lo cual daría un total de \$3.000.000 en el año.
- Padrino Plata: \$120.000 mensual, lo cual daría un total de \$1.440.000 en el año.
- Padrino Bronce: \$60.000 mensual, lo cual daría un total de \$720.000 en el año.
- Padrino Platino: \$30.000 mensual, lo cual daría un total de \$360.000 en el año.

A continuación se muestran dos tablas con la cantidad de padrinos al corte de agosto, en que categoría de las ya mencionadas se encuentran y cuál es su cargo en la compañía.

Tabla 1

CATEGORIA	APORTE	NÚMERO DE PADRINOS	%
ORO	250 MIL MENSUAL	5	6.58%
PLATA	120 MIL MENSUAL	11	14.47%
BRONCE	60 MIL MENSUAL	12	15.79%
PLATINO	30 MIL MENSUAL	48	63.16%
	TOTAL	76	100.00%

Tabla 2

CARGOS	NÚMERO DE PRADINOS	%
CIENTÍFICO	17	22.37%
JEFE	16	21.05%
GERENTE	15	19.74%
ANALISTA	10	13.16%
DIRECTOR	5	6.58%
ASISTENTE	4	5.26%
COORDINADOR	2	2.63%
ESPECIALISTA	2	2.63%
EJECUTIVO	1	1.32%
LIDER	1	1.32%
METRÓLOGO	1	1.32%
SUPERVISOR	1	1.32%
TÉCNICO	1	1.32%
TOTAL	76	100.00%

Al observar la Tabla 1, se puede evidenciar la alta preferencia de los colaboradores por la opción de “Padrino Platino”, la cual es la más económica y donde se donan \$30.000 mensuales para un total de \$360.000 anuales. A pesar de que a todos los 76 colaboradores que hoy soy padrinos se les presentan las cuatro opciones, el 63.16% escoge esta opción. En la categoría “Oro” es donde menos padrinos se tiene, esto debido a que en la cual se hace la mayor donación y donde solo encontramos el 6.58% de los 76.

A lo largo del último mes (septiembre/14) se viene desarrollando una estrategia con todo el equipo de trabajo para lograr una mejor percepción del programa y poder obtener más colaboradores adscritos al programa de padrinazgo. Inicialmente se definieron unos nuevos conceptos para cada categoría, mostrando al colaborador y potencial padrino que le está ofreciendo a la becaria y cuál va a ser su aporte diario, es decir, se cambia la forma de comunicar y de exponer el programa y se trata de cambiar la idea de tener que estar donando mucho al mes o al año, mostrando que en realidad no es un aporte de un valor tan alto, sino que lo que se está donando es una pequeña cantidad diaria. A continuación se muestran los conceptos iniciales planteados donde se dio un nuevo nombre a cada categoría, alineándolo con el valor que están donando.

PADRINO TITÁN: ¡Con tu aporte de 8500 pesos diarios a La Fundación Belcorp puedes convertirte en un PADRINO TITÁN! ¡Con esta ayuda recibiré estudio durante todo un año, iluminaras mi futuro y me ayudarás a cumplir mis sueños de ser toda una profesional! ¡Muchas gracias!

SÚPER PADRINO: ¡Con tu aporte de 4000 pesos diarios a la Fundación Belcorp puedes convertirte en un SÚPER PADRINO! ¡Con esta ayuda recibiré estudio durante todo un año, iluminaras mi futuro y me ayudarás a cumplir con mis sueños de ser toda una profesional! ¡Muchas gracias!

PADRINO EJEMPLAR: ¡Con tu aporte de 2000 pesos diarios a la Fundación Belcorp puedes convertirte en un PADRINO EJEMPLAR! ¡Con TU ayuda y la de otro padrino recibiré estudio durante un semestre, iluminaras mi futuro y me ayudarás a cumplir con mis sueños de ser toda una profesional! ¡Muchas gracias!

PADRINO ESPECIAL: ¡Con tu aporte de 1000 pesos diarios a la Fundación Belcorp puedes convertirte en un PADRINO ESPECIAL! ¡Con TU ayuda serás parte de un grupo de padrinos que me dan un semestre de estudio, iluminaras mi futuro y me ayudarás a cumplir con mis sueños de ser toda una profesional! ¡Muchas gracias!

Con estos nuevos conceptos también se cambió la forma de dirigirse al colaborador, ya que cuando se lean y vean lo que significa ser cada padrino, es como si la becaria le estuviera hablando a él, comunicándole lo que va a hacer y cómo la va a ayudar a iluminar su futuro.

Al presentar los nuevos conceptos, hay una buena recepción del equipo de trabajo, sin embargo se decide dejar los nombres anteriores y reorganizar el texto, esto para que quede mejor estructurado y se pueda entender sin ningún problema, logrando de esta manera lo siguiente:

PADRINO ORO: Querido Colaborador: ¡Gracias a personas como tú que están iluminando mi futuro, estaré más cerca de cumplir mi sueño de ser profesional! Con tu aporte podré acceder a una beca para estudios profesionales durante un año en una universidad acreditada. ¡Tú aporte de 8300 pesos diarios a La Fundación Belcorp te convierte en un PADRINO ORO! ¡Muchas Gracias!

PADRINO PLATA: Querido Colaborador: ¡Gracias a personas como tú que están iluminando mi futuro, estaré más cerca de cumplir mi sueño de ser profesional! Con tu aporte podré acceder a una beca de educación superior por un año en una universidad acreditada. ¡Tú aporte de 4000 pesos diarios a La Fundación Belcorp puedes convertirte en un PADRINO PLATA! ¡Muchas Gracias!

PADRINO BRONCE: Querido Colaborador: ¡Gracias a personas como tú que están iluminando mi futuro, estaré más cerca de cumplir mi sueño de ser profesional! Con tu aporte podré acceder a una beca de educación superior durante un semestre en una universidad acreditada. ¡Con tu aporte de 2000 pesos diarios a La Fundación Belcorp puedes unirte a otro padrino y convertirte en un PADRINO BRONCE! ¡Muchas Gracias!

PADRINO PLATINO: Querido Colaborador: ¡Gracias a personas como tú que están iluminando mi futuro, estaré más cerca de cumplir mi sueño de ser profesional! Con tu aporte podré acceder a una beca de educación superior durante un semestre en una universidad acreditada. ¡Con tu aporte de 1000 pesos diarios a La Fundación Belcorp puedes unirte a un grupo de padrinos y convertirte en un PADRINO PLATINO! ¡Muchas Gracias!

Se decide trabajar con estos nuevos conceptos, pero con la gran diferencia de dejar de presentar la categoría de “Padrino Platino”, debido a que es donde mayor se inscriben los padrinos pero es la de menor cantidad donada, es por eso que se está realizando un piloto presentando las

categorías oro, plata y bronce, tratando así de que el número de padrinos crezca a su vez que la cantidad de dinero recibida por concepto de donaciones por descuento de nómina.

En la Tabla 2 se muestra que donde más se reparten los padrinos es entre los cargos de Analista, Gerente, Jefe y Científico, los cuales están distribuidos entre las 4 categorías antes mencionadas, pero su gran mayoría en la categoría de “Padrino Platino”.

Con la estrategia antes mencionada de los nuevos conceptos de padrinos desarrollada con el equipo de trabajo se quiere lograr que por lo menos más de la mitad de los que están en “Padrino Platino” migren a la categoría de “Padrino Bronce”, para así poder obtener más recursos en el fondo de becas y también se espera atraer a más directores y gerentes que estén en “Padrino Oro”, potencializando así el programa, mostrando que desde lo más alto de Belcorp Colombia, se está contribuyendo a La Fundación. Lo anterior se decidió con el apoyo de Jorge Luis Sánchez, Jefe de Incentivos, el cual nos mostró el beneficio que se obtenía de esto, donde por medio de un análisis se muestra que si se cumple esta condición el número de padrinos bajara, pero el monto económico recibido subirá, debido a que más colaboradores tenderán a inscribirse en la modalidad de “Padrino Bronce”. En el Anexo 4 se muestra el análisis hecho por el Jefe de Incentivos.

6.3. Sombrilla de Comunicación

Se plantea crear una sombrilla de comunicación para el programa Padrinazgo de La Fundación Belcorp, porque actualmente muy pocos colaboradores saben que existe, no saben cómo

funciona, a quienes beneficia y cómo lo hace, cómo se me puede inscribir y que se necesita para pertenecer al programa. Por consiguiente se plantearan ideas que ayuden a que este tengan una fácil recordación entre los colaboradores sobre lo que se hace y lo que significa estar apoyando a una niña de estrato 1, 2 y 3 en situación de vulnerabilidad para que cumpla con su sueño de ser profesional.

Una sombrilla de comunicación es básicamente un plan de comunicación de cualquier plan de mercadeo, solo que en este caso se le da el término “sombrilla” para que se tenga la idea que se arranca desde la parte más arriba (donde va a estar la idea central) y que de ahí va bajando y extendiéndose, logrando comunicar y expandir las ideas a una mayor cantidad de público, logrando así más recordación entre los participantes de la estrategia.

Con base en lo anterior, para el programa de padrinazgo se va a empezar mostrando el logo principal en el que se va a basar la estrategia. Este logo ya existe y se ha manejado en distintos temas de La Fundación en Perú, pero en Colombia no ha tenido tanta presencia, es por eso que se escoge para que se esté alineado con lo hecho en la casa matriz y se presenta a continuación:



Esta sería la imagen representativa con la cual se va a generar toda la sombrilla de comunicación y la cual se interpreta como una “Súper Niña” quien por medio de la educación ha salido adelante, obteniendo un mejor futuro para ella y su familia, logrando mejores oportunidades laborales.

A partir de este logo se empieza a definir la forma en como se le va a hablar al consumidor, es decir, a los colaboradores Belcorp que son potenciales padrinos, para que así se hable en un mismo lenguaje y siempre se este yendo en la misma dirección.

Con este tipo de estrategias lo que se quiere lograr es generar una conciencia en el colaborador de Belcorp, para que de esta manera se den cuenta que pertenecer al programa es algo muy bueno que puede hacer, ya que están apoyando a las hijas de las consultoras, que sin ellas la compañía no sería nada. Se quiere mostrar que impacto está generando ese padrino en la niña que está apoyando y se logrará con una comunicación muy personal, hablandole siempre al padrino por separado, con comunicaciones dirigidas solo a él o ella.

Es por eso que para lograr lo anterior se plantean las siguientes estrategias:

- Nuevos videos en los televisores donde existe más tráfico, sobre todo en las oficinas de Bogotá que es donde menos presencia tiene el programa. Es ideal poder presentar a las becarias del programa en estos videos, que nos cuenten quienes son, quien es su padrino, le den las gracias (tanto al padrino como a La Fundación) y por ultimo nos cuente cual es su sueño.

- Volantes que se dejaran en cada puesto en las fechas especiales (navidad, amor y amistad, día del padre / madre, entre otras), donde las niñas les cuenten sus sueños personales y como los padrinos han ayudado a esto, mostrando todo lo que un padrino nuevo puede aportarles.
- Protector o fondo de pantalla de los computadores de las oficinas, donde se muestre información del programa.

Sombrilla de Comunicación



6.4. Plan de incentivos con cuponera Belcorp para atraer y fidelizar padrinos.

Se planteó crear y establecer 3 alianzas estratégicas con los diferentes proveedores y clientes de Belcorp, esto para poder fidelizar a los padrinos ya inscritos y lograr una atracción con los potenciales, esto de manera de que percibieran que La Fundación también piensa en ellos así como ellos piensan en las niñas becarias al donar parte de su salario para el aporte del fondo de becas. Se tenía pensado incluir una tarde o mañana libre adicional a las que ya existen, un bono de algún restaurante o incluso descuentos a la hora de hacer mercado en cualquier establecimiento, pero debido a los costos que acarrearía para la organización no fue posible realizarlo.

A través de estas ideas se hizo la propuesta al área de Bienestar, la cual es la encargada de las alianzas, pero debido al desgaste administrativo que esto generaba se llegó a la conclusión que no era viable realizarlo en tan poco tiempo, además de que cualquier nuevo cupón que se incluya, tiene que ser para todos los colaboradores y no solo para un grupo específico, en este caso, los padrinos. Para que esto se apruebe tiene que tener el visto bueno de distintas áreas de la compañía y evaluar si se tiene el presupuesto para lograrlo, ya que cada alianza, mañana o tarde que se incluya es dinero para la compañía.

Debido a lo anterior y gracias a las reuniones con el equipo de trabajo, se llegó a un acuerdo con el área de Bienestar en incluir un cupón con un descuento (por determinar), para realizar estudios de posgrado en la Universidad de la Sabana (negociaciones pendientes), este sería un cupón que se diseñaría para las próximas cuponeras y que si el colaborador de Belcorp desea adquirir este

descuento, debe estar inscrito en el plan padrino, iluminando el futuro de una de nuestras niñas becarias. Esto es un tema el cual está en estudio y del cual se planteara y se estructurara de la mano con el área de Bienestar, para que de esta manera sea una iniciativa llamativa y los padrinos ya inscritos se fidelicen más con el programa y que se genere un vos a vos, volviendo viral la palabra “padrino” y generando tal ruido y expectativa que se logre un incremento exponencial en el número de colaboradores que quieren contribuir con el fondo de becas.

7. Conclusiones

Anteriormente se estaba muy ligado a un archivo de Excel (bastante largo y difícil de mirar) donde estaba toda la información del padrino y donde no se tenían en cuenta las estadísticas mostradas. Realizando los pasos descritos en el manual, ayudara con el seguimiento de esta tarea, manteniendo un “check list” más formal y al que se le pueden ir agregando más puntos a consideración de la persona que lo esté siguiendo.

Se pudo evidenciar una mejor recepción por parte de los padrinos y de aquellos colaboradores a los que se les presentaban los nuevos conceptos creados por el equipo, logrando así una mejor recordación de La Fundación y de que siempre estamos en pro de nuestras consultoras y su hijas, las principales beneficiarias del programa. De esta manera se va logrando poco a poco que los padrinos platino migren a ser padrinos bronce, recogiendo más recursos para este programa.

Las ideas planteadas proponen una mejor forma de comunicar las actividades de padrinazgo en las oficinas de Bogotá, y que de esta manera se puedan lograr más padrinos por intermedio de los

mensajes que se quieren hacer llegar. Los colaboradores siempre tendrán a La Fundación presente debido a las estrategias que se quieren hacer.

Después de analizar las ideas propuestas y las opciones que daba el área de Bienestar, se concluyó empezar a estudiar la opción de implementar para el otro año un cupón para un descuento en estudios de pregrado y posgrado en la Universidad de la Sabana. Opción que sigue en estudio y donde se está estudiando la mejor propuesta para el beneficio de todos los implicados.

8. Recomendaciones

Es muy importante anexar la responsabilidad de este manual o “check list” en las funciones para el puesto de Practicante de La Fundación Belcorp, ya que actualmente está mencionado, pero falta detallarlo más para que de esta manera se tenga el debido control y exactitud en los datos y que si existe algún error, se pueda solucionar fácilmente.

Mantener los conceptos creados para las modalidades existentes es de vital importancia, ya que así se va dejando de lado que solo sea un nombre y se construye en la mente del colaborador este mismo concepto, que este entienda que no está dando parte de su salario para reducir su declaración de renta (por intermedio de los certificados de donación), si no que con su gran aporte está contribuyendo a que una niña de escasos recursos se convierta en una Súper Niña, alejada de la violencia, los embarazos a temprana edad, matrimonios primerizos y a muchas otras

variables que hacen que las mujeres en situaciones de vulnerabilidad no salgan adelante, porque les falta el único activo que no se deprecia con el tiempo; la educación.

Inicialmente se plantearon estas tres ideas preliminares, esperando que se puedan implementar en lo que queda del semestre o si no, en el transcurso del próximo año. De esta manera se va generando cierto ruido y posicionando el programa internamente y que gracias a esto y al voz a voz entre los colaboradores, se va a lograr una excelente recordación de marca y no habrá necesidad de estar buscando padrinos todos los meses, si no que sean ellos los que se acerquen a La Fundación para colaborar. Las ideas paleteadas fueron las siguientes:

- Nuevos videos en los televisores donde existe más tráfico, sobre todo en las oficinas de Bogotá que es donde menos presencia tiene el programa. Es ideal poder presentar a las becarias del programa en estos videos, que nos cuenten quienes son, quien es su padrino, le den las gracias (tanto al padrino como a La Fundación) y por ultimo nos cuente cual es su sueño.
- Volantes que se dejaran en cada puesto en las fechas especiales (navidad, amor y amistad, día del padre / madre, entre otras), donde las niñas les cuenten sus sueños personales y como los padrinos han ayudado a esto, mostrando todo lo que un padrino nuevo puede aportarles.
- Protector o fondo de pantalla de los computadores de las oficinas, donde se muestre información del programa.

A pesar de lo difícil que es debido a la población de Belcorp Colombia (cerca de 4000 colaboradores) se recomienda crear una cuponera o algún beneficio específico para los padrinos, encontrando la forma que desde la casa matriz y desde Fundación Belcorp Perú, se implemente este tipo de herramientas porque de este modo, las demás fundaciones en los otros países de la compañía, se facilitaría la implementación de los mismos.

Es recomendable establecer convenios con las demás universidades donde ya hay becarias por La Fundación y plantear la misma alianza, que para los padrinos exista cierto beneficio para cursar determinadas carreras y que cada vez se genere un vínculo más fuerte con las universidades, que se conviertan en los principales socios estratégicos para que la educación sea compartida, en el caso de las becarias, y que todo el capital no lo tenga que aportar La Fundación.

9. Cronograma de Actividades

PROYECTO LÍDER: ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y POSICIONAMIENTO PARA EL PROGRAMA DE PADRINAZGO DE LA FUNDACIÓN BELCORP COLOMBIA

ALUMNO Francisco Carreño Sánchez

COMPAÑÍA Belcorp S.A.

AREA DE PRACTICA INNOVACIÓN SOCIAL - FUNDACIÓN BELCORP

Objetivo General
 Estructurar el plan de padrinazgo generando procedimientos que permitan el control del mismo, además de una estrategia de comunicación y posicionamiento eficaz y eficiente para aumentar el número de padrinos y fidelizar a los ya inscritos.

		SEMANAS																								
Objetivo específico 1	Actividad	Responsable	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Crear manual de seguimiento y estructura del programa de padrinazgo para facilitar el control del mismo.	Establecer los objetivos y puntos a seguir en el manual	* P																								
	Formulación de la estrategia para diseñar el manual	* P																								
	Diseño del prototipo del manual	* P																								
	Desarrollo y seguimiento de la estrategia	* P																								
	Presentación de resultados a Jefe Fundación	* P																								
Objetivo específico 2	Actividad	Responsable																								
Definir los conceptos de las modalidades existentes, exponiendo en cada una lo que se va a lograr y por intermedio de determinada contribución por parte del colaborador / padrino para hacerlo más atractivo y asequible.	Revisión de las modalidades existentes	* P																								
	Planteamiento de nuevas modalidades y/o conceptos asociados a las modalidades existentes	* P																								
	Revisión por parte del equipo de Fundación para definir conceptos finales	* P																								
	Planteamiento de otras estrategias para atraer padrinos	* P																								
	Implementación de las modalidades, conceptos y estrategias para los padrinos potenciales	* P																								
Objetivo específico 3	Actividad	Responsable																								
Construir una sombrilla de comunicación que integre los resultados, experiencias y expectativas del programa impactando positivamente a los actores y potenciales inscritos.	Lluvia de ideas para generar identidad	* P																								
	Establecer los pilares del programa padrinazgo	* P																								
	Plan de desarrollo para comunicación exitosa	* P																								
	Desarrollo de la estrategia de comunicación	* P																								
	Generar identidad y reconocimiento al programa padrinazgo por parte de todos los colaboradores de Belcorp	* P																								

Referencias

Belcorp. (2011). *Memoria Belcorp*. Obtenido de http://www.memoriabelcorp.biz/ec_comunidad/comunidad_04.html

Belcorp. (Septiembre de 2014). Presentación Fundación Belcorp. Bogotá, Colombia.

Belcorp. (s.f.). *Belcorp*. Obtenido de <http://www.belcorp.biz/somosbelcorp/historia.html>

Belcorp. (s.f.). *Intranet Belcorp*. Obtenido de <http://intranet.co.belcorp.biz/ig/or/default.aspx?RootFolder=%2fig%2for%2fOrganigramas%2fVICEPRESIDENCIA%20GESTI%C3%93N%20HUMANA&FolderCTID=&View=%7b97709957-1AFC-4184-8D6F-C9EEFA2E7C23%7d>

Belcorp. (s.f.). *Unete a Belcorp*. Obtenido de <http://www.uneteabelcorp.com/colombia/nuestra-mision.html>

Fundación Belcorp. (s.f.). *Belcorp*. Obtenido de <http://www.belcorp.biz/responsabilidadsocial/fundacionbelcorp.html>

Fundación Belcorp. (s.f.). *Belcorp*. Obtenido de <http://www.belcorp.biz/responsabilidadsocial/fundacionbelcorp.html#top>

Fundación Belcorp. (s.f.). *Fundación Belcorp*. Obtenido de http://www.fundacionbelcorp.org/quienes_somos.aspx

Kramer, M. P. (2006). Estrategia y sociedad. *Harvard Business Review*, 15.

Martinelli, A. C. (1996). LA EMPRESA PRIVADA Y LA CONSTRUCCIÓN DE UNA ÉTICA CIVIL. En G. R. Olga Lucia Toro, *Empresa Privada y Responsabilidad Social* (pág. 352). Bogotá.

Anexos

Anexo 1

Visión y Misión Belcorp

Nuestra Visión:

Ser la compañía que más contribuye a acercar a la mujer a su ideal de belleza y realización personal. (Belcorp)

Nuestra Misión:

CREEMOS EN LA MUJER

Reconocemos su espíritu emprendedor y fortalecemos su capacidad para transformar su vida y su entorno.

CREAMOS EXPERIENCIAS DE MARCA MEMORABLES

que inspiran y mejoran la vida de nuestros consumidores. Generamos oportunidades de crecimiento y desarrollo para nuestros colaboradores, consultoras y proveedores.

CREEMOS QUE TODOS ASPIRAMOS A NUESTRA REALIZACIÓN

y promovemos el liderazgo como medio para alcanzarla. Buscamos nuevos desafíos para crecer, evolucionar y alcanzar nuestro máximo potencial.

CREEMOS EN EL TRABAJO EN EQUIPO,

en la confianza y en la libertad para explorar, crear, aprender, para lograr retos extraordinarios y contribuir al crecimiento sostenible de la sociedad. (Belcorp)

Anexo 2**Visión y Misión Fundación Belcorp****Nuestra Visión:**

Ser la fundación empresarial que más contribuye al empoderamiento de las mujeres en América Latina, para que ellas sean autoras de su propia vida y agentes de transformación de su entorno. (Fundación Belcorp)

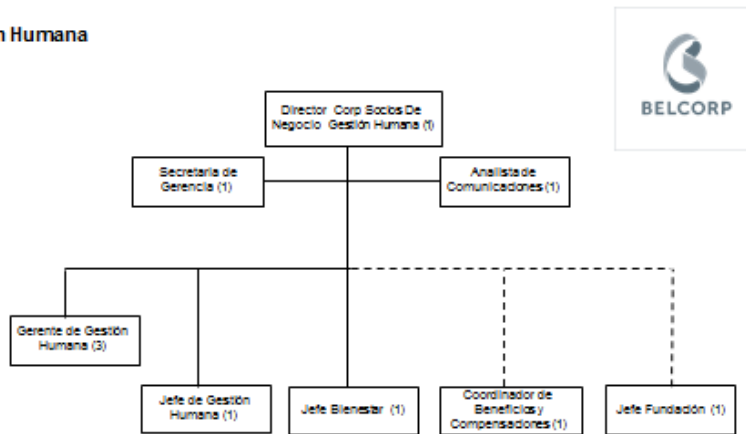
Nuestra Misión:

Despertar y desarrollar en las mujeres capacidades para que imaginen un futuro mejor y lo hagan realidad. (Fundación Belcorp)

Anexo 3

ORGANIGRAMA GESTIÓN HUMANA

Gestión Humana



Actualización	Aprobado por		Razón Social	Código
03-03-2014	Director Corp Socios de Negocio Gestión Humana	Bruna Bood	Bel Star S.A.	FM.GT.05.01.01.01 (02/12-V2)

Organigrama tomado de Intranet Belcorp (Belcorp)

Anexo 4

Análisis 2014					
CATEGORIA	APORTE	Valor Mes	NÚMERO DE PADRINOS	Total año	Peso ponderado
ORO	250 MIL MENSUAL	\$ 250.000	5	\$ 15.000.000	7%
PLATA	120 MIL MENSUAL	\$ 120.000	11	\$ 15.840.000	14%
BRONCE	60 MIL MENSUAL	\$ 60.000	12	\$ 8.640.000	16%
PLATINO	30 MIL MENSUAL	\$ 30.000	48	\$ 17.280.000	63%
			76	\$ 56.760.000	

24

Total

Análisis 2015		
No padrinos 2015	Total 2015	Peso pond
5	\$ 15.000.000	26%
11	\$ 15.840.000	28%
36	\$ 26.265.600	46%
52,5	\$ 57.105.600	

Fuente: Análisis de Jorge Luis Sánchez, Jefe de Incentivos de Belcorp Colombia

Anexo 5



Manual de seguimiento para el programa “Ilumina su Futuro” - “Padrinazgo” de la Fundación Belcorp

Versión 1.0 Página 1 de 1

Fecha: Fecha en la que se realizar el informe.
 Responsable de la Información: Practicante Fundación Belcorp o persona que realiza las tareas descritas.

1. Objetivos:

Establecer el debido control para el programa "Ilumina su Futuro" - "Padrinazgo" y poder saber cuántos padrinos hay, la cantidad de dinero que se está recaudando, realizar comparativos y estadísticas en todos los periodos (meses). Esta herramienta servirá para facilitar el control y el mejoramiento del manejo de la información.

2. Descripción de las tareas y procedimientos a relizar:

- 2.1. Solicitar archivo en Excel al área de Nómina (Yolanda Galindo) con la información de los descuentos por concepto "Fundación Descuento Plan Padrino" del respectivo mes.
- 2.2. Solicitar en el área de Nómina el maestro de personal actualizado para verificar si alguno de los padrinos abandono la compañía.
- 2.3. Cruzar los dos archivos para determinar el cargo de cada padrino. Se recomienda usar la formula "Buscar V" en Excel.
- 2.4. Establecer en que categoría se encuentra cada padrino (Oro, Plata, Bronce o Platino). Se recomienda usar la formula lógica "Si" para determinar este dato.
- 2.5. Realizar la estadística de padrinos, determinando en que cargos hay más padrinos, en que categoría se está donando más y realizar el comparativo con los meses anteriores.
- 2.6. Realizar gráficas y tablas con los datos.

3. Integración de la información:

Unir la información del mes con la de los meses anteriores, posteriormente hacer un análisis con los resultados obtenidos al realizar la respectiva estadística y presentar al jefe directo para su revisión en las reuniones con el equipo de Fundación.

4. Tiempo


Esta actividad estaría planeada para realizar dentro de los primeros 10 días del mes, debido a que el pago de nómina es el día 25. Se establece este plazo de 10 días para que los archivos que se solicitan al área de nómina, estén debidamente actualizados, para que así la información este completa y los resultados y análisis pueden ser más precisos.

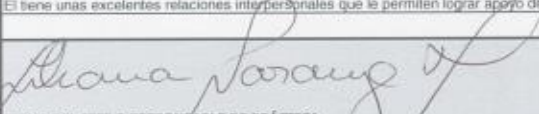

5. Obervaciones

 Firma responsable de la información

 Firma Jefe

Anexo 6

 PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS PROGRAMA DE PRACTICAS UNIVERSITARIAS - PRÁCTICA PROFESIONAL MATRIZ FINAL DE ANÁLISIS DE RENDIMIENTO Y COMPETENCIAS ELABORADA POR EL JEFE INMEDIATO			
Nombre de la Empresa	Belcorp S.A.		
Área de trabajo	Gestión Humana		
Nombre completo del estudiante	Francisco Carreño Sánchez		
Jefe o responsable de práctica	Liliana Naranjo Meléndez		
Cargo del jefe o responsable de práctica	Jefe Senior de Gestión Humana y Responsabilidad Social		
1. MATRIZ FINAL DE ANÁLISIS DE RENDIMIENTO DEL ESTUDIANTE EN PRACTICA PROFESIONAL			
Para cada criterio por favor indique el porcentaje correspondiente, dentro del rango indicado, de acuerdo a la escala de calificación que identifique el desempeño del estudiante.			
ASPECTO	ESCRIBA EL % CORRESPONDIENTE DE 0% - 100%	NO APLICA (x)	ESCALA DE EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO
1. ACTITUD PERSONAL Y PROFESIONAL EN LA PRÁCTICA			EXCELENTE
Asumió las responsabilidades asignadas con ENTUSIASMO y COMPROMISO	80%		100% - 90%
Mostró ACTITUD positiva y DISPOSICIÓN hacia el trabajo	80%		BUENO
Tiene gran RESPONSABILIDAD ante las tareas asignadas, tomándolas como desafíos	70%		89% - 75%
Mostró INTELIGENCIA EMOCIONAL y PROFESIONAL, en el manejo de los obstáculos e inconvenientes	90%		ACEPTABLE
Cumplió con la PUNTUALIDAD esperada	70%		74% - 60%
2. RELACIONES PERSONALES Y PROFESIONALES EN LA ENTIDAD			DEFICIENTE
Identificó la MISIÓN y PRINCIPIOS de la Entidad	70%		59% - 0%
Estableció los canales de COMUNICACIÓN e INTERCAMBIO necesarios para realizar su trabajo	90%		NO APLICA
Mantuvo buenas RELACIONES PERSONALES Y PROFESIONALES con sus interlocutores y compañeros	100%		X
Influyó en la generación de una DINÁMICA DE TRABAJO APROPIADA al interior de la Entidad	70%		
3. ALCANCE DEL TRABAJO REALIZADO			
Cumplió con las funciones y trabajos propuestos en la CALIDAD esperada	70%		
Cumplió con los OBJETIVOS y METAS planeados durante la práctica	70%		
Cumplió con la OPORTUNIDAD (capacidad de respuesta efectiva y eficiente) frente a las funciones y actividades de la práctica	70%		
Hizo un aporte real al DESARROLLO CONCEPTUAL y realización del proyecto líder	70%		
Hay un VALOR AGREGADO que deja el (la) estudiante a través de su proyecto líder	60%		
4. EL IMPACTO DEL TRABAJO REALIZADO			
Contribuyó a mejorar los OBJETIVOS Y ORIENTACIONES del trabajo propuesto	60%		
Formuló ACTIVIDADES CONCRETAS de trabajo en procura de los objetivos planteados	70%		
Logró el MEJORAMIENTO DE LA GESTIÓN del área de prácticas y/o la Entidad	60%		

Blanco.					
DEFINICIÓN DE COMPETENCIAS	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	NUNCA	NO APLICA
1. Tiene disposición para trabajar por objetivos ajenos			X		
2. Tiene un trato amable y cordial con los demás	X				
3. Tiene facilidad para trabajar en colaboración con otros	X				
4. Reconoce y valora la opinión de otros	X				
5. Busca información suficiente para cumplir con los objetivos trazados		X			
6. Cuestiona y busca diferentes alternativas para lograr resultados			X		
7. Tiene facilidad para resolver retos de manera innovadora			X		
8. Logra hacerse entender por los demás	X				
9. Tiene claridad y fluidez en su expresión oral	X				
10. Se anticipa a situaciones futuras			X		
11. Desarrolla acciones considerando otras alternativas			X		
12. Tiene en cuenta los efectos que sus acciones tienen a largo plazo		X			
13. Identifica oportunidades de mejora para la entidad			X		
14. Lidera y sienta precedente en todas las tareas en las que se involucra			X		
15. Se pone al frente de su equipo de trabajo, obteniendo los resultados esperados.			X		
16. Tiene seguridad en sí mismo			X		
17. Toma decisiones con criterio propio			X		
18. Reconoce y valora sus capacidades y competencias		X			
19. Mantiene posturas claras en situaciones de controversia		X			
20. Maneja situaciones de tensión		X			
21. Conserva su capacidad de análisis en una situación de crisis		X			
22. Sabe argumentar y defender sus ideas frente a terceros		X			
23. Fomenta alianzas para lograr consensos		X			
24. Tiene la capacidad para acomodarse en situaciones y contextos sociales diferentes		X			
25. Organiza de manera clara sus ideas y sabe plasmarlas por escrito			X		
26. Reconoce y se le facilita identificar los aspectos más relevantes de una situación o problema		X			
27. Tiene capacidad para resolver un problema articulando diversos enfoques, conceptos, y explicaciones administrativas.		X			
COMENTARIOS Y/O RECOMENDACIONES FINALES SOBRE EL DESEMPEÑO Y/O RENDIMIENTO DEL ESTUDIANTE					
Francisco es un estudiante con alta capacidad de aporte a una organización; sin embargo, en su práctica no puso el 100% de sus habilidades para obtener los resultados o crear y idear programas innovadores que le permitieran marcar la diferencia. Francisco debe trabajar un poco más en su autoconfianza para asumir riesgos controlados y tomar de decisiones.					
El tiene unas excelentes relaciones interpersonales que le permiten lograr apoyo de otras áreas en sus actividades.					
 FIRMA DEL JEFE O RESPONSABLE DE PRÁCTICA			 FIRMA DEL ESTUDIANTE		
FECHA EVALUACIÓN FINAL DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL: 14/11/2014					

Anexo 7

Bogotá, 01 de diciembre de 2014

Yo, **Liliana Naranjo Meléndez** estoy al tanto de la entrega final del proyecto líder **ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y POSICIONAMIENTO PARA EL PROGRAMA DE PADRINAZGO DE LA FUNDACIÓN BELCORP COLOMBIA**, el cual está siendo elaborado por **FRANCISCO CARREÑO SÁNCHEZ** en el marco de su Práctica Empresarial en **BELCORP S.A.**

Firma del estudiante:



Firma del jefe:

