

Plan de Endomarketing para la empresa Laboratorios HELSA S.A.S
Informe Final Consultoría Empresarial

Giselle Vanessa López López
Neffer Iveth Tafur Cortes
Estudiantes

María Gloria González Molina
Director Del Proyecto

Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano
Facultad Sociedad, Cultura y Creatividad.
Escuela de Estudios en Psicología, Talento Humano y Sociedad
Programa Maestría en Gerencia del Talento Humano
Bogotá, marzo 2025



Tabla De Contenido

RESUMEN EJECUTIVO	5
INTRODUCCIÓN	7
FASE FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	8
Contexto Empresarial.....	8
Antecedentes de la Gestión del Talento Humano.....	9
Identificación del Problema	10
FASE PLANEACIÓN	11
Justificación	11
Objetivos del Proyecto	11
Alcance del Proyecto.....	13
Marco de Referencia.....	14
Metodología de la Consultoría	23
FASE IMPLEMENTACIÓN Y MONITOREO DE LAS ESTRATEGIAS	29
Desarrollo del Plan de Trabajo.....	29
Seguimiento Gerencial.....	31
Monitoreo: Matriz Marco Lógico.....	32
FASE CIERRE Y CONCLUSIONES	37
Productos Finales	38
Lecciones Aprendidas	39
Recomendaciones para la Gerencia	40
REFERENCIAS	44
Datos de Registro de Consultores del proyecto	48
ANEXOS	49



Lista De Tablas

Tabla 1. Alcance del proyecto.....	14
Tabla 2.Marco Normativo	22
Tabla 3.Matriz RACI.....	27
Tabla 4.Marco Lógico.....	32
Tabla 5.Descripción de Productos de la Consultoría.....	38



Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. Árbol de problemas	10
Ilustración 2.Árbol de objetivos	12
Ilustración 3. Estructura Organizacional	25
Ilustración 4. Plan de trabajo	29



Resumen Ejecutivo

Laboratorios Helsa S.A.S; empresa dedicada a la fabricación de productos cosméticos, enfrenta el desafío de fortalecer su cultura organizacional y mejorar el bienestar y compromiso de sus colaboradores como estrategia clave para alcanzar el éxito organizacional. Ante la necesidad, el proyecto de consultoría tuvo como objetivo diseñar una propuesta de Endomarketing que permita a la empresa consolidar un ambiente laboral motivador y sostenible. El alcance incluyó el análisis de la situación actual de la organización, diagnóstico inicial de la cadena de valor, la integración del Plan de Endomarketing, diseñando un plan de bienestar y la identificación de elementos clave como, protocolo de encuestas enfocado en satisfacción laboral, de objetivos alineados al plan de mejorar el tema del bienestar de los empleados, conllevando esto a aplicar las teorías del modelo para tener un Endomarketing fuerte y conciso para la compañía, diseñando así acciones concretas para fomentar la motivación, el sentido de pertenencia y el reconocimiento laboral.

La experiencia a través del aprendizaje muestra cual importante es estar comprometidos en la parte del liderazgo, teniendo siempre abierta una comunicación interna muy activa para llevar a cabo estas iniciativas desde el punto del Endomarketing. Para destacar como se logra alinear las diferentes formas de estrategia, las cuales fueron creadas a partir de las reales necesidades de los trabajadores y así mismo con la inclusión de herramientas que nos permitan de manera práctica mejorar y promover el bienestar dentro de las labores. También miramos como se pudieron identificar las necesidades de definir los indicadores para hacer una medición verificando el resultado de las estrategias, esto con el fin de perseverar la continua labor en cada acción y sugerencia para lograr los beneficios a largo plazo. Con este plan se adquirió las bases para que laboratorios Helsa, crezca dentro del mundo de los cosméticos y se garantice su permanencia como referente, en temas de hacer que sus empleados tengan sentido de pertenencia, siempre allá un compromiso realmente humano y haya esa sostenibilidad empresarial.

Palabras clave: Endomarketing, Bienestar laboral, compromiso organizacional, cultura organizacional, motivación.



Abstract

Helsa S.A.S Laboratories; company dedicated to the manufacturing of cosmetic products, faces the challenge of strengthening its organizational culture and improving the well-being and commitment of its collaborators as a key strategy to achieve organizational success. Given the need, the consulting project aimed to design an Endomarketing proposal that allows the company to consolidate a motivating and sustainable work environment. The scope included the analysis of the current situation of the organization, initial diagnosis of the value chain, the integration of the Endomarketing model, designing a well-being plan and the identification of key elements such as a survey protocol focused on job satisfaction, objectives aligned to the well-being plan and finally an Endomarketing model applied to Laboratorios Helsa .S.A.S, thus designing concrete actions to promote motivation, a sense of belonging and job recognition.

The lessons learned showed the importance of committed leadership and effective internal communication to successfully implement Endomarketing initiatives. Successes include the alignment of the strategies designed with the real needs of employees and the integration of practical tools that promote workplace well-being. On the other hand, among the opportunities for improvement, the need to establish more specific indicators to measure the impact of the strategies and to guarantee continuity in the proposed actions to maximize their long-term benefits were identified. This project not only allowed us to propose an innovative Endomarketing strategy focused on workplace well-being, but also to lay the foundations for Laboratorios Helsa S.A.S. to consolidate itself as a benchmark in the cosmetics industry in terms of human commitment, sense of belonging and organizational sustainability.

Keywords: Endomarketing, Workplace wellbeing, organizational commitment, organizational culture, motivation



Plan de Endomarketing para la empresa Laboratorios HELSA S.A.S

Introducción

Laboratorios Helsa S.A.S, es una empresa dedicada a la fabricación y venta de productos cosméticos, especialmente al cuidado de las manos y uñas, El presente proyecto formula una iniciativa de Endomarketing para la empresa Laboratorios Helsa S.A.S, resultado de un proceso de consultoría que permita fortalecer el compromiso, el sentido de pertenencia de su talento humano. A través de estrategias orientadas a fortalecer la motivación, y la conexión emocional de los colaboradores con la empresa, se busca consolidar una cultura organizacional sólida que impacte positivamente en el desempeño laboral y la competitividad de la organización por lo que, una vez analizado el panorama, se planteará esta propuesta de Endomarketing, que permitirá que las funciones y subfunciones sean las más adecuadas para los empleados, obteniendo información detallada y generando sentido de pertenencia en cuanto a la distribución y mejoramiento de los procesos de desempeño dentro de la organización.

Este proceso dirigido a la innovación nos lleva a colocar en la misma línea todos los objetivos tanto los corporativos como los individuales. Esto con la finalidad de crear un entorno laboral favorable, que aporte a la integración de los trabajadores, así mismo la sostenibilidad de la compañía.

Actualmente, donde se logren el bienestar y la satisfacción de los trabajadores llevara a que estos sean determinantes de un éxito para toda la organización. Es aquí, donde vemos con claridad la utilización y puesta en marcha del plan de Endomarketing, que lleva a mirar cómo es el contrato psicológico entre trabajadores y compañía.

Este plan de Endomarketing nos lleva a una proposición de adaptación a las necesidades y características de laboratorios Helsa S.A.S. porque se consolida como pilar fundamental, logrando un impacto directo en el desempeño y haciendo su contribución a la competitividad y sostenibilidad de la empresa.

De esta manera este proyecto generará estrategias que potencien la participación de los empleados, alineando sus objetivos personales con la misión y visión de la empresa. Esto permitiendo así, no solo mejorar el clima laboral, sino también establecer una cultura organizacional que valore y reconozca el aporte humano como la base del éxito corporativo.



Fase Formulación del Problema

Para dar inicio al proyecto, se identifica el problema de acuerdo con la línea de consultoría estratégica que se va a desarrollar, la cual consiste en identificar una estrategia de Endomarketing que favorezca el compromiso de los colaboradores mediante el fortalecimiento del bienestar en la empresa Laboratorios Helsa S.A.S

Contexto Empresarial

Laboratorios Helsa S.A.S., es una compañía original de Bogotá Colombia, con una filial en Cali, nació en el seno de una familia, fundada por colaboradores con una vasta experiencia en varias áreas del sector cosmético, que permitieron compactar las capacidades unitarias para formar Helsa. S.A.S. La compañía fabrica y comercializa productos cosméticos en especial para las manos. La actividad comercial más significativa de la empresa es el área de la cosmética, principalmente al cuidado de manos y uñas. Helsa ha dado prioridad para que se utilice los ingredientes seleccionados de forma cuidadosa para reflejar su gran compromiso con el medio ambiente y tener una producción ética.

Internamente, Laboratorios Helsa S.A.S, se caracteriza la búsqueda de hacer una estructura a nivel organizacional, donde los valores de familia y el bienestar de sus colaboradores sean unos de sus fuertes, El ideal de la empresa es robustecer la cultura organizacional llevada a comprometer a sus colaboradores y que tengan un sentido de pertenencia hacia la empresa, es por eso que esta consultoría está dirigida a un Endomarketing que este en línea para fortalecer la conexión emocional de los trabajadores y el propósito de la organización. La compañía Helsa S.A.S. labora en la industria cosmética, siendo esta un área de las más competitivas y dinámicas a nivel mundial. La empresa debe confrontar una disputa intensa con marcas de gran renombre a nivel internacional, pero ha sabido tener una ventaja competitiva por estar cerca al cliente, el carácter que ha dado a sus productos como la personalización de los productos y la sostenibilidad del enfoque dado por la compañía. El ambiente que lo rodea a Helsa está muy marcado por la influencia de factores sociales, tecnológicos y económicos. Los diferentes procesos de cambio en la economía mundial han afectado los costos de las materias primas, y la transformación a nivel digital conlleva a ser más innovador en los modelos productivos.





Laboratorios Helsa S.A.S. quiere estar bien posicionado como marca dentro de la competencia, y basa parte de ello, en la buena relación entre trabajadores y clientes, que sus productos obtengan reconocimiento y conllevar a ayudar en la sostenibilidad en la parte social. Siempre teniendo un enfoque cercano a sus clientes lógicamente basado en las tendencias del mercado.

Laboratorios Helsa SAS, que ha pasado de ser un pequeño emprendimiento familiar a una empresa con visión de crecimiento y expansión, de tamaño pyme, puede adaptarse al entorno competitivo mediante la innovación, la sostenibilidad y la conexión emocional con el cliente y sus colaboradores, siendo el Endomarketing un elemento clave y diferenciador para vivir una cultura de bienestar y éxito organizacional.

Antecedentes de la Gestión del Talento Humano

En laboratorios Helsa S.A.S, la gestión del Talento Humano se ha mantenido en un nivel básico y operativo, esto ha limitado el cumplimiento de los objetivos organizacionales; al no existir un área de talento humano restringe principalmente llevar a cabo procesos administrativos puntuales con el capital humano. La organización carece de metodologías estructuradas para evaluar las competencias y a su vez alinear los perfiles con las necesidades tangibles; de la misma forma hay una carencia de bienestar laboral, se han realizado varias acciones en cuanto a actividades esporádicas o comunicados internos, pero aquellas no forman parte de un Plan Estratégico, menos aún una estrategia de Endomarketing que sea planificada; con programas de reconocimiento, desarrollo profesional o fortalecimiento del clima organizacional que conlleva a bajar los niveles de insatisfacción de los colaboradores.

Se evidencia una desconexión entre el talento humano y los objetivos de Laboratorios Helsa S.A.S, ya que los trabajadores no saben cómo su trabajo contribuye a las metas corporativas, lo que afecta el sentido de pertenencia y compromiso humano.

Al analizar el panorama que presenta la compañía se hace necesario trabajar en el bienestar de los colaboradores, mediante el diseño de un plan de Endomarketing que permita mejorar los procesos relacionados con el tema, fortaleciendo la cultura organizacional, en donde los colaboradores se integren, vivan los valores, se comprometan con la visión y a su vez se sientan embajadores de la marca empleadora.



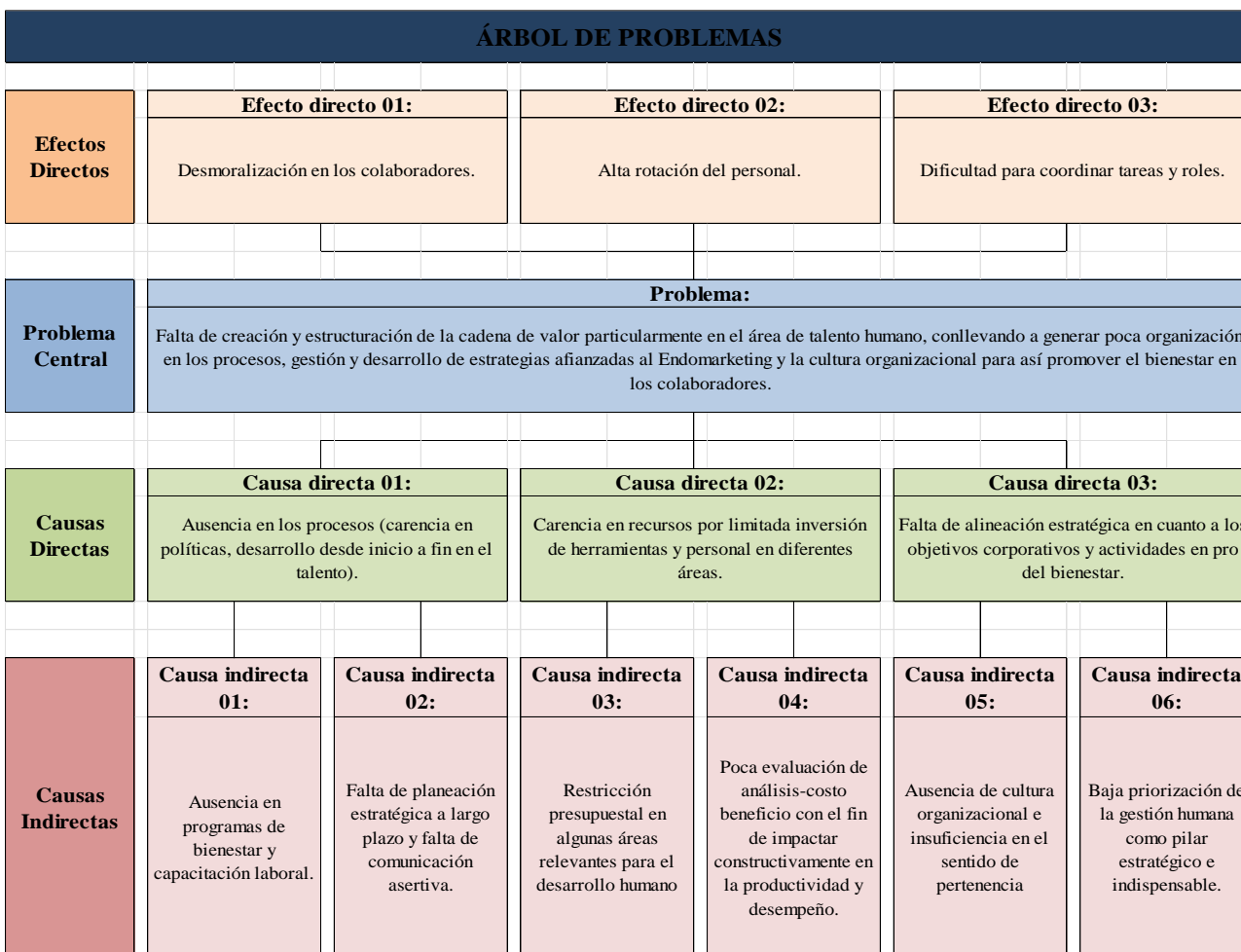
Identificación del Problema

Después de identificar todas las oportunidades de intervención en la organización se materializa el único problema central que va a ser intervenido por medio de la consultoría a través del árbol de problemas (Tabla 1). Éste organiza la información usando un modelo de relaciones causales que adopta la forma de árbol, sintetizando las principales variables que intervienen en la situación problemática. (DNP, 2016).

Por lo anterior, se plantea como pregunta problema ¿Cómo puede Laboratorios Helsa S.A.S. generar una propuesta de Endomarketing enfocada en el bienestar, el compromiso humano y sentido de pertenencia para el éxito organizacional?

Esta pregunta busca explorar cómo el Endomarketing puede integrarse en la nueva área de Talento Humano impactando positivamente en sus colaboradores y así lograr la meta planteada.

Ilustración 1. Árbol de problemas



Nota: Construcción propia, (2025).



Fase Planeación

Cuando se logra obtener la identificación de los problemas o del problema ayuda a darle un orden a los objetivos, mirar el alcance del proyecto, realizando un proceso que conlleve a cumplir con la idea total de la consultoría.

Justificación

De acuerdo con el árbol de problemas en Laboratorios Helsa S.A.S, se identifica ausencia en la estructura de la cadena de valor del área de talento humano, generando una serie de efectos negativos que a su vez impactan de manera directa a la organización, llevan a la desmoralización de los colaboradores, la alta rotación de personal, dificultad de coordinación de roles llevando a un deterioro en el clima organizacional.

Por lo anterior, se evidencia la ausencia de procesos claros y políticas definidas para la gestión de talento humano de manera integral, en segundo lugar, se evidencian carencias en herramientas y recursos para el desarrollo del personal; por último, desalineación entre los objetivos corporativos y las acciones concretas que promueven el bienestar laboral. Se evidencia desconexión entre la estrategia de la organización y las necesidades de los colaboradores. La falta de planeación estratégica con restricciones presupuestales, también impactan la productividad, la comunicación interna y, por lo tanto, la cultura.

De acuerdo con esta problemática se busca implementar un plan de Endomarketing que mitigue y solucionen integralmente las problemáticas que abordan las causas directas e indirectas encontradas en la empresa Laboratorios Helsa S.A.S y así fortalecer el compromiso con la misión y visión de la empresa, impactando positivamente en la competitividad.

Objetivos del Proyecto

El propósito general de la consultoría es, reconocer las diferentes dificultades que se pueden presentar en la organización y a su vez observar y determinar la situación vivida en la actualidad para así poder ser planteada en el proyecto. Esto se ejecuta mediante la intervención del árbol de problemas.



Objetivo General

Proponer un plan de Endomarketing para la empresa Laboratorios Helsa S.A.S, resultado de un proceso de consultoría que permita fortalecer el compromiso y el sentido de pertenencia de su talento humano.

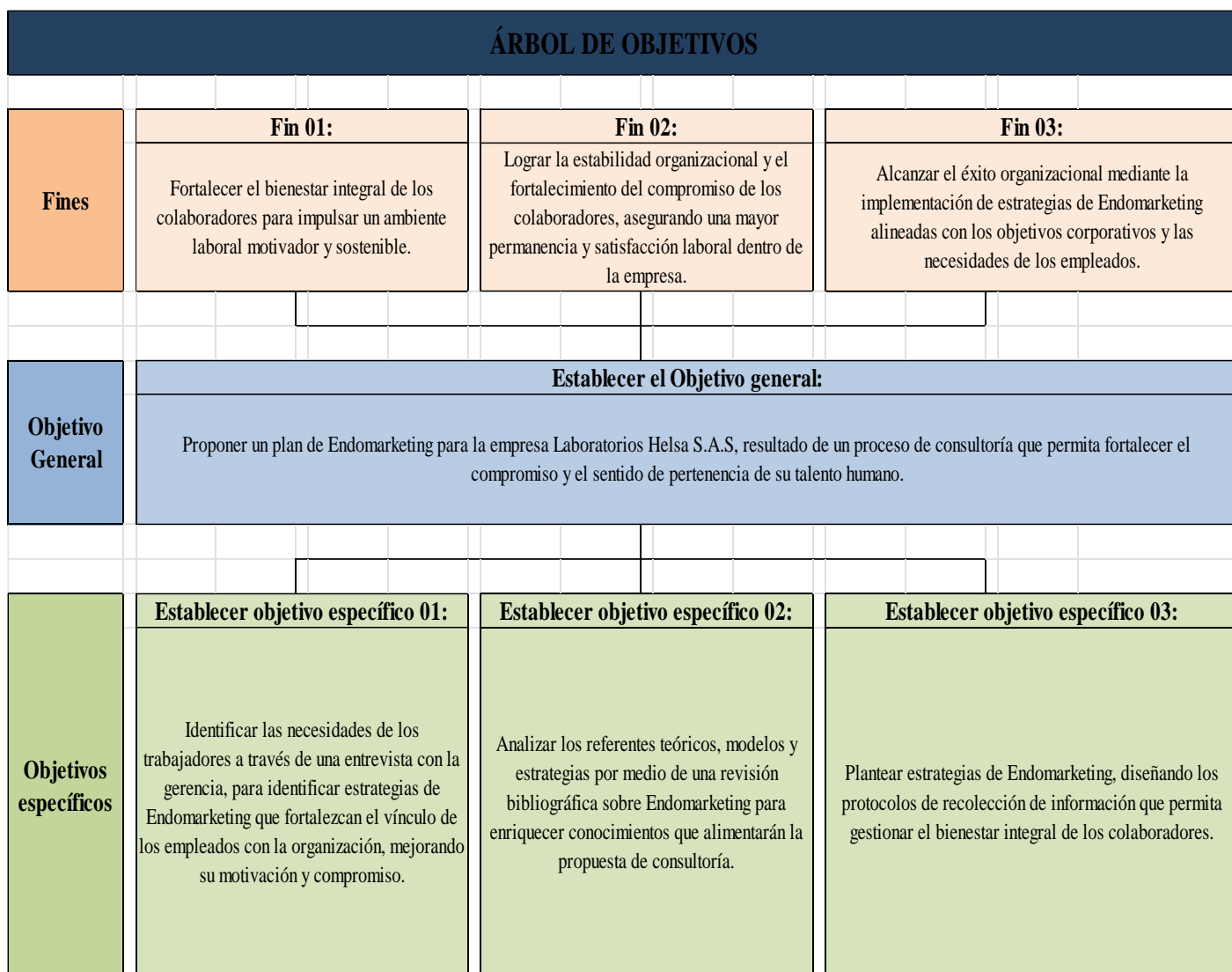
Objetivos Específicos

1. Identificar las necesidades de los trabajadores a través de una entrevista con la gerencia, para identificar estrategias de Endomarketing que fortalezcan el vínculo de los empleados con la organización, mejorando su motivación y compromiso.
2. Analizar los referentes teóricos, modelos y estrategias por medio de una revisión bibliográfica sobre Endomarketing para enriquecer conocimientos que alimentarán la propuesta de consultoría.
3. Plantear estrategias de Endomarketing, diseñando los protocolos de recolección de información que permita gestionar el bienestar integral de los colaboradores.

Para lograr lo anterior, se diseñó un árbol de objetivos que permiten identificar el punto de partida e implementar las estrategias desde el Endomarketing que aporte en los colaboradores el sentido de pertenencia, el compromiso humano y la apropiación de la visión del laboratorio HELSA, como se observa en la ilustración 2.



Ilustración 2. Árbol de objetivos



Nota: Construcción propia, (2025).

Alcance del Proyecto

En esta sección se muestra el ámbito del proyecto, al identificar las tareas y los resultados esperados, así como los productos que se realizarán en el desarrollo del modelo de consultoría. Cada tarea representa un compromiso a cumplir y se relaciona directamente con uno o más productos entregables como prueba de su realización.

Tabla 1. Alcance del proyecto

Alcance del Proyecto			
No.	Actividad / Compromiso	ID.	Producto / Entregable
1	Análisis de la situación de la empresa	A	Matriz DOFA
2	Diagnóstico de la cadena de valor	B	Informe de la cadena de valor de la empresa y del Talento Humano
3	Trabajo de campo	C	Modelo de encuestas a utilizar
4	Plan de Endomarketing orientado al bienestar laboral	D	Estrategia de Endomarketing
E		Propuesta plan de Endomarketing	
F		Propuesta plan de bienestar laboral alineado al Endomarketing	
5	Identificación de elementos clave	G	Protocolo encuestas de satisfacción
H		Protocolo de objetivos estratégicos alineados al plan de Endomarketing enfocado en bienestar laboral	
6	Divulgar los productos de la consultoría para fortalecer la capacidad institucional	I	Memorias de la sesión de divulgación
J		Lista de asistencia de la sesión de divulgación	
7	Seguimiento gerencial	K	Acta de seguimiento gerencial No.1
L		Acta de seguimiento gerencial No.2	

Nota: Construcción propia, (2025).

Marco de Referencia

Con la finalidad de ampliar de manera más concisa el problema y los elementos relevantes a intervenir previo a la consultoría, se dan a conocer los principales conceptos, variables y modelos apoyados en teorías que amparan la actual propuesta.

Marco Teórico

La comunicación interna vista en palabras grandes como el Endomarketing es clave porque promueve los objetivos organizacionales sujeto a las necesidades y expectativas de los colaboradores con el fin de movilizar la motivación, bienestar laboral y a su vez proyectar una red de apoyo que centraliza el bienestar como eje central para el éxito organizacional. No obstante Calderón Delgado (2022) dice que, “El Endomarketing es analizado como un modelo que enfoca la retención de sus trabajadores y hacer crecer el sentido de pertenencia, ya que deduce que entre más alto sea el respaldo de la organización su productividad será mejor”. (Ramos Flores et al., 2022).

De acuerdo con su fin comercial Laboratorios Helsa S.A.S, es una compañía que se dedica a la producción de productos cosméticos, su comunicación a nivel interno da valor al ser una herramienta fundamental para fortalecer entre los trabajadores y la empresa, fomentando un ambiente de compromiso y sentido de pertenencia. (Tafur, 2024).

Con base a las teorías relacionadas se escogieron las siguientes:

Pirámide de Maslow

Este modelo jerárquico de necesidades humanas propone como organización, factores que movilizan y motivan a los colaboradores en su ámbito organizacional, y a su vez visibiliza las necesidades fisiológicas, de estabilidad y seguridad, a nivel relacional, de estima y de autorrealización que favorecen la satisfacción y el desempeño de sus colaboradores, en este mismo sentido se logra enfocar con los objetivos de Endomarketing al priorizar necesidades de sus colaboradores y a su vez promover compromiso con la organización(Gómez, 2023).

Modelo de las 7S DE McKinsey

El modelo actual es aquel que analiza diversos factores clave como lo son estrategia, esquema, dirección, trabajadores, capacidades, principios colectivos, elementos de la cultura organizacional (sistema). Aquellos que garantizan la efectividad y productividad en el entorno laboral y a si mismo integran las estrategias del Plan de Endomarketing llevadas a un contexto que motive siendo inclusivo entre la coherencia y adherencia entre las políticas que promueven el bienestar y la retención del talento humano (Asanza, 2022). La coherencia entre estos factores facilita la implementación de políticas que promuevan el bienestar y la

retención del talento.

Modelo PERMA de Seligman (2012)

Este modelo evidencia cinco factores que son importantes como lo son emociones positivas obligación, vínculos, implicación y triunfos; si bien son relevantes porque conllevan a medir y mejorar el bienestar integral de los colaboradores en Laboratorios Helsa, permitiendo adentrarse en medir el desempeño y la cultura organizacional para poder mejorar el bienestar, ofreciendo unos indicadores pertinentes para evaluar el impacto de las estrategias del Endomarketing.

Dentro de las metodologías y modelos relacionados se encuentran los siguientes:

Cadena de valor de Michael Porter

La cadena de valor es un modelo que permite identificar actividades que son clave para darle valor a la organización, en este caso para Laboratorios Helsa S.A.S, se hace una adaptación al área de talento humano integrando las actividades que promueven el bienestar que son como: bienestar, capacitación, desarrollo profesional y con aquellas actividades primarias que son las necesarias a nivel de estructura como atención al cliente, producción eficaz., esta es la encargada de corroborar que todos los procesos favorezcan la ventaja competitiva (Martínez, 2024).

Propuesta de Cadena de valor de Laboratorios Helsa S.A.S

Laboratorios Helsa S.A.S, es una organización que en la actualidad está dedicada a la fabricación y venta de productos cosméticos, la cual está enfocada al cuidado de las manos y uñas. la propuesta de cadena de valor se encuentra alineada con estrategias que van encaminadas al bienestar organizacional y al Endomarketing puesto se presenta como una herramienta fundamental para complementar los objetivos organizacionales; en la actualidad la cadena de valor de talento humano representa una fuente de ventaja competitiva que a su vez llevara a la empresa al éxito organizacional logrando captar colaboradores con sentido de pertenencia y amor hacia la organización.

De acuerdo a la cadena de valor de Michael Porter (citado en Riquelme, 2020), se creó una propuesta de modelo que permite ahondar, examinar y potenciar los procesos y actividades a nivel interno de una organización que le dan valor tanto al servicio como al



producto que se está brindando; Consecutivo a lo anterior se pensó en una propuesta de cadena de valor a futuro para la empresa, esa que involucra aspectos enfocados al bienestar y compromiso humano para promover el compromiso y el sentido de pertenencia laboral.

Bajo la propuesta de la cadena de valor de Michael Porter se escocieron tantas actividades primarias y de apoyo que dan relevancia a los procesos internos y externos de laboratorios Elsa S.A.S, sin embargo, la propuesta se pensó en la proyección y la conjugación entre la mezcla de las dos actividades.

Las actividades primarias que se determinaron fueron:

La infraestructura incluye la empresa bajo su planificación, finanzas y control mediante una infraestructura física solida permitiendo que las siguientes actividades marchen bajo su normalidad, de segunda se encuentra la gestión de talento humano, ya que es la encargada de favorecer los procesos internos de la empresa mediante la atracción, desarrollo y retención aquella que es crucial para ejecutar los procesos dentro de la empresa y tener colaboradores capacitados para el control de las actividades primaria y secundarias, la tercera es la atención al cliente que es fundamental para la satisfacción del cliente interno y externo diferenciando la empresa como competidora. También encontramos la producción es el corazón de la cadena de valor, pues es aquella que se refiere a la transformación de insumos en productos finales y a su vez en una producción que se puede reducir en costos aumentando su calidad y la satisfacción en el cliente. Dentro de las actividades primarias la última y también fundamental es la mercadotecnia aquella que impacta con su demanda y posicionamiento del producto en el mercado de una manera efectiva bajo la estrategia de marketing.

Las actividades de apoyo que se determinaron fueron:

De acuerdo con las actividades de apoyo la primera actividad es la de desarrollo tecnológico, ya que esta actividad está centrada en la innovación y mejora de procesos mediante la implementación de sistemas tecnológicos optimizando la producción y gestión empresarial. La segunda actividad es la de adquisiciones aquella que se refiere a la obtención de bienes y servicios necesarios que garantizan la calidad y reducción de costos de la organización, la tercera es la logística interna aquella que tener consigo la gestión de recursos y materiales en búsqueda de mejora de la planificación y control y entrega del producto y la



última es la distribución aquella que se implementa bajo una estrategia de distribución oportuna y satisfactoria.

Entre los beneficios encontrados al crear la propuesta de cadena de valor para la organización se encuentra:

- **Mejora en la gestión:** Formalización del área de recursos humanos y enfoque de bienestar.
- **Incremento de productividad:** Colaboradores con mayor satisfacción y compromiso hacia con el desempeño laboral.
- **Alineación con los objetivos:** fijar las reglas que apoyen las actividades de forma primaria en una forma efectiva y proactiva.
- **Sostenibilidad:** integrar prácticas que favorezcan la marca y la posicionen en el mercado.
- **Interna:** a través de tecnologías que faciliten la eficiencia de resultados y su gestión.
- **Monitorear resultados de indicadores:** Mirar los niveles que se logren en la satisfacción laboral, productividad y en la retención del talento.

La implementación de la propuesta permite optimizar los procesos a nivel interno de la misma pero adicional consolida la cultura organizacional enfocándola a su bienestar y compromiso con sus colaboradores

Entre otros modelos de cadenas de valor tomados en cuenta para el proceso de la consultoría se encontraron.

Modelo de Chiavenato

Chiavenato presenta este modelo mediante sistemas de subsistemas que incluyen la planeación, selección, desarrollo y evaluación del desempeño que permite optimizar los procesos de gestión humana alineando los objetivos estratégicos evidenciando la importancia del bienestar como un eje central en la ejecución y proceso de talento humano (Mendoza y Villafuerte, 2021).

Modelo de la Gestión humana de Ulrich

El modelo de Ulrich caracteriza 4 roles como lo son: socio estratégico, agente de cambio, experto administrativo y defensor de empleados; bajo la condición de este modelo en el área de talento humano se evidencia que al establecer una estructura sólida y orientada a

los resultados se podría enfocar su desarrollo al capital humano reforzando la retención y el crecimiento personal y profesional de la organización (Guzmán y Mosquera, 2021).

De acuerdo con lo anterior y ajustado a la necesidad de la consultoría, y determinando así la necesidad de enfocar el Endomarketing al bienestar y compromiso humano para así llegar al éxito organizacional y su aplicabilidad en Laboratorios Helsa S.A.S y diseñar las estrategias de Endomarketing, para fundamentar la propuesta se empleó una conjugación de elementos relevantes para llevar a cabo los objetivos. Según Asanza (2022), basado en el modelo de cadena de valor de las 7S DE MCKINSEY y a su vez citando a (Licfaerrani, 2023), (Spirit, 2023) desde la cultura autores como Edgar Shein y Richar Baret y también citando a (Vásquez, 2023), (Castro, 2024) abordando el Modelo Berry y Modelo PERMA, las estrategias están encaminada a promover entornos más dinámicos y como tal que conllevan a promover el Endomarketing centrada en el bienestar y compromiso humano para fomentar el éxito organizacional y la productividad que conduce a un desarrollo de una cultura organizacional, estrategias de comunicación interna asertiva para el éxito organizacional bajo un plan de bienestar centrado en retención, preparación, desarrollo y reconocimiento y medición del impacto; esto con el fin de implementar y ajustar artefactos necesarios, que estén alineados a los valores empresariales y las necesidades de los colaboradores pues bien cuando hay apoyo, se evidencia flexibilidad laboral, fortalecimiento de valores organizacionales enfocados al bienestar, apoyo emocional, igualdad, transparencia en los procesos y clarificación del feedback continuo, aquel que es indispensable para una cultura positiva y expansiva. Mientras se va trabajando en pro de ello también inculcar bienestar desde el enriquecimiento y conocimiento laboral que contribuye emocional y socialmente a la formación y el liderazgo de los colaboradores. Es relevante que dentro de estas estrategias se vea la necesidad de implementar métricas para evaluar el impacto de los planes de bienestar para mejorar la satisfacción del sujeto inmerso en la organización y medirlo a partir de las métricas bajo el modelo PERMA.

De acuerdo con lo anterior y determinando así la necesidad de enfocar el Endomarketing al bienestar y compromiso humano para así llegar al éxito organizacional y su aplicabilidad en Laboratorios Helsa S.A.S se el diseño de las estrategias de Endomarketing se fundamentará de la siguiente manera.

Capacitación y desarrollo: promover mediante programas un aprendizaje continuo que apoye y promueva el crecimiento profesional, aquellos que serán basados en modelos



anteriores como las 7s de McKinsey, Chiavenato y PERMA, puesto que estos programas no solo mejoraran las competencias técnicas, sino aquellas que son directas al propósito personal.

Comunicación interna efectiva: Se adecuará desde el modelo de Berry, principalmente la transparencia y retroalimentación continua, usando canales que tengan un efecto en un flujo bidireccional entre la gerencia y los trabajadores para una mejor comunicación.

Promoción de bienestar: Va a ser integrado bajo el modelo PERMA, aquel que movilizara iniciativas propias y fomentará la satisfacción a nivel laboral, en esta se podrán llevar a cabo actividades como bienestar emocional, proyectos y programas de reconocimiento que contribuyan a un buen ambiente y clima laboral.

Retención de talento humano: en correlación al modelo Ulrich, Barrett y Shein se fortalecerá la conexión emocional de los empleados con su organización promoviendo la cultura organizacional y a su vez logrando un despliegue estratégico de procesos alineados al bienestar, incluyendo incentivos no monetarios, sino oportunidades de desarrollo y un entorno inclusivo y asertivo.

De acuerdo con lo anterior, el Endomarketing está definido como un conjunto de estrategias que están orientadas a sus colaboradores que son el eje central, este juega un papel crucial en Laboratorios Helsa S.A.S, ya que según Berry (1981) y Ramos Flores et al. (2022), el Endomarketing no solo se fija en la comunicación interna sino también en determinar que los trabajadores se sientan satisfechos y a su vez se alineen con los objetivos de la organización.

Endomarketing permite hacer programas de motivación y reconocimiento, establecer canales de comunicación interna efectivos y asertivos fomentando la transparencia y compromiso, lo cual tiene un impacto muy grande en el bienestar, porque mueve los indicadores que también se conectan con el modelo PERMA; esto fortalece el trabajo en equipo y sentido de pertenencia evitando la reducción de rotación laboral, aumenta la productividad laboral, piensa en la inclusión y mejora los procesos, calidad del servicio y producción; todo esto se ejecuta a través de programas de bienestar e integración pensado en la retención y el valor que tiene el colaborador (Berry, citado en Mejía & Sánchez, 2021).

De este modo, el presente marco teórico respalda las estrategias visibles del Endomarketing, orientadas al bienestar, que se proyecta hacia la propuesta para Laboratorios Helsa S.A.S y que a su vez estas acciones permitirán consolidar un compromiso para mejorar

favorecer la cultura organizacional y su comunicación interna consolidando el éxito empresarial. Al tener la presente organización buenas prácticas y herramientas podría posicionarse en la industria cosmética como un referente que está basado en el bienestar y sostenibilidad.

De acuerdo con, Vásquez Núñez (2023) señala que “El Endomarketing, también conocido como marketing interno, es un plan valioso en la gestión organizacional”. Teniendo en cuenta a, Calderón Delgado (2022), por su parte, lo define como “el conjunto de esfuerzos y actividades que una organización implementa de manera estratégica para retener al personal y generar en ellos un sentido de compromiso y pertenencia hacia la misma”.

Otro punto es, que a partir de las deducciones generadas del estudio de Carvajal Zambrano y Muñoz Murillo (2023), junto con las de Serafim et al. (2024), se resalta que “hay conexión bastante alta entre el Endomarketing y la satisfacción laboral”; esto subraya la necesidad de que las organizaciones sean conscientes de la relevancia de esta herramienta. En este sentido, Ramos Flores et al. (2022) afirman que el Endomarketing da una mejoría en satisfacción de los trabajadores, sino que también desarrolla el compromiso organizacional.

Además, al investigar sobre la motivación, el entorno laboral, la comunicación interna y las oportunidades de crecimiento en el marco del Endomarketing, es posible profundizar en el tema del bienestar laboral. En consecuencia, Fernandes et al. (2023), señalan que esta tendencia tiene tres objetivos claros: mejorar la motivación, brindar satisfacción al cliente interno y alinear a los colaboradores con la estrategia corporativa. Asimismo, como indica Pico Sandoval (2023), el Endomarketing es una tendencia de gestión actual cuya importancia radica en ser un mecanismo eficaz para promover la atracción y retención de talento dentro de las organizaciones.

Finalmente, Regalado et al. (2011) afirman que "el Endomarketing es el conjunto de modelos estratégicos y procesos del marketing que se plantean y desarrollan internamente en las empresas, con el fin de darle a los trabajadores un incentivo, o también llamados clientes internos, colocando un estándar alto en la atención al cliente externo, contribuyendo en valorar la empresa. A través de esta motivación se debe lograr mejoras para los trabajadores, una lealtad suprema, mejora en el clima organizacional compromiso en el puente compañía-empleado".

Marco Normativo

A través de la siguiente tabla se expresará la normatividad en relación con el proyecto de consultoría expuesto.



Tabla 2.Marco Normativo

NORMA	OBJETIVO
ISO 30400, Gestión de recursos humanos – Terminología	- Promueve una comprensión general en términos de normas de gestión de recursos humanos.
ISO 30408, Gestión de recursos humanos – Gobernabilidad	- Demarca instrucciones sobre forma de gobernar en el aspecto humano, como son las normas para hacer un modelo de gobierno humano altamente eficaz, que pueda responder a las necesidades que se presenten con mayor eficacia en la compañía. y funcionar de forma que promueva la colaboración entre las partes interesadas previniendo y gestionando los riesgos de RH con el fin de desarrollar una cultura alineada a sus objetivos.
Código Sustantivo del Trabajo (Artículos 57 y 58)	- Normalizar derechos, deberes y obligaciones de los trabajadores siempre con la garantía de estar con condiciones justas
Código Sustantivo del Trabajo (CST)	- Ordena las disposiciones entre las relaciones laborales y leyes que se aplican al proceso de gestión del talento humano. La ley N° 50 de 1990 modificó este código, eliminando las restricciones en materia de contratación laboral permitiendo una mayor flexibilidad en el régimen de trabajo.
Ley 1010 de 2006 <i>Previene, corrige y sanciona acoso laboral</i>	- Por medio de esta ley se adoptan medidas para garantizar ambientes saludables entorno al bienestar en el entorno laboral.
Ley 1562 de 2012 – <i>Modificación del Sistema General de Riesgos Laborales:</i>	- La presente norma promueve la salud y seguridad en el trabajo
Ley 1857 de 2017 <i>Fortalecimiento de los lazos familiares de los trabajadores:</i>	- La presente norma fomenta el equilibrio entre la vida laboral y personal.
Resolución 0312 de 2019 <i>Por la cual se definen los estándares mínimos del Sistema de Gestión de</i>	- Este reglamento establece los requisitos para la gestión de riesgos y promoción de salud a nivel laboral

Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST):

- La presente norma impulsa a que las organizaciones adopten prácticas éticas y sostenibles en beneficio de sus empleados.

**Ley 222 de 1995
Responsabilidad social corporativa:**

- Por esta se hace un reconocimiento en dinero a las vacaciones de los empleados tanto del sector privado como del sector público en todos sus niveles.

Ley 995 de 2005

- Con la tarea de tener niveles altos de satisfacción, eficiencia, en el desempeño de los empleados ayudando con esto a un alto grado de logro en los resultados a nivel empresarial, se deben implementar programas de incentivos y bienestar teniendo en cuenta las leyes y normas vigentes y desarrollen en la presente ley.

**Ley 909 de 2004,
parágrafo del artículo 36.**

- Hacer un sistema basado en estímulos, este estará conformado por un grupo relacionado y con coherencia de políticas, disposiciones legales, entidades, planes y programas de bienestar y de incentivación que entre sí se unen con el único propósito de tener niveles altos de satisfacción, desarrollo, eficiencia y bienestar de los trabajadores del Estado, en el proceso de su labor y por medio de esta en contribuir al efectivo cumplimiento de los resultados de la compañía.

Decreto Ley 1567 de 1998, título II, sistema de estímulos para los empleados del Estado

- Establece sistema de estímulos para los colaboradores, teniendo como objetivo elevar niveles de eficiencia, satisfacción, desarrollo y bienestar mediante programas de bienestar, programa de incentivos, para el diseño y ejecución en las organizaciones.

Nota: Construcción propia, con base en normatividad asociada, 2025.

Metodología de la Consultoría

La ejecución y progreso de la consultoría se ha llevado a cabo valiéndose a través de la adopción y conjugación de metodologías del marco lógico y (PMBOK) Project Management Body of Knowledge.

Con base a esto se ajusta el PMBOK con la intención de instaurar un diseño general del proyecto; también se reúnen tres aspectos del marco lógico para su implementación: el análisis de problemas, la definición de objetivos y el uso de la Matriz Marco Lógico.

Inicialmente, la metodología PMBOK los procesos interrelacionados con el PMBOK agrupan procesos vinculados en cinco categorías: inicio, planificación, ejecución,

monitoreo/supervisión y cierre. Cada uno de los procesos se encarga de áreas que son claves para la gestión de proyectos, como el tiempo, costos, gestión del alcance, comunicaciones, adquisiciones, riesgos y recursos humanos; esta metodología invita a ejecutar una gestión de proyectos que ayuda a los diversos equipos a centrarse en sus objetivos, siendo organizados y logrando el éxito de la ejecución de los proyectos (PMI, 2021).

Por otra parte, la metodología del marco lógico se utiliza para hacer el proceso de construcción de una matriz de planificación que integra objetivos, resultados, actividades, medios de verificación y supuestos; esta metodología permite planificar, monitorear y evaluar programas y proyectos. La identificación de causa y efecto entre los elementos del proyecto y los indicadores miden el progreso y el logro de resultados. En la presente consultoría se efectúan tres aspectos relevantes del marco lógico para su ejecución; estos son el árbol de objetivos, el árbol de problemas y la matriz del marco lógico; En si los instrumentos son herramientas que reflejan el impacto condicionado por los datos disponibles y el enfoque de análisis durante una etapa en particular específica (CEPAL, 2005).

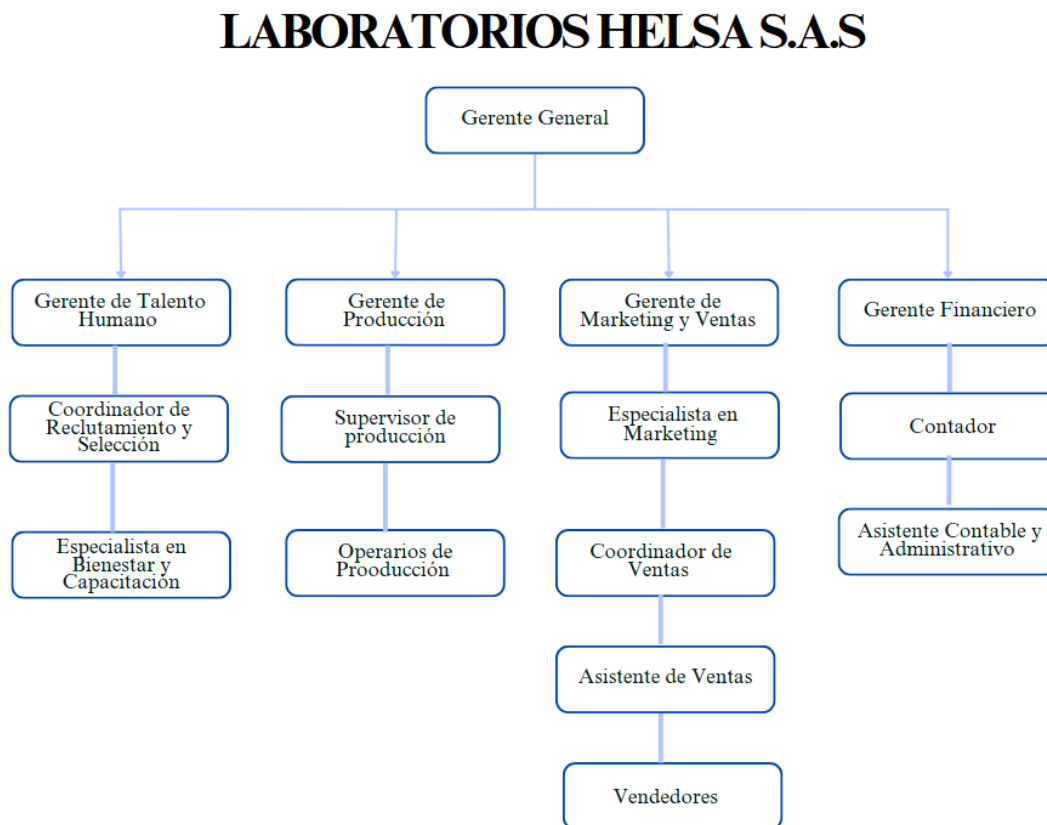
Población

El desarrollo e integración de la comunidad a la que se destina la obra inicia con el análisis empresarial. Este se lleva a cabo mediante un análisis de la organización interna existente en Laboratorios Helsa S.A.S., la cual presenta la siguiente estructura organizacional.

El siguiente grupo de estudio se basa en el área de talento humano como lineamiento fundamental de la empresa. Se presenta la estructura organizacional correspondiente para Laboratorios Helsa S.A.S, diseño que refleja la estructura jerárquica y funcional, haciendo énfasis en el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la empresa.



Ilustración 3. Estructura Organizacional



Propuesta de organigrama. Elaboración propia. Fuente: López G, Tafur N, (2025).

La estructura organizacional de Laboratorios Helsa S.A.S, presenta una estructura jerárquica funcional, la cual se encuentra dividida en cinco áreas principales. Dirección general, Gerencia del Talento Humano, Gerencia de producción, Gerencia de Marketing y ventas, y Gerencia Financiera.

Nivel directivo (Dirección General y gerencias), el nivel de coordinación (coordinadores y especialistas) y el nivel operativo (operarios de producción, asistentes y vendedores).

De esta manera se puede mostrar una clara distribución de responsabilidades, pero evidenciando la carga compartida entre las gerencias con un cuello de botella donde la ausencia de áreas específicas que puedan optimizar ciertas funciones, lo que destaca la necesidad de fortalecer el plan de bienestar mediante estrategias de Endomarketing

fundamentadas en teorías como las de Edgar Shein, Richard Barrett, Rafiq y Ahmed, Berry y el modelo PERMA.

Por consiguiente, la población intervenida será impactada a nivel de toda la organización, el plan de mejora en bienestar y Endomarketing la cual se proyecta aproximadamente de 15 a 20 colaboradores, pero se realizará un énfasis especial en las áreas operativas y administrativas donde es mayor la necesidad de reconocimiento y estrategias de bienestar compactada facilitando un alcance total, lo cual permitirá hacer crecer aún más esa estructura deseada por la empresa y permitiendo así la implementación efectiva de estrategias basadas en los objetivos organizacionales.

Stakeholders

En este contexto si queremos que la consultoría de frutos, debemos tener claro la identidad de los trabajadores comprometidos, conllevando al avance del proyecto. Reconocer a los Stakeholders, no solo es un tema administrativo, es una acción muy importante en la que se debe identificar a todas las personas que se verán afectadas por el proyecto ya sea directa o indirectamente, acumulando información acerca de qué nivel de participación, impacto en el éxito y sus intereses. En esta instancia se usa una herramienta fundamental como la matriz RACI. Con esta, se puede recopilar, clasificar, analizar y jerarquizar, de forma metódica, toda la información que tenga que ver con quienes están involucrados o interesados en el proyecto. Al utilizar la matriz RACI, se define en forma clara qué papel desempeñará cada Stakeholder, lo que, sin duda, contribuye a fomentar su compromiso y el camino hacia el éxito del proyecto.

La "Tabla 2 RACI" es una especie de mapa que desglosa las responsabilidades, las autoridades, los consultores y quienes son informados en una variedad de actividades dentro de la empresa. Para Helsa, por ejemplo, se desglosa el análisis de la situación actual, el diagnóstico inicial de la cadena de valor, el trabajo de campo, el Plan de Endomarketing dirigido al bienestar, la identificación de elementos clave que son fundamentales para el éxito y por último es conveniente anotar que las Divulgaciones junto con sus listas de asistencia y seguimientos gerenciales, harán que este plan sea mejor informado.

Cada actividad refrentada en el cuadro propuesta para Laboratorios Helsa S.A.S, tiene un equipo asignado que se hace cargo, alguien con autoridad que supervisa, consultores que aportan sus valiosas perspectivas y aquellas personas que reciben información sobre cómo va el progreso. Esta tabla no es solo un documento, es una herramienta vital que aclara las funciones y responsabilidades de todos los interesados en diferentes procesos empresariales. En ese orden de ideas nos garantiza que la comunicación sea fluida y que las tareas se ejecuten

de una manera eficaz y retrasos. ¡Todo un engranaje que permite que la compañía funcione sin problemas!

Tabla 3. Matriz RACI

RACI				
Actividad	Responsable	Autoridad	Consultar	Informar
Análisis de la situación actual de la empresa	Equipo consultor y (Dirección General)	Gerente de Talento humano, Gerente financiero, G. de producción, G. de Marketing y Ventas	Supervisores De producción	
Diagnóstico de la cadena de valor	Equipo Consultor y (Dirección General)	G. de producción	Supervisores de producción	Gerente de marketing y Ventas, G. Financiero, G. de Talento Humano
Trabajo de campo	Equipo Consultor		Gerente de Talento humano	
Plan de Endomarketing orientado al bienestar laboral	Equipo consultor y Gerente de Talento Humano	Dirección General		Supervisores
Identificación de elementos clave	Equipo Consultor Dirección General	Alta Dirección Gerentes de área	Supervisores de producción	
Divulgar los productos de la consultoría para fortalecer la capacidad institucional	Equipo Consultor y (Dirección General)	Dirección General		Dirección General
Seguimiento gerencial	Equipo Consultor y (Dirección General)	Dirección General		Dirección General

Nota: Construcción propia, (2025).



Plan de Trabajo

Las siguientes son las tareas que se realizarán en el proyecto de consultoría, cercano con el cronograma esperado de ejecución durante la fase de promulgación.

Seguidamente se ve un plan de trabajo en forma detallada basado en la entrega del modelo de consultoría, en cinco etapas importantes: Gestión contractual y administrativa, identificación de problemas, organización, implementación y evaluación y finalización. Siete meses será lo que se determina en tiempo para el logro de este cronograma, puntualizando las tareas y los tiempos de la implementación de cada una, dando un análisis efectivo y un proceso administrativo en coordinación. El objetivo más importante es dar a conocer un Plan de Endomarketing, uniendo los procesos más apropiados al objetivo debido al sentido de pertenencia y el compromiso de los trabajadores identificando los ítems principales que serán el motor para hacer una presentación de una excelente propuesta, que nos llevará a concluir que la compañía permita deducir claramente que cuando haya satisfacción en los clientes internos se verá reflejado en los clientes externos y su lealtad a la marca., crecerá para bien de la misma y permitirá conocerla entre varias a nivel mundial. Por lo mismo se debe tener un proceso de mejoramiento internamente y así lograr los resultados en línea con los objetivos estratégicos del proyecto.



Ilustración 4. Plan de trabajo

PLAN DE TRABAJO		Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5				Mes 6				Mes 7							
		Semanas				Semanas				Semanas				Semanas				Semanas				Semanas											
		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	1	2	3	4
0. GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y CONTRACTUAL																																	
0.1	Obtener autorización de la empresa para el proyecto	■	■																														
0.2	Obtener los documentos de la empresa para el contrato			■	■	■	■																										
0.3	Generación del contrato							■	■	■	■																						
0.4	Firma del acta de inicio											■	■	■	■																		
0.5	Radicar contrato firmado en área jurídica															■	■	■	■														
1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA																																	
1.1.	Idea del proyecto.	■	■	■	■																												
1.2.	Antecedentes de la Gestión Humana							■	■	■	■																						
1.3.	Árbol de problemas.											■	■	■	■																		
2. PLANEACIÓN																																	
2.1	Objetivo General.	■	■	■	■																												
2.2	Justificación.							■	■	■	■																						
2.3	Alcance.											■	■	■	■																		
2.4	Población.															■	■	■	■														
2.5	Marco de referencia.																			■	■	■	■										
2.6	Plan de trabajo.																																
3. EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN																																	
3.1	Desarrollo del plan de trabajo.															■	■	■	■	■	■	■	■										
3.1.1	Análisis de la situación de la empresa															■	■	■	■														
3.1.2	Diagnóstico de la cadena de valor																			■	■	■	■										
3.1.3	Trabajo de campo																			■	■	■	■										
3.1.4	Plan de Endomarketing orientado al bienestar laboral																			■	■	■	■										
3.1.5	Identificación de elementos clave																			■	■	■	■										
3.1.6	Divulgar los productos de la consultoría para fortalecer la capacidad institucional																			■	■	■	■										
3.2	Seguimiento gerencial.																																
3.3	Presentación de informes.																																
3.4	Monitoreo mediante Matriz Marco Lógico																																
4. CIERRE																																	
4.1	Informe de cierre y entregables.																																
4.2	Lecciones aprendidas.																																
4.3	Recomendaciones para la gerencia.																																

Nota: Construcción propia, (2025).

Fase Implementación y Monitoreo de las Estrategias

Mediante esta fase, se realiza una intervención en la organización Laboratorios Helsa S.A.S, materializando productos planificados para el alcance del proyecto, no obstante, los entregables correspondientes se relacionarán al final del informe.

Desarrollo del Plan de Trabajo

Los siguientes son los pasos para seguir para crear el plan de trabajo del proyecto de consultoría empresarial: La acción implementada apoya la innovación en el proceso de gestión empresarial y cumple con los requisitos del proyecto.

El plan de trabajo planteado busca integrar aquellas necesidades de la empresa en términos de Talento Humano, específicamente en un plan de Endomarketing enfocado en bienestar, permitiendo de esta forma fortalecer áreas clave que garantizarán el crecimiento organizacional, el compromiso humano, sentido de pertenencia y la mejora constante.

Posteriormente se detalla cada acción planteada y la intención específica que cumpla con las

expectativas del proyecto.

Para iniciar se debe hacer un análisis profundo de la situación actual y real de la compañía, empleando la matriz DOFA, proporcionando una visión clara y actual de la compañía en procesos organizacionales y talento humano, esto será útil evidentemente en ser la base para darle la prioridad a aquellas acciones estratégicas y así poder enfocar los esfuerzos en áreas críticas que requieran intervención o mejora. (ver Anexo_A-Matriz DOFA).

Respecto a el diagnóstico identificado como la segunda actividad se detallará superficialmente la cadena de valor de la compañía, en cuanto a la gestión que se planteará junto con el Endomarketing, implicando un análisis de los procesos que generan el valor, que se identifica dentro de la organización, como contribuye y como se relacionan los diferentes departamentos. (ver Anexo_B -Informe de la cadena de valor de la empresa y del Talento Humano).

Siguiendo el listado de producto entregable, encontramos la aplicación de encuestas aplicadas, donde este instrumento nos permitirá recopilar la información y son diseñadas por el equipo consultor para poder captar una opinión mayoritaria ayudando a comprender como se sienten los colaboradores de la organización. (ver Anexo_C-Modelo de encuestas a utilizar).

En cuarto lugar, el Plan de Endomarketing orientado al bienestar laboral ,procura como objetivo proponer un modelo adaptado a las necesidades específicas de la empresa, como el bienestar organizacional ,enfocado en una cultura en pro de las personas ,donde se describirá y elaborará una estrategia centrada en bienestar, comunicación y lo más resaltable que es el compromiso organizacional y sentido de pertenencia, con una utilidad muy sobresaliente en mejorar la retención del talento y con un alto nivel de compromiso que requieren los empleados, para conseguir una productividad llamativa con el propósito de fortalecer la relación empresa-colaboradores y promoviendo una cultura positiva y motivadora. (ver Anexo_ D- Estrategia de Endomarketing).

Asimismo, la propuesta plan de Endomarketing puede ser de mucha ayuda para un mejoramiento en el ambiente laboral ,la productividad y el compromiso de los empleados, paralelamente, la propuesta plan de bienestar laboral alineado al Endomarketing ,es importante mencionar que este programa abordará aspectos de salud física, emocional y un adecuado equilibrio entre la vida personal y profesional, lo que garantizará en la compañía un entorno saludable y equilibrado para los colaboradores, reduciendo así los índices de estrés, más identificados en la actualidad laboral. (Ver Anexo_E -Propuesta plan de

Endomarketing), (Ver Anexo_F-Propuesta plan de bienestar laboral alineado al Endomarketing).

No obstante, cabe considerar que, en la descripción del desarrollo del plan de trabajo, se identifican elementos clave, como (ver Anexo_G- Protocolo de encuestas de satisfacción), (ver Anexo_H Protocolo de objetivos estratégicos alineados al plan de Endomarketing enfocado en bienestar laboral). Permitiendo de esta forma identificar los siguiente: Evaluar la satisfacción de los empleados , con objetivos de percepción , ajustando así las estrategias y planes según los resultados adquiridos siempre en vista de mejoramiento continuo con coherencia entre las iniciativas de talento humano, facilitando así la implementación de acciones particulares que aportan valor al cumplimiento de las metas organizacionales, incluso al desarrollar un modelo personalizado de Endomarketing para Laboratorios Helsa ,donde gracias a aquellos autores de elección, permitirán que se identifique muy bien junto con la cultura organizacional elegida, adaptando aquellas estrategias con características particulares que abordarán un construir muy sólido con efectividad y fomentando la identificación a la cual se desea llegar con los empleados de la organización.

En definitiva las actividades de Divulgación de los procesos de la consultoría para que esta fortalezca la capacidad institucional y el seguimiento gerencial , son documentos esenciales para poder encapsular los desarrollos más importantes a lo largo de la consultoría y claves a la hora de presentar formalmente un plan de Endomarketing a los empleados de Laboratorios Helsa S.A.S, facilitando la consulta y el seguimiento de las acciones y promoviendo transparencia en la comunicación ,por consiguiente la lista de asistencia es una herramienta provechosa para así poder obtener datos de identificación de los empleados que han mostrado interés y viéndolos a futuro como promotores internos del plan, para concluir, por medio del seguimiento gerencial se mantiene a la gerencia informada y comprometida con el plan de Endomarketing propuesto a lo largo de este proyecto, permitiéndoles poder tener una mejor toma de decisiones, evaluando el impacto y así realizando un rastreo de la utilización de los recursos de manera eficiente. (ver Anexo_I-Memorias de la sesión de divulgación), (Ver Anexo_J-Lista de asistencia de la sesión de divulgación), (Ver Anexo_K-Acta de seguimiento gerencial No.1), (Ver Anexo_L-Acta de seguimiento gerencial No.2),

Seguimiento Gerencial

En el proceso de gestión de proyectos, junto con el representante y/o supervisor de la organización, se realiza dos momentos de seguimiento, y la evidencia relevante queda en este informe anexo, detallando lo sucedido en cada encuentro con la compañía, todo esto es



muy importante mencionarlo ya que es parte indispensable de la documentación.

Para la dirección y gerencia de Laboratorios Helsa S.A.S, es fundamental tener la información y poder tener participación en el proyecto, haciendo que sea fácil resolver temas complejos y tomar decisiones, en este orden de ideas estratégicamente para el proyecto de Endomarketing impulsa a su éxito, mediante este monitoreo visibilizando profesionalmente nuevas oportunidades de negocio y demostrando el compromiso con sus clientes internos que son los más importante de esta organización.

(ver Anexo [K]-2023-MGTH_F3_Acta_Seguimiento_Gerencial# 01)

(Ver Anexo [L]-2023-MGTH_F3_Acta_Seguimiento_Gerencial# 02).

Monitoreo: Matriz Marco Lógico

Durante toda la ejecución del proyecto, se lleva a cabo un proceso de evaluación que incluye monitoreo y control constantes. Este proceso permite supervisar, revisar y ajustar tanto el progreso como el rendimiento del proyecto. Como resultado, se comparan las actividades efectivamente realizadas con las tareas proyectadas en el plan de trabajo, para cada etapa de la consultoría. La información se estructura en una matriz que destaca los aspectos más fundamentales del proyecto. Se organiza de una manera siguiendo una lógica vertical (Actividad-Resultado-Propósito-Fin) y otra horizontal (Resumen narrativo, indicador, Verificación y Supuesto), lo que facilitará la identificación de los indicadores que demuestran los resultados alcanzados tras la implementación del proyecto en la empresa laboratorios Helsa S.A.S.

Tabla 4.Marco Lógico

MATRIZ MARCO LÓGICO				
Resumen Narrativo del Objetivo	Indicador	Medio de verificación	Supuesto	
Fin	Fortalecer el bienestar integral de los colaboradores para impulsar un ambiente	Incremento del índice de satisfacción laboral en un	Realizar encuestas de clima y bienestar	Se logrará la participación activamente promoviendo iniciativas

laboral motivador y sostenible.	30% (12 meses)	laboral cada 3 meses.	beneficiosas para los colaboradores
Lograr la estabilidad organizacional y el fortalecimiento del compromiso de los colaboradores, asegurando una mayor permanencia y satisfacción laboral dentro de la empresa.	Aumento del índice de compromiso organizacional en un 25%	Informes de gestión de talento humano y reporte de indicadores.	Reconocimiento de buenas prácticas y estrategias de trabajo en equipo
Alcanzar el éxito organizacional mediante la implementación de estrategias de Endomarketing alineadas con los objetivos corporativos y las necesidades de los empleados.	Incremento de satisfacción en un 30%	Encuestas de satisfacción laboral (cada 3 meses).	Implementación de estrategias de Endomarketing efectivas

Propósito

Proponer un plan de Endomarketing para la empresa	Nº de estrategias evaluadas/total	Informe de implementación de las estrategias (registros de la aplicación)	Respaldo y recursos para la ejecución del Plan
Laboratorios Helsa S.A.S, resultado de un proceso de consultoría que permita fortalecer el	de estrategias planificadas x100		



compromiso, el sentido de pertenencia, de su talento humano.

Componentes	Identificar las necesidades de los trabajadores a través de una entrevista con la gerencia, para identificar estrategias de Endomarketing que fortalezcan el vínculo de los empleados con la organización, mejorando su motivación y compromiso.	N° de necesidades evidenciadas / N° actividades proyectadas x100	Diagnóstico de necesidades y Plan de bienestar	Colaboradores satisfechos y proactivos en sus labores
	Analizar los referentes teóricos, modelos y estrategias por medio de una revisión bibliográfica sobre Endomarketing para enriquecer conocimientos que alimentarán la propuesta de consultoría.	N° de referentes teóricos, modelos y estrategias de Endomarketing analizados/ N° de referentes utilizados x100	Fuentes consultadas /presentación del Plan de Endomarketing	Ejecución del modelo de plan estratégico ajustado a la organización

<p>Plantear estrategias de Endomarketing, diseñando los protocolos de recolección de información que permita gestionar el bienestar integral de los colaboradores.</p>	<p>Nº de estrategias ejecutadas/ Numero de estrategias trazadas) x100</p>	<p>Ejecución de estrategias de Endomarketing alineadas a los objetivos estratégicos</p>	<p>Las estrategias de Endomarketing diseñadas serán pertinentes para el contexto organizacional y sus recursos estarán disponibles en el tiempo para su implementación; lo que conllevará al compromiso de las acciones propuestas de bienestar.</p>
--	---	---	--

Actividades	<p>Análisis de la situación actual del proceso de talento humano</p>	<p>\$50.000</p>	<p>Matriz DOFA</p>	<p>Se logra realizar la DOFA</p>
	<p>Identificar eficiencia y efectividad en la operatividad de la cadena de valor</p>	<p>\$ 250.000</p>	<p>Informe de la cadena de valor de la empresa y de talento humano</p>	<p>Implementación de propuesta de cadena de valor</p>



Trabajo de campo	\$500.000	Aplicación de encuestas aplicadas	Se logra realizar las encuestas
Estrategia enfocada al Endomarketing para el bienestar laboral	\$ 250.000	Estrategia de Endomarketing	Canales de comunicación interna eficaz
Mejora en la comunicación interna / compromiso organizacional	\$350.000	Propuesta plan de Endomarketing	Iniciativa de nuevas propuestas
Promover el bienestar integral generando equilibrio laboral	\$ 400.000	Propuesta plan de bienestar laboral alineado al Endomarketing	Disposición de los colaboradores con las actividades propuestas
Identificación de elementos clave	\$ 500.000	Protocolo encuestas de satisfacción	Se logra hacer las encuestas identificando aspectos importantes
Garantizar los objetivos documentando las actividades para obtener resultados deseados.	\$ 500.000	Protocolo de objetivos estratégicos alineados al plan de Endomarketing	Obtener compromiso para ejecutar acciones y así lograr un impacto positivo.

Identificación de elementos clave	\$ 250.000	enfocado en bienestar Laboral	
Registro de participación de asistentes	\$ 100.000	Memorias de la sesión de divulgación	Se logra hacer la divulgación del proceso de la consultoría
Divulgación de productos de la consultoría favoreciendo el compromiso y sentido de pertenencia	\$ 100.000	Lista de asistencia de la sesión de divulgación	Se logra firmar las listas de asistencia de las reuniones programadas
Divulgación de productos de la consultoría favoreciendo el compromiso y sentido de pertenencia	\$ 100.000	Acta de seguimiento gerencial No.1	Se logra divulgar los productos de consultoría
		Acta de seguimiento gerencial No.2	Se logra divulgar los productos de consultoría

Nota: Construcción propia, (2025).

Fase Cierre y Conclusiones

Formalmente en esta fase se determina la clausura y entrega de las diferentes etapas finales, así como cada una de las gestiones de los cambios implementados, que nos llevaron a promover la innovación en la administración corporativa.

Productos Finales

En la siguiente tabla se verá un resumen de los datos sobre los productos encontrados tras la investigación. Estos bienes se dan con anexos y forman parte esencial de la documentación del proyecto, siguiendo los nombres especificados.

Tabla 5. Descripción de Productos de la Consultoría

Descripción de Productos de la Consultoría				
No.	Actividad	ID	Descripción del producto elaborado	Nombre del archivo del producto (con su identificación de anexo)
1	Análisis de la situación de la empresa	A	Matriz DOFA	Anexo_A-DOFA
2	Diagnóstico de la cadena de valor	B	Informe de la cadena de valor de la empresa y del Talento Humano	Anexo_B-Informe de la cadena de valor de la empresa y del Talento Humano
3	Trabajo de campo	C	Modelo de encuestas a utilizar	Anexo_C- Modelo de encuestas a utilizar
4	Plan de Endomarketing orientado al bienestar	D	Estrategia de Endomarketing	Anexo_D-Estrategía de Endomarketing
		E	Propuesta plan de Endomarketing	Anexo_E-Propuesta plan de Endomarketing
		F	Propuesta plan de Bienestar laboral alineado al Endomarketing	Anexo_F-Propuesta plan de Bienestar laboral alineado al Endomarketing
5	Identificación de elementos clave	G	Protocolo encuestas de satisfacción	Anexo_G-Protocolo encuestas de satisfacción
		H	Protocolo de objetivos estratégicos alineados al plan de Endomarketing enfocado en bienestar laboral	Anexo_H-Protocolo de objetivos estratégicos alineados al plan de Endomarketing enfocado en bienestar laboral
6	Divulgar los productos de la consultoría para fortalecer la capacidad institucional	I	Memorias de la sesión de divulgación	Anexo_I-Memorias de la sesión de divulgación
		J	Lista de asistencia de la sesión de divulgación	Anexo_J-Lista de asistencia de la sesión de divulgación
7	Seguimiento gerencial	K	Acta seguimiento gerencial No.1	Anexo_K-Acta seguimiento gerencial No.1
		L	Acta seguimiento gerencial No.2	Anexo_L-Acta seguimiento gerencial No.2

Nota: Construcción propia, (2025).

Lecciones Aprendidas

Las oportunidades de aprendizaje visualizadas evidentemente durante el proyecto, reúne las mejores prácticas y congruencias al aprender a lo largo del desarrollo de este lo importante que es el cliente interno, como estudio de nuestro proyecto enfocado en Endomarketing hacia un bienestar laboral con un desarrollo humano sentido de pertenencia en los colaboradores, aquellos de vital importancia en que la compañía sea triunfadora.

Se inicia con los aciertos en la gestión del proyecto ,donde el enfoque integral y humano a través de la implementación del Endomarketing, centrados en bienestar y compromiso de los empleados , ira fortaleciendo de manera clara y concisa la relación entre los colaboradores y los objetivos organizacionales ,así generando sentido de pertenencia y mejorando el clima laboral .Todo esto gracias a herramientas como el modelo PERMA, el cual fue clave para alinear las metas personales de los empleados, incluyendo los valores organizacionales.

Sobre todo, que es importante que el modelo formal para el área de recursos humanos permitió establecer procesos como la atracción y retención del talento, asimismo la capacitación, desarrollo profesional y los más importante por destacar el bienestar laboral que hace parte del diseño de esta estrategia para Laboratorios Helsa S.A.S. A lo anterior incluye que la cadena de valor es un eje fundamental que permitió a la compañía optimizar recursos disponibles y aumentar la eficiencia operativa.

Lo más importante que cabe resaltar para Laboratorios Helsa S.A.S, es su misión, visión y valores corporativos, porque fueron construidos hacia la sostenibilidad e innovación, girando esa meta estratégica con las tendencias actuales del mercado y generando cohesión entre los colaboradores y claro está, un atractivo esencial para los clientes.

Es importante considerar que la alineación estratégica con la cultura organizacional fortaleció la lealtad de los empleados y redujo los índices de rotación ,con una organización inclusiva que promueva el bienestar de los empleados y valorando la experiencia de aquellos que pueden también hacer la diferencia en el mercado laboral y eso en una organización como los son las personas de 40 años en adelante, ante todo Laboratorios Helsa S.A.S demostró siempre la resiliencia que la identifica y la flexibilidad de las recomendaciones del equipo consultor ,adaptándose a nuevas prácticas y así fortaleciendo sus procesos internos.

Como contrapartida, las dificultades encontradas al principio de este ejercicio consultor, fue por parte de los empleados, porque estaban acostumbrados a métodos de trabajo tradicionales e identificado la necesidad de gestionar mejor los procesos de cambio,



incluyendo la comunicación que es un punto de partida importante al interior de una compañía, viéndose también la ausencia de roles definidos, complicando un poco la coordinación de tareas asignadas. Por otra parte, las limitaciones de los recursos tecnológicos avanzados para la gestión del Talento Humano, representan significativamente la automatización de procesos claves como la evaluación de desempeño, el reclutamiento y el seguimiento de indicadores ,así como los recursos financieros que para este tipo de aplicaciones nuevas en cuanto a innovación de un software especializado, hacen un poco más dificultoso este proceso, por consiguiente la competencia externa no da espera , por el mercado altamente competitivo en productos cosméticos especialmente en el momento de realizar una buena retención de personal, que pudiese construir un gran equipo estable y comprometido ,que internamente tuviese esa motivación de llevarla al éxito organizacional.

Por esta razón se explican las oportunidades de mejora que Laboratorios Helsa S.A.S, podrá implementar para llegar al éxito organizacional de adentro hacia afuera ,garantizando que todos los colaboradores comprendan las estrategias y objetivos de la organización , eso sí diseñando campañas internas de sensibilización, lo que permitirá que el Endomarketing juegue un papel fundamental en fomentar la participación activa de los empleados, a fin de que, se promueva una cultura centrada en la innovación y el compromiso humano con programas de bienestar , pero principalmente con la creatividad y colaboración. De igual forma con alianzas estratégicas que darán oportunidades de desarrollo personal y profesional. En definitiva, a medida que la empresa implemente todas las anteriores recomendaciones, estará sin duda mejor posicionada para poder competir en el mercado mejorando su productividad de manera concisa y eso sí, garantizando el bienestar de sus colaboradores que también en su funcionamiento voz a voz hará de Laboratorios Helsa un mejor lugar para trabajar.

Recomendaciones para la Gerencia

Con el fin de mejorar la capacidad institucional y mantener la sostenibilidad de la innovación implementada durante el proyecto de consultoría, se aconseja a la gerencia lo siguiente en el mediano y largo plazo.

Para fortalecer el impacto de los resultados generados por la consultoría y poder fortalecer la sostenibilidad del negocio, se describen las siguientes recomendaciones para que la gerencia priorice acciones urgentes a corto, mediano y largo plazo.



Corto plazo.

- Las descripciones deben ser un eje fundamental para cada posición y así poder definir indicadores claves de desempeño (KPI), cabe destacar que para evitar la duplicidad y sobrecarga laboral, la revisión inmediata de las tareas actuales de los colaboradores debe ser establecida en una matriz de roles y si poder formalizar aquellas responsabilidades, de la misma forma es importante el establecimiento de un plan de comunicación interna, donde las reuniones semanales sean dirigidas a metas operativas y estratégicas del equipo ,informándole al equipo los cambios organizacionales y así puedan sentirse incluidos. No obstante, para que esto se logre es primordial que la compañía use un software sencillo en recursos humanos, pero eso si teniendo en cuenta el apoyo que nos puede ofrecer hoy en día la IA, esto complementado con las herramientas que ya son de fácil accesibilidad como los son las hojas de cálculo.
- Con respecto a la capacitación de Endomarketing inicial y revisión de procesos operativos que se encuentren críticos , es importante analizar los cuello de botella para poder tomar decisiones rápidas, que reduzcan los costos operativos y pueda en cambio aumentar la eficiencia, para que esto se logre , se debe iniciar con talleres básicos a los líderes porque ellos son los que deben dar el ejemplo a seguir en no decir hagan sino hagamos y sigamos adelante, creando campañas internas que destaquen los beneficios de la estrategia planteada, así alineando el compromiso interno con los objetivos corporativos.

Mediano plazo.

- A causa de la ausencia del área de Talento Humano es importante priorizar la contratación de un profesional especializado para liderar las tareas que se desean implementar adoptando una estructura formal ,estableciendo roles ,procesos y presupuesto inicial ,por consiguiente al hablar del tema de bienestar son importantes los programas de incentivos tanto monetarios como en reconocimientos ,horario flexibles y actividades de integración para motivar a los empleados y fortalecer su sentido de pertenencia.
- Cabe considerar, por otra parte que la optimización de la cadena de valor, el fortalecimiento de la cultura y la revisión de la estrategia de mercadeo ,son necesarios porque mejorar los procesos logísticos internos, implementar tecnologías que mejoren la trazabilidad y eficiencia de la producción ,promover talleres que refuercen los valores corporativos ,la inclusión de trabajo en equipo ,realizar diagnósticos periódicos de clima organizacional y así poder medir el impacto de las iniciativas

implementadas. Como último recurso el desarrollo de las estrategias de diferenciación basadas en la calidad del producto y la experiencia del cliente, esto es gracias a la campañas de marketing que realicen , porque llegar a este tema, va de la mano con el Endomarketing, las tareas que debe realizar el talento humano en cuanto a que se debe comunicar los valores y objetivos corporativos, como dicho anteriormente, se verán reflejados en una marca innovadora y sostenible en el mercado, representada por su equipo de trabajo que es el laborar por las personas.

Largo plazo.

- Para que Laboratorios Helsa S.A.S sea posicionada como líder en el mundo cosmético, es importante enfocar acciones transformadoras, en el desarrollo integral de los colaboradores y tener consolidada una cultura organizacional única y ejemplar. En este orden de ideas y dicho con anterioridad de la importancia de un desarrollo del plan de bienestar con asesoramiento psicológicos, programas de actividad física, talleres de manejo de estrés, espacio de coworking y desglosando los beneficios personales, se destacan los días libres ,programas de salud tanto para colaboradores e implementar siempre la importancia de poder tener personas preparadas donde se apoyarán con el estudio para su crecimiento personal y profesional, por consiguiente la implementación de un centro de innovación para el Talento Humano, fomentando programas de liderazgo transformacional, construyendo líderes empáticos y visionarios hacia éxito colectivo de Laboratorios Helsa S.A.S. es totalmente necesario.
- Si bien cierto, de la importancia de lanzar estrategias a largo plazo para ser certificada por organismos internacionales como una de las “Mejores empresas para Trabajar”, destacándose por sus políticas inclusivas de bienestar, compromiso con sus empleados ,reconociendo lo importante que son ellos para la organización no solo por sus resultados sino por la alineación de los valores de la empresa y el impacto que generan en la cultura organizacional ,por consiguiente se debe incluir las participaciones de los empleados en propuestas que idealicen nuevas ideas de productos ,generando un impacto positivo en lo social y sostenible ,asimismo inspirándolos a que implementen programas de actividades de voluntariado o iniciativas de empoderamiento femenino en el sector cosmético dejando así una imagen corporativa asociada a la responsabilidad social.



- Ahora bien, las métricas específicas para el impacto de las acciones deben estar en la lista de importantes de la compañía, ya que esas acciones enfocadas en bienestar y compromiso como lo son los índices de satisfacción laboral y aumento en la productividad podrán realizar ajustes pertinentes y continuos, a partir de los resultados obtenidos y así contribuyendo a garantizar cada acción y pueda Laboratorios Helsa S.A.S, convertirse en un ejemplo de excelencia empresarial. Así pues, este enfoque único nombrado a lo largo del texto anterior permitirá a Laboratorios Helsa S.A.S atraer y retener a los mejores talentos, fortaleciendo su cultura de innovación y fidelizando tanto a empelados como clientes en una sola frase como lo es “La mejor empresa para trabajar y comprar”.



Referencias

- Asanza, D. A. A. (2022). Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas Carrera de Administración de Empresas Determinación de las capacidades organizacionales generadoras de valor que han sido desarrolladas por las empresas de CIPEM, a partir del modelo de las 7S de MCKINSEY en el periodo 2018-2019.
<https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/38999/1/Trabajo-de-Titulaci%C3%B3n.pdf>
- Calderón Delgado, D. I. G. (2022). Marketing interno y compromiso organizacional del personal administrativo en la Municipalidad Distrital de Layo [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/97568>
- Cañizares, J. (2024). COACH ECUADOR. Obtenido de El modelo Barrett (Transformación Cultural): <https://coachecuador.com/el-modelo-barrett-transformacion-cultural/#:~:text=El%20modelo%20de%20Barrett%20se,decisi%C3%B3n%20tomada%20o%20acci%C3%B3n%20tomada>
- Carvajal Zambrano, G. V., y Muñoz Murillo, J. P. (2023). Marketing interno y su relación con la satisfacción laboral docente. *Desafío Organizacional*, 1(1), 43-54.
https://revistasepam.espam.edu.ec/index.php/desafio_organizacional/article/view/395
- Castro, S. (2024). Instituto Europeo de psicología positiva. Obtenido de Modelo PERMA: <https://www.iepp.es/modelo-perma/>
- CEPAL. (2005). Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas.
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5607/S057518_es.pdf
- Departamento Nacional de Planeación - DNP. (2016) Documento Guía del módulo de capacitación virtual en Teoría de Proyectos. Dirección de Inversiones y Finanzas Públicas.
https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Inversiones%20y%20finanzas%20pblicas/MGA_WEB/Documento%20Base%20Modulo%20Teoria%20de%20Proyectos.pdf
- Fernandes, P. M., Sousa, B. B., Veloso, C. M., y Valeri, M. (2023). The role of endomarketing in human capital management: a study applied to the minho urban quadrilateral. *EuroMed Journal of Business*. <https://doi.org/10.1108/EMJB-12-2022-0212>

- Gómez, S. M. M. (2023). Percepción de la jerarquía de necesidades de Maslow y su relación con los factores de atracción y retención del talento humano. *Contaduría y administración*, 68(1), 235-259.
- Guzmán Gómez, C., & Mosquera Isaza, J. A. (2021). Modelo de gestión humana de la Cooperativa Financiera de Antioquia: un acercamiento a la propuesta de valor Dave Ulrich (Doctoral dissertation, Universidad EAFIT).
<https://repository.eafit.edu.co/server/api/core/bitstreams/4b573ea3-9bde-45a9-8214-1052680b88c8/content>
- Guzmán, A. (2022). Atlas GOV. Obtenido de Stakeholders: Qué son y cómo gestionarlos para tu empresa: <https://welcome.atlasgov.com/es/blog/gobierno-corporativo/stakeholders-que-es-y-como-gestionarlos/>
- Inspira, V. F. (2023). Obtenido de Factores que influyen en la gestión del talento humano: https://vivofacil.com/empresas/factores-que-influyen-en-la-gestion-del-talento-humano/?srsltid=AfmBOop5dZtn-jEjogsJAu_FZt6RXwF3CaCtiYAwXznd-5qvEFskhERM
- Lic.Ferranini, E. L. (2023). Las Metodologías Ágiles para la gestión de proyectos de software en la Administración Pública. MAESTRÍA EN GESTIÓN ESTRATÉGICA DE SISTEMAS Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Páginas de la 70-74. Buenos Aires. Obtenido de Páginas 70-72: http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tpos/1502-2881_FerraniniELE.pdf
- López G, Tafur N, 2025. Organigrama de Laboratorios Helsa. S.A.S
- Lteif, G. (2024). Software Dominos. Obtenido de Cultura organizacional: el modelo de Edgar Schein:<https://softwaredominos.com/home/business-management-articles/organisational-culture-the-edgar-schein-model/>
- Madero Gómez, S. (2023). Percepción de la jerarquía de necesidades de Maslow y su relación con los factores de atracción y retención del talento humano. *Contaduría y administración*, 68(1), 235-259. <http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2023.3416>
- Martínez, O. R. L. (2024). La cadena de valor en las empresas: The value chain in businesses. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(5), 1702-1715. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i5.2736>
- Martins, J. (2024). asana. Obtenido de Cómo documentar las lecciones aprendidas en la gestión de proyectos: <https://asana.com/es/resources/lessons-learned>
- Mejía, R., y Sánchez, S. (2021). Desarrollo de una estrategia de endomarketing enfocado en el uso en los sistemas de gestión de los gerentes y supervisores de Edwards

Lifesciences (Doctoral dissertation, Santo Domingo: Universidad Iberoamericana (UNIBE).

- Mendoza-Zambrano, M., & Villafuerte-Holguín, J. S. (2021). Evaluación de sistemas administrativos de recursos humanos: modelo Chiavenato aplicado a organizaciones productivas de Manabí, Ecuador. *Revista de Investigación, desarrollo e innovación*, 11(3), 467-478.
https://revistas.uptc.edu.co/index.php/investigacion_duitama/article/view/13344/11804
- Murcia Montenegro, A. M., Otálora Soto, H. Y., Osma Roza, J. C., & Hernández Gualdrón, D. C. (2023). Oportunidades de mejora de los procesos del área del talento humano en la empresa Soluciones Globales SAS. Politécnico Grancolombiano.
<https://alejandria.poligran.edu.co/bitstream/handle/10823/7169/1.%20Informe%20Final%20Trabajo%20de%20Grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pico Sandoval, A. C. (2023). Endomarketing como mecanismo para promover la atracción y retención del talento humano [Tesis de especialización, Universidad Jorge Tadeo Lozano]. Repositorio Institucional.
<https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/handle/20.500.12010/30974>
- Project Management Institute – PMI. (2008). Guía Project Management Body of Knowledge (PMBOK). 7a Edición. https://www.pmi.org/pmbok-guide-standards/foundational/pmbok?sc_camp=D750AAC10C2F4378CE6D51F8D987F49D
- Ramos Flores, C. J., Figueroa Placido, R. J., Bordonave Valerio, J. V., y Ponte Quiñones, E. J. (2022). Endomarketing para desarrollar compromiso organizacional del personal administrativo del organismo de formalización de la propiedad informal, Chimbote–2021. *Ciencia Latina*, 6(1), 1039-1052. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i1.1560
- Regalado, O., Allpacca, R., Baca, L., y Gerónimo, M. (2011). Endomárketing: estrategias de relación con el cliente interno (Primera).
https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/90/gerencia_global_20.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Riquelme, M. (2020). Cadena de Valor de Michael Porter ¿Qué es y cuál es su importancia? Web y empresas. Recuperado el, 5.
https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24520w/Cadena_de_valor_de_micahel_porter.pdf

- Serafim, A., Miranda Veloso, C., Rivera-Navarro, J., y Sousa, B. (2024). Emotional Intelligence and Internal Marketing as Determinants of Job Satisfaction and Satisfaction with Life among Portuguese Professionals. *Sustainability*, 16(5), 1932. <https://doi.org/10.3390/su16051932>
- SPIRIT. (2023). El modelo de Barrett y la cultura organizacional. Obtenido de <https://www.spiritcg.net/modelo-barrett-cultura-organizacional/>
- Tafur E. (2024). Entrevista sobre Laboratorios Helsa s.a.s., para la estructuración de su descripción como empresa.
- Terzakyán, T. (2024). deel. Obtenido de Endomarketing: cómo fortalecer la cultura empresarial: <https://www.deel.com/es/blog/endomarketing-fortalecer-cultura/>
- Vásquez Núñez, E. A. (2023). Comunicación interna y endomarketing en los docentes de la red 4, UGEL 02, del Distrito de Independencia-2021 [Tesis doctoral, Universidad Nacional Federico Villarreal]. Repositorio Institucional. [https://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13084/8126/UNFV_EUPG_Vasquez_Nunez_Elizabeth_Angela_Doctorado_2023.pdf?sequence=](https://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13084/8126/UNFV_EUPG_Vasquez_Nunez_Elizabeth_Angela_Doctorado_2023.pdf?sequence=1)
- YDLE. (2023). Obtenido de Objetivos de una empresa: ¿cómo definirlos y cuáles son los mejores métodos para hacerlo?: <https://www.sydle.com/es/blog/objetivos-de-una-empresa-mejores-metodos-617303753885651fa20ef5e9>

Datos de Registro de Consultores del proyecto

Datos de Registro de Investigadores	
Nombre Estudiante 1	Giselle Vanessa López López
Enlace CvLAC	https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002172035
Enlace ORCID	https://orcid.org/0009-0007-3036-3346
Enlace Google académico	https://scholar.google.es/citations?hl=es&authuser=1&user=iHQ7cIkAAAJ
Facultad	Sociedad, Cultura y Creatividad
Programa/Dpto/Instituto	Maestría en Gerencia del Talento Humano
Nombre Estudiante 2	Neffer Iveth Tafur Cortes
Enlace CvLAC	https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002354673
Enlace ORCID	https://orcid.org/0009-0008-3007-2554
Enlace Google académico	https://scholar.google.com/citations?hl=en&user=4TXQgbgAAAAJ
Facultad	Sociedad, Cultura y Creatividad
Programa/Dpto/Instituto	Maestría en Gerencia del Talento Humano
Nombre director Consultoría	María Gloria González Molina
Enlace CvLAC	https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0000063331
Enlace ORCID	https://orcid.org/0000-0001-5370-2805
Enlace Google académico	https://scholar.google.es/citations?hl=es&user=BTYL72YAAAAJ&view_op=list_works&sortby=pubdate
Facultad	Sociedad, Cultura y Creatividad
Programa/Dpto/Instituto	Maestría en Gerencia del Talento Humano

Anexos

Anexo A. Análisis de la situación de la empresa -Matriz DOFA



Nota: Elaboración propia. Fuente López G, Tafur N, (2025)

Análisis

El panorama de Laboratorios Helsa S.A.S es mixto ya que, las fortalezas se entrelazan con las debilidades necesitando atención, mientras que las oportunidades externas, lo cual so prometedoras están contrastadas con las amenazas que estas podrían obstaculizar su crecimiento.

En relativo a los aspectos positivos que son las fortalezas y oportunidades impulsan a Helsa, en Comprender de fondo las dinámicas del sector permitiendo anticipar aquellas tendencias y poder adaptar su oferta de acuerdo con las necesidades de los clientes ,demostrando siempre ser capaz de ajustarse aquellos cambios del mercado hablando de flexibilidad y solidez y superando aquellos desafíos ,es primordial entender que gracias al establecimiento de sus relaciones sólidas con sus clientes se ha fomentado la lealtad y le crecimiento a largo plazo ,promoviendo así la diversidad e inclusión en su fuerza laboral ,ofreciendo productos que cumplen con los más altos estándares de calidad y fortaleciendo las recomendaciones positivas de parte de sus clientes.



Helsa puede aprovechar todo esto para así poder aprovechar su enfoque en el bienestar de sus empleados y poderse diferenciar de la gran competencia por la cual es acompañada ,por ende al proponer estrategias de Endomarketing y así fortalecer su marca y poder atraer el mejor talento en pro de expansión como industria cosmética y aprovechando este crecimiento y tener los mejores profesionales talentosos y capacitados ,todo esto permitiendo mejoras en la gestión de sus talento humano y optimizando sus procesos ,es importante mencionar que la responsabilidad social y sostenibilidad para Helsa S.A.S sean un gran pilar para vigorizar su imagen y atraer clientes conscientes.

Por otra parte, para hablar de los puntos negativos como Debilidades y Amenazas se requiere la atención de:

La falta de una estructura formal puede generar confusiones y presentarse cuellos de botella en la toma de decisiones ,más descritos como la ausencia de procesos claro afectando de manera importante la calidad de los productos o servicios, por otro lado al hablar de la tecnología que es muy baja en inversión puede obstaculizar el crecimiento y la capacidad de competir en el mercado y esto sucede cuando la falta de un plan definido no se ejecuta de la mejor manera obstruyendo aquellos objetivos a largo plazo ,es decir es importante que dentro de una estrategia haya un plan de marketing ya que sin esto la limitación y la captación de clientes se verá de manera negativa, también la dependencia de los procesos manuales puede generar ineficiencia y errores se debe entender que el mercado de belleza es altamente competitivo exigiendo enormemente un esfuerzo constante para poder diferenciar y ser destacada .

Para dar resumen al análisis Laboratorios Helsa S.A.S representa una base sólida en su conocimiento del mercado cosmético y su enfoque en adaptación y enfoque con sus clientes, sin embargo, de vital importancia y atención su estructura organizativa debe fortalecerse, estandarizar sus procesos, invertir en innovación, tecnología y poder tener una gran estrategia de marketing, le permitirá alcanzar su máximo potencial.



Anexo B. Diagnóstico de la cadena de valor -Informe de la cadena de valor de la empresa y del Talento Humano

INFORME GERENCIAL

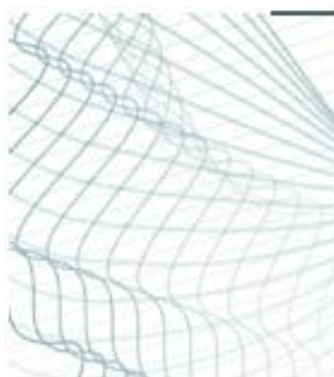
**Informe de la cadena de valor de
la empresa y de talento humano**

Giselle Vanessa López Lopez
Neffier Iveth Tafur Cortes

INSTRUCCIONES

El presente informe tiene como objetivo visibilizar la cadena de valor de Laboratorios Helsa S.A.S en la actualidad, y a su vez contrastarla con la propuesta de una nueva cadena de valor centrada en la gestión de talento humano y su integración con estrategias de Endomarketing. Lo anterior con la finalidad de potencializar la comunicación, compromiso y bienestar.





CADENA DE VALOR DE LA EMPRESA HELSA

Para iniciar primero se tomó la cadena de valor de Michael Porter y a su vez se contrastó con los procesos que se llevan en la actualidad en Laboratorios Helsa S.A.S para determinar la actual cadena de valor y así mismo evaluar que actividades están y cuales se requieren para llevar a cabo la propuesta actual. Por lo anterior se anexa.

Ilustración de Cadena d valor de Laboratorios Helsa s.a.s ajustado a la cadena de valor de Michael Porter.



Propuesta de cadena de valor de Laboratorios Helsa. Elaboración propia. Fuente: Riquelme, M. (2020).

De acuerdo a lo anterior se encuentran actividades primarias como logística, producción y mercadotecnia; que están enfocadas al control y recepción de procesos de las materias primas, la siguiente se encarga de la creación de los productos cosméticos con el fin de garantizar su productividad y la última de actividades primarias la mercadotecnia que se enfoca en las métricas clave determinando el alcance de marketing para garantizar las estrategias para la promoción y comercialización.

Adicional a esto se encuentran otras actividades de apoyo como lo son la tecnológica, logística externa, infraestructura y la de aprovisionamiento; la primera se encarga de la distribución, almacenamiento, utilizando herramientas tecnológicas, la segunda de usar soluciones cuando se entreguen los productos y brindar asesoría, la tercera garantizar unas buenas instalaciones y sistema para la operatividad de la misma y la última y no menos importante el aprovisionamiento que se encuentra orientado hacia los procesos con proveedores garantizando precios competitivos.

Consecutivo a la propuesta de cadena de valor creada según Michael Porter ajustada a la realidad de la empresa Laboratorios Helsa S.A.S; posterior a ello se pensó en una propuesta de cadena de valor a futuro Para la empresa, aquella que involucra aspectos relevantes de la propuesta aquellos que son enfocados al bienestar y compromiso humano para el éxito organizacional.

Por lo anterior. Se anexa.

Ilustración X. Propuesta de cadena de valor para Laboratorios Helsa S.A.S



Fuente: Elaboración propia. Propuesta de Cadena de valor de Michael Porter a futuro para Laboratorios Helsa S.A.S., Riquelme, M. (2020).

Las actividades primarias que se encuentran son: infraestructura, gestión del talento humano, atención al cliente, producción, control de calidad y mercadotecnia y ventas; ya que son aquellas que están directamente relacionadas con la creación, venta y entrega del producto o servicio en este caso pensándose entre composición entre las primarias y secundarias según Michael Porter.

Las actividades primarias que se determinaron fueron:

La infraestructura incluye la empresa bajo su planificación, finanzas y control mediante una infraestructura física sólida permitiendo que las siguientes actividades marchen bajo su normalidad, de segunda se encuentra la gestión de talento humano, ya que es la encargada de favorecer los procesos internos de la empresa mediante la atracción, desarrollo y retención aquella que es crucial para ejecutar los procesos dentro de la empresa y tener colaboradores capacitados para el control de las actividades primaria y secundarias, la tercera es la atención al cliente que es fundamental para la satisfacción del cliente interno y externo diferenciando la empresa como competidora. También encontramos la producción es el corazón de la cadena de valor, pues es aquella que se refiere a la transformación de insumos en productos finales y a su vez en una producción que se puede reducir en costos aumentando su calidad y la satisfacción en el cliente. Dentro de las actividades primarias la última y también fundamental es la mercadotecnia aquella que impacta con su demanda y posicionamiento del producto en el mercado de una manera efectiva bajo la estrategia de marketing.

Las actividades de apoyo que se determinaron fueron:

De acuerdo con las actividades de apoyo la primera actividad es la de desarrollo tecnológico, ya que esta actividad está centrada en la innovación y mejora de procesos mediante la implementación de sistemas tecnológicos optimizando la producción y gestión empresarial. La segunda actividad es la de adquisiciones aquella que se refiere a la obtención de bienes y servicios necesarios que garantizan la calidad y reducción de costos de la organización, la tercera es la logística interna aquella que tiene consigo la gestión de recursos y materiales en búsqueda de mejora de la planificación y control y entrega del producto y la última es la distribución aquella que se implementa bajo una estrategia de distribución oportuna y satisfactoria.

Dentro de los beneficios encontrados al crear la propuesta de cadena de valor para la organización se encuentra:

- *Mejora en la gestión. Formalización del área de recursos humanos y enfoque de bienestar.
- * Incremento de productividad: Colaboradores con mayor satisfacción y compromiso hacia con el desempeño laboral.
- * Alineación con los objetivos: asegurar actividades de apoyo que respalden las actividades primarias de manera proactiva y efectiva.
- * Sostenibilidad: integrar prácticas que favorezcan la marca y la posicionen en el mercado.

- * Interna: a través de tecnologías que faciliten la eficiencia de resultados y su gestión.
- * Monitorear resultados de indicadores para mirar los niveles de satisfacción laboral, retención del talento y productividad.

La implementación de la propuesta, permite optimizar los procesos a nivel interno de la misma pero adicional consolida la cultura organizacional enfocándola a su bienestar y compromiso con sus colaboradores

Agradeciendo la atención prestada.

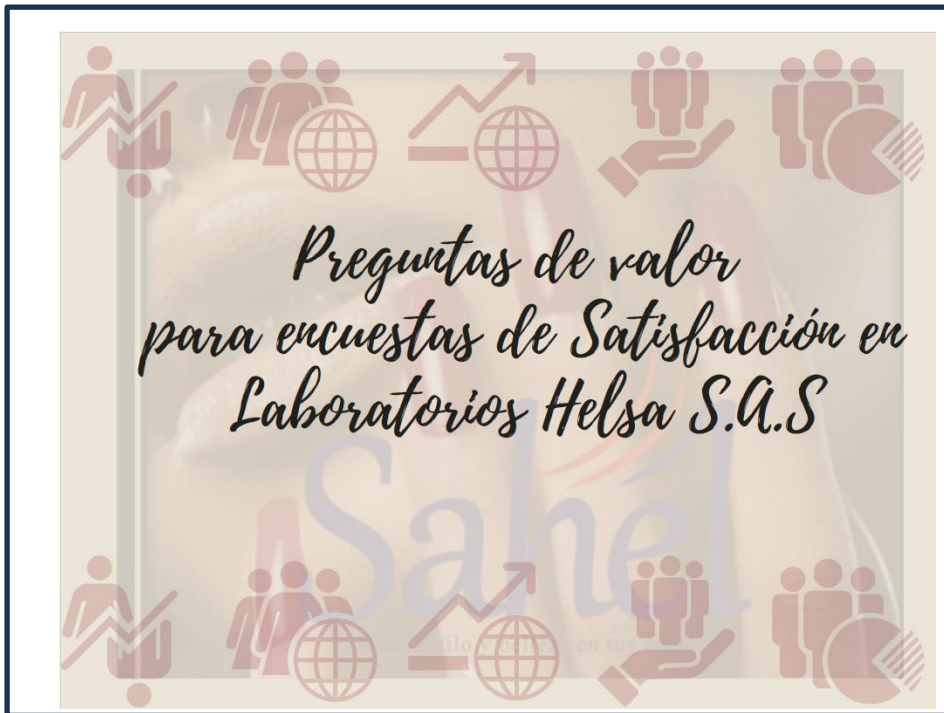


Giselle Vanessa López López



Neffer Iveth Tafur Cortes

Anexo C. Trabajo de campo – Modelo de encuestas a utilizar



AMBIENTE LABORAL

Identificar como los empleados perciben el entorno laboral y fortalecer la cohesión entre los equipos para garantizar un ambiente colaborativo

PREGUNTAS DE VALOR AÑADIDO

¿CÓMO CALIFICARÍAS EL AMBIENTE LABORAL EN LABORATORIOS HELSA S.A.S?

- (1) MUY MALO
- (2) MALO
- (3) REGULAR
- (4) BUENO
- (5) EXCELENTE

¿QUÉ MEJORARÍAS EN EL CLIMA LABORAL?

BIENESTAR FÍSICO Y MENTAL

Mejorar la efectividad de las actividades de bienestar y garantizar que respondan a las necesidades específicas del personal.

PREGUNTAS DE VALOR AÑADIDO

¿CONSIDERAS QUE LAS ACTIVIDADES DE BIENESTAR OFRECIDAS (PAUSAS ACTIVAS, YOGA, TALLERES) HAN MEJORADO TU CALIDAD DE VIDA LABORAL?

- (1) MUY MALO
- (2) MALO
- (3) REGULAR
- (4) BUENO
- (5) EXCELENTE

¿QUÉ INICIATIVAS ADICIONALES TE GUSTARÍA QUE IMPLEMENTARA HELSA PARA TU BIENESTAR?



RECONOCIMIENTO

PREGUNTAS DE VALOR AÑADIDO

¿TE SIENTES VALORADO/A POR TUS CONTRIBUCIONES AL EQUIPO?

(1) MUY MALO
(2) MALO
(3) REGULAR
(4) BUENO
(5) EXCELENTE

¿QUÉ TIPO DE RECONOCIMIENTO (ECONÓMICO, SIMBÓLICO, PERSONAL) TE MOTIVA MÁS?

¿CÓMO CALIFICARÍAS LOS PROGRAMAS ACTUALES DE RECONOCIMIENTO?

Evaluar la percepción sobre los esfuerzos de reconocimiento y adaptar los programas a las expectativas de los empleados

COMUNICACIÓN INTERNA

PREGUNTAS DE VALOR AÑADIDO

¿RECIBES LA INFORMACIÓN NECESARIA PARA REALIZAR TU TRABAJO EFICIENTEMENTE?

(1) MUY MALO
(2) MALO
(3) REGULAR
(4) BUENO
(5) EXCELENTE

¿QUÉ CANAL DE COMUNICACIÓN PREFERES PARA RECIBIR INFORMACIÓN EN HELSA? (WHATSAPP, EMAIL, REUNIONES, ETC)

¿QUÉ MEJORARÍAS?

Identificar posibles barreras en la comunicación interna y priorizar los canales más efectivos para la transmisión de información clave

LIDERAZGO

PREGUNTAS DE VALOR AÑADIDO

¿CÓMO CALIFICARÍAS EL APOYO RECIBIDO POR TU SUPERVISOR INMEDIATO?

(1) MUY MALO
(2) MALO
(3) REGULAR
(4) BUENO
(5) EXCELENTE

¿CONSIDERAS QUE EL LIDERAZGO EN HELSA INSPIRA CONFIANZA Y MOTIVACIÓN?

Evaluar la calidad del liderazgo dentro de la empresa y sus impactos en la motivación de los empleados

DESARROLLO PROFESIONAL

PREGUNTAS DE VALOR AÑADIDO

¿PERCIBES OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO PROFESIONAL EN LABORATORIOS HELSA?

(1) MUY MALO
(2) MALO
(3) REGULAR
(4) BUENO
(5) EXCELENTE

¿QUÉ HABILIDADES TE GUSTARÍA DESARROLLAR PARA MEJORAR EN TU PUESTO?

Diseñar programas de capacitación y desarrollo que estén alineados con las necesidades de los empleados y los objetivos de la empresa

INNOVACIÓN

PREGUNTAS DE VALOR AÑADIDO

¿SIENTES QUE PUEDES PROPONER IDEAS INNOVADORAS EN TU ÁREA DE TRABAJO?

(1) MUY MALO
(2) MALO
(3) REGULAR
(4) BUENO
(5) EXCELENTE

¿QUÉ RECURSOS CREES QUE AYUDARÍAN A FOMENTAR LA CREATIVIDAD DENTRO DE HELSA?

Promover una cultura de innovación continua, identificando áreas donde los empleados necesiten más apoyo para ser creativos

FLEXIBILIDAD LABORAL

PREGUNTAS DE VALOR AÑADIDO

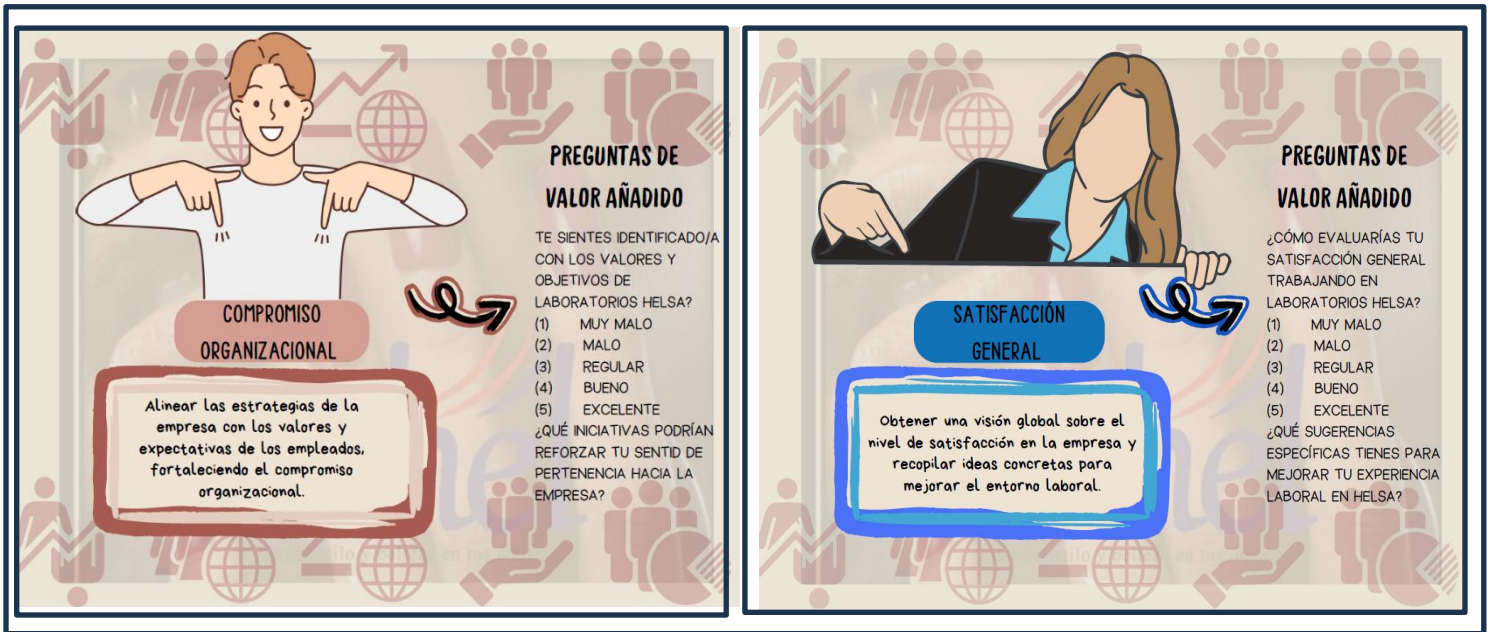
¿LA EMPRESA ES FLEXIBLE CON TUS NECESIDADES PERSONALES (HORARIOS, PERMISOS, TRABAJO REMOTO)?

(1) MUY MALO
(2) MALO
(3) REGULAR
(4) BUENO
(5) EXCELENTE

¿QUÉ SUGERENCIAS TIENES PARA EQUILIBRAR TU VIDA PERSONAL Y LABORAL EN HELSA?

Crear políticas de flexibilidad laboral que respondan a las necesidades del personal, sin comprometer la productividad de la empresa





Para complementar lo anterior, se expone la importancia de cada uno de los ítems de la encuesta:

Liderazgo

¿Por qué es necesaria?

- Un liderazgo efectivo está correlacionado con un 30% más de engagement.
- Los empleados con líderes que brindan apoyo y claridad tienen menor estrés y mayor disposición a innovar.
- El Riesgo si no se mide, puede llevar a la alta rotación en equipos con líderes tóxicos o ausentes.

Ambiente Laboral

¿Por qué es necesaria?

- Un ambiente colaborativo reduce el ausentismo y mejora la eficiencia operativa.
- Empresas con climas laborales positivos tienen hasta 2.5 veces más rentabilidad
- El Riesgo si no se mide, lleva a que los conflictos que no sean detectados escalen a crisis de productividad.

Bienestar Físico y Mental

¿Por qué es necesaria?

- Programas de bienestar reducen el presentismo (trabajar enfermo) en un 35%
- Inversiones en bienestar generan un menor gasto en salud y mayor productividad.



- El Riesgo si no se mide, conlleva a aumentar los trabajadores con situaciones de salud y síndrome de burnout no identificado a tiempo.

Comunicación Interna

¿Por qué importa?

- Empresas con comunicación efectiva tienen 50% menos errores operativos.
- La falta de claridad en la información es la segunda causa de estrés laboral.
- El Riesgo si no se mide, lleva a que se fomenten rumores y desinformación que dañan la cultura organizacional.

Reconocimiento

¿Por qué importa?

- Empleados reconocidos son hasta 5 veces más leales.
- El 69% de los trabajadores cambiaría de empleo por falta de reconocimiento
- El Riesgo si no se mide, lleva a la Pérdida de talento clave y disminución de la motivación intrínseca.

Desarrollo Profesional

¿Por qué es necesaria?

- El 94% de los empleados permanecería más tiempo en una empresa que invierta en su desarrollo
- La falta de oportunidades de crecimiento es la principal causa de rotación.
- El Riesgo si no se mide, conlleva a una fuga de talento hacia competidores con mejores programas de capacitación.

Innovación

¿Por qué es necesaria?

- Empresas que fomentan la innovación interna crecen un 60% más rápido
- El 80% de las mejoras operativas surgen de ideas de colaboradores
- El Riesgo si no se mide, lleva al estancamiento competitivo y resistencia al cambio.

Flexibilidad Laboral

¿Por qué es necesaria?

- Políticas flexibles aumentan la productividad en un 13%
- El 72% de los trabajadores prioriza flexibilidad sobre salario
- El Riesgo si no se mide, lleva a la Dificultad para atraer talento joven y aumento de estrés por rigidez horaria.

Compromiso Organizacional




¿Por qué es necesaria?

- Empleados comprometidos son 21% más rentables
- La identificación con los valores reduce el riesgo de conductas éticas inapropiadas.
- El Riesgo si no se mide, promueve una Cultura débil y falta de alineación con objetivos estratégicos.



Anexo D – Plan de Endomarketing orientado al bienestar laboral- Estrategias de Endomarketing

 <p style="text-align: center;">LABORATORIOS HELSA S.A.S ESTRATEGIAS DE ENDOMARKETING</p>								
FACTOR A TRABAJAR	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADOR	PRESUPUESTO	DURACIÓN	PERIODICIDAD	RECURSOS	RESPONSABLE
Comunicación Interna	Optimizar los canales de comunicación que mediante la implementación de herramientas digitales para fortalecer el compromiso y alineación con el equipo de trabajo	Intranet, chat interno y feedback con líderes	Numero de colaboradores en la organización / numero de colaboradores	\$ 1.100.000,00	Permanente	Mensual/trimestral	Plataformas digitales	Área de recursos Humanos
Balance vida-trabajo	Fomentar el bienestar integral que a través de programas de salud y actividades recreativas sirvan para mejorar el rendimiento	*Jornadas de salud * Pausas activas *Convenios deportivos	Numero de colaboradores que asisten a las jornadas de salud/ Numero de reducción de ausentismo laboral	\$ 4.400.000,00	12 meses	Bimensual / Anual	*Profesionales de salud *Alianzas estratégicas	Área de recursos Humanos
Fortalecimiento de la cultura organizacional	Reforzar la identidad corporativa mediante actividades que desde la integración y comunicación visual permitan la identificación	Campañas visuales e integración de colaboradores	Numero de colaboradores que identifican los valores corporativos/ Numero de colaboradores con sentido de pertenencia	\$ 2.000.000,00	6 meses	Trimestral /Semestral	*Facilitadores de cultura *Material audiovisual	Área de recursos Humanos
Reconocimiento y experiencia	Impulsar la motivación mediante un sistema de incentivos y reconocimientos que aumenten la productividad y retención.	Premios mensuales y sistema de puntos	Número de reconocimientos y nivel de motivación	\$ 2.400.000,00	Permanente	Mensual / Semestral	Plataformas de reconocimientos o incentivos	Gerencia general Área de recursos Humanos y Márquetin
Clima laboral	Mejorar el ambiente de trabajo mediante planes y encuestas de acción que aumenten la satisfacción laboral.	Encuestas, análisis y planes de acción	Numero de colaboradores que responden las encuestas/Numero de colaboradores satisfechos	\$ 600.000,00	Mensual	Semestral	*Software de encuestas *Equipo de análisis de datos	Área de recursos Humanos y apoyo externo respecto al análisis de datos
Marca empleadora	Fortalecer la identidad corporativa que por medio de campañas y alianzas ayuden para posicionar la marca empleadora	Comunicación interna ,embajadores,testimonios	Numero de colaboradores que participan en las actividades de las campañas/ Numero de colaboradores que se identifican con la marca de la organización	\$ 850.000,00	Permanente	Trimestral/Semestral	Plataformas,Material audiovisual	Área de recursos Humanos y Marketing
TOTAL PRESUPUESTO				\$ 11.350.000,00				

Anexo-E-. Plan de Endomarketing orientado al bienestar laboral -Propuesta plan de Endomarketing

FACTOR A TRABAJAR	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADOR	PRESUPUESTO	DURACIÓN	PERIODICIDAD	RECURSOS	RESPONSABLE
Comunicación Interna	Fomentar una comunicación bidireccional, transparente para construir confianza y fidelizar los colaboradores en la organización.	<ul style="list-style-type: none"> * Poner en práctica una serie de reuniones donde los colaboradores de todos los eslabones puedan expresar sus necesidades, preocupaciones e ideas. *Ejecutar una intranet corporativa con la finalidad de que los colaboradores accedan a información de la organización tales como políticas, procedimientos, noticias internas y reconocimientos. * Crear una práctica de Feedback 360° para que se logre una comunicación interna en todos los eslabones de la organización, organizando sesiones periódicas en donde sus colaboradores expresen su pensar y sentir a nivel de la organización y se generen mejoras. * Constituir un canal de comunicación entre los colaboradores y la dirección. (implementar un programa "Café con el director" con la finalidad de interactuar en un ambiente formal las necesidades del proceso o del colaborar) * Utilizar una intranet o app interna que facilite el envío de boletines digitales *Reuniones de retroalimentación con líderes -Uso de chat interno para avisos rápidos 	# colaboradores que participan activamente en las reuniones sobre los colaboradores que se sienten satisfechos con la comunicación interna	\$ 1.100.000,00	Continuo (se harán revisiones trimestrales para el ajuste de estrategias)	Mensual: Feedback Actualización de intranet: Semanal Café con el director: trimestral	Plataformas digitales, software, espacios para reuniones, facilitadores de reuniones, intranet, correo, herramientas de diseño como la app y chat.	Área de Recursos humanos en apoyo de líderes de las áreas y liderar de tecnología
Balance vida-trabajo	Favorecer el bienestar integral promoviendo un equilibrio entre la vida profesional y familiar con el propósito de aumentar la satisfacción, productividad y compromiso.	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar un programa de apoyo familiar que incluya en el lugar de trabajo guarderías, becas de estudio, bonos para el tiempo de calidad y días libres en algún tipo de situación familiar que lo amerite (sea calamidad, reunión del colegio entre otros). • Ofrecer trabajo remoto y/o horarios flexibles y posibilitar el trabajo remoto especialmente en colaboradores con mayor responsabilidad familiar. • Promover alianzas con centros deportivos, gym, clínicas de salud oral, física y mentar como beneficio a sus colaboradores. • Desarrollar jornadas y brigadas de salud y bienestar implementando taller, actividades, relacionadas con la salud a nivel integral y ejercicios de meditación, yoga, nutrición, inteligencia emocional y manejo del estrés. • Implementar ejercicios de estiramiento y relajación como pausas activas que dinamice los colaboradores. 	*Número de colaboradores satisfechos/ número de colaboradores productivos	\$ 4.400.000,00	Cada año con factibilidad de renovarse	Jornadas de salud se harán cada seis meses, las pausas activas serán diarias y anualmente se hará la revisión de los convenios.	Se necesitaran espacio físico para la realización de las actividades, alianzas estratégicas, recurso humano (profesionales de la salud), materiales para ejecución de las actividades, plataforma digital para brindar la información.	Área de recursos humanos , bienestar corporativo SG-SST

FACTOR A TRABAJAR	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADOR	PRESUPUESTO	DURACIÓN	PERIODICIDAD	RECURSOS	RESPONSABLE
Fortalecimiento de la cultura organizacional	Incrementar los valores y la identidad organizacional favoreciendo un sentido de pertenencia y fidelización de los colaboradores.	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar material gráfico y audiovisual que visibilice la misión, visión de la empresa por medio de campañas visuales de integración. • Desarrollar un sistema de mentoría donde los colaboradores apoyen y guíen a los nuevos colaboradores con el fin de que logren una exitosa adaptabilidad a la cultura organizacional y se sientan acogidos. • Organizar actividades y eventos que promuevan la convivencia, resolución de conflictos, fortalecimiento de la cultura organizacional. • Implementar ceremonias que promuevan el logro colectivo, aniversarios y reconocimientos especiales. 	Numero de colaboradores con iniciativas / colaboradores con identidad organizacional	\$ 2.000.000,00	6 meses con posible extensión.	Revisión de campañas visuales cada semestre, eventos y actividades de integración cada 3 meses.	Plataformas digitales existentes como el correo y la intranet y herramientas de diseño como la app, material audiovisual (folletos, carteleros, videos), espacios para los eventos y actividades, facilitadores del tema en mención, materiales necesarios para la realización de la actividad y/o evento.	Área de Recursos Humanos y comunicación interna
Reconocimiento y experiencia	Incitar el compromiso motivando los colaboradores a través de un sistema de reconocimiento de logros individuales y colectivos que los haga sentir valorados.	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar un programa que premie la antigüedad y el compromiso de los colaboradores. • Organizar actividades y ceremonias de reconocimientos de logros de los colaboradores. • Crear un programa en donde los colaboradores por su participación en cada proyecto, asistencia, contribución e iniciativa acumulen puntos canjeables por beneficios. • Implementar un sistema que premie a los colaboradores por su desempeño, trabajo en equipo e innovación. 	Número de reconocimiento otorgados/ número de personas motivadas	\$ 2.400.000,00	Constante con revisiones anuales	Ceremonias de reconocimiento semestral, premios mensuales.	Software de gestión de incentivos, premios y beneficios (tarjetas de regalo, días libres, bonos) espacios para celebración de actividades.	Área de Recursos Humanos y gerencia general
Clima laboral	Mejorar el ambiente organizacional promoviendo un clima de confianza, respeto y colaboración.	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivar la participación de los colaboradores en la toma de decisiones y en aquellos que puedan afectar su ambiente y proceso laboral. • Establecer grupos de trabajo que sean círculos de calidad para que los colaboradores propongan soluciones a las necesidades o problemáticas organizacionales. • Exponer y poner en práctica planes de acción basados en los resultados de las encuestas y propuestas de los círculos de calidad. • Periódicamente realizar encuestas para evaluar e identificar la satisfacción y áreas de mejora en los colaboradores 	Numero de encuestas realizadas / planes de acción	\$ 600.000,00	Cada mes con revisiones	Encuestas de clima laboral cada semestre y las reuniones de círculos de calidad mensuales.	Equipo de análisis de datos y software de encuestas	Área de Recursos Humanos y apoyo externo

FACTOR A TRABAJAR	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADOR	PRESUPUESTO	DURACIÓN	PERIODICIDAD	RECURSOS	RESPONSABLE
Marca empleadora	Reforzar la identidad de la organización para que los colaboradores se sientan comprometidos, valorados y orgullosos de pertenecer a ese lugar.	<ul style="list-style-type: none"> Organizar eventos de emplear branding que refuercen la identidad empresarial como ferias de empleo, y charlas motivacionales. Compartir y recopilar la información de testimonios de colaboradores que expresan y reflejan su experiencia positiva de la organización. Ejecutar campañas que resalten la misión, valores y la visión de la organización que promueva el sentido de pertenencia, todo esto bajo campañas de comunicación interna. 	Numero de participación de los colaboradores en campañas eventos de marca empleadora	\$ 850.000,00	Constante con revisiones trimestrales	Trimestralmente hacer campañas y semestralmente hacer eventos de emplear branding.	Plataformas digitales y de comunicación interna, software y material audio visual como videos, folletos, carteleras y entre otros, facilitadores de reuniones, intranet, correo, herramientas de diseño como la app y chat.	Área de Recursos Humanos y Márquetin
TOTAL PRESUPUESTO				\$ 11.350.000,00				

Las tablas visibilizan una propuesta integral que busca fortalecer el bienestar de los empleados a través del Endomarketing en la empresa Laboratorios Helsa S.A.S y a su vez encierra elementos relevantes como lo son la capacitación, liderazgo, comunicación, liderazgo, salud y reconocimiento que se pueden llevar a cabo a través de acciones como programas de incentivos actividades que engloban la salud física y mental y al mismo tiempo escalan los indicadores promoviendo el éxito, este plan está basado en modelos y metodologías nombradas y estudiadas en la presente consultoría.

Anexo-F-. Plan de Endomarketing orientado al bienestar laboral- Propuesta plan de Bienestar Laboral alineado al Endomarketing

ESTRATEGIA	FACTOR A TRABAJAR	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADOR	PRESUPUESTO	DURACIÓN	PERIODICIDAD	RECURSOS	RESPONSABLE
Comunicación Interna	Reuniones para expresar necesidades, preocupaciones e ideas	Fomentando un sentido de pertenencia en todos los eslabones de la organización.	<ul style="list-style-type: none"> *Convocar a colaboradores de los niveles para hablar sobre temas relevantes de la organización. *Realizar dinámicas de grupo fomentando la creatividad y la participación. *Documentar las preocupaciones e ideas que se han expresado para dar seguimiento a las soluciones implementadas. *Implementar una agenda clara liderada por un moderador para guiar la conversación. 	# participación en reuniones y necesidades expresadas/número de soluciones dadas	\$150,000.00 (incluye materiales, logística y facilitadores).	Constante	Mensual	Materiales de trabajo, facilitadores, salón	Área de recursos humanos
	Intranet corporativa (acceso a información de la organización)	Acceso a información importante como políticas, noticias internas, procedimientos y reconocimientos	<ul style="list-style-type: none"> *Elaborar e instaurar una intranet corporativa sencilla de manejar. Incorporar documentos, normativas, procesos y noticias al día. *Crear un espacio para resaltar los éxitos y premios de los colaboradores. *Implementar talleres para instruir a los empleados en el uso de la plataforma.* 	Número de colaboradores utilizando la intranet/ # de colaboradores satisfechos con la información proporcionada.	\$300,000.00 (Desarrollo de plataforma, capacitación y mantenimiento).	En principio 3 meses después constante	Cada semana se debe actualizar el contenido	Equipo de tecnología equipo de comunicación interna, plataforma	Área de recursos humanos y área de tecnología

ESTRATEGIA	FACTOR A TRABAJAR	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADOR	PRESUPUESTO	DURACIÓN	PERIODICIDAD	RECURSOS	RESPONSABLE
Comunicación Interna	Feedback 360°	Práctica de feedback 360° con el propósito de mejorar la comunicación interna	<p>*Creación de un formulario digital con el propósito de recopilar el feedback de todos los colaboradores en sus niveles. Sesiones periódicas de feedback:</p> <p>*Organizar sesiones periódicas cada 3 meses con el fin de discutir sobre el feedback</p> <p>*Ejecutar acciones concretas basadas en el feedback recibido.</p> <p>*Ofrecer talleres enseñando a los colaboradores el proceso del feedback brindándole información sobre cómo dar y recibir la retroalimentación de manera constructiva</p>	# Participación de los colaboradores en sesiones de feedback y # de las sugerencias implementadas.	\$200,000.00 (Desarrollo de la herramienta, capacitación y seguimiento)	Constante	Trimestral	Se requiere la plataforma digital, facilitadores y materiales para la capacitación. Plataforma digital, facilitadores, materiales de capacitación.	Área de recursos humanos
	Canal de comunicación entre colaboradores y dirección	Canal de comunicación directo entre los colaboradores y la dirección fomentando la ética y transparencia	<p>*Implementar un programa Café con el Director con el fin de organizar *Reuniones informales entre los colaboradores y dirección, la idea es que se haga cada mes.</p> <p>*Implementar un buzón digital de sugerencias para que los colaboradores envíen sus inquietudes Buzón de sugerencias digital:</p> <p>*Proponer sesiones trimestrales en donde los colaboradores puedan hacer preguntas y obtener respuestas por parte de la dirección.</p>	# Colaboradores que participan en las sesiones y su rango de tolerancia de las inquietudes resulta es de 90%	\$100,000.00 (incluye materiales y logística).	Constante	Mensual y trimestral	Equipos de comunicación plataforma digital y sala de reunión.	Área de recursos humanos y dirección general
ESTRATEGIA	FACTOR A TRABAJAR	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADOR	PRESUPUESTO	DURACIÓN	PERIODICIDAD	RECURSOS	RESPONSABLE
Comunicación Interna	Intranet o app interna para boletines digitales	Envío de avisos rápidos y boletines	<p>*Desarrollar una intranet/ que permita enviar avisos y boletines en tiempo real.</p> <p>*Crear contenido de boletines con actualizaciones, reconocimientos y actualizaciones de la organización.</p> <p>*Capacitar a los colaboradores en el uso de la plataforma digital organizacional.</p>	# De colaboradores utilizando la plataforma o app y su tendencia es de un 85% colaboradores satisfechos con la app o plataforma.	\$250,000.00 (Desarrollo de la app, mantenimiento y capacitación)	La implementación en el transcurso de 2 meses, luego constante.	Semanalmente se envía boletines	Equipo de tecnologías, equipo de comunicación y plataforma.	Área de recursos humanos y Tecnología
	Reuniones de retroalimentación con líderes y uso de chat interno	Promover la comunicación rápida y la retroalimentación permanente entre los líderes y colaboradores.	<p>*Reuniones de retroalimentación: Plantear reuniones semanales con el fin de que cada equipo de trabajo con su respectivo líder, discutan sobre los desafíos y avances y al finalizar hacer su determinada retroalimentación.</p> <p>Implementar un plan corporativo interno manejando la comunicación informal y avisos rápidos.</p>	# De colaboradores que participan de las reuniones proyectadas / # de colaboradores que utilizan el chat interno.	\$100,000.00 (Desarrollo de la capacitación, logística y chat)	Constante	Semanal	Plataforma digital y materiales para la ejecución de actividades programadas	Área de recursos humanos y Líderes de equipo

ESTRATEGIA	FACTOR A TRABAJAR	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADOR	PRESUPUESTO	DURACIÓN	PERIODICIDAD	RECURSOS	RESPONSABLE
			Comunicación interna y avisos rápidos.						
Balance vida-trabajo	Programa de apoyo familiar que incluya en el lugar de trabajo guarderías, becas de estudio, bonos para el tiempo de calidad y días libres.	Programa de apoyo a la familia de los colaboradores permitiendo tener un equilibrio en sus responsabilidades laborales y personales.	<p>*Establecer un espacio adecuado y seguro para los hijos de los colaboradores con un presupuesto de 1.000.000</p> <p>*Ofrecerles a los colaboradores becas a ellos y a sus hijos en principio para sus estudios escolares, esto con un presupuesto de 500.000</p> <p>*Dar bonos a los colaboradores que permitan pasar tiempo de calidad con su familia y promover las actividades familiares, esto con un presupuesto de 300.000</p> <p>*Dar días libres a los colaboradores por situación de calamidad o eventos familiares relevantes por situaciones familiares, esto con un presupuesto de 200.000</p>	# De colaboradores que participan en las actividades/ utilización de los beneficios.	El presupuesto para estas actividades será de \$2,000,000.	Constante	Será cada mes en el año según beneficio	Espacio físico, personal de guardería, fondos para becas y bonos.	Área de Recursos Humanos.
	Trabajo remoto y/o horarios flexibles y posibilitaren colaboradores con mayor responsabilidad familiar.	Flexibilización de opciones de trabajo remoto y horarios para los colaboradores con responsabilidades familiares	<p>*Diseñar la implementación de políticas de trabajo remoto con un presupuesto de 300.000</p> <p>*Implementar horarios flexibles con el fin de ajustar los horarios según las necesidades de los colaboradores, esto con un presupuesto de 200.000</p> <p>*Brindar capacitaciones y talleres para el uso efectivo del trabajo remoto y herramientas digitales, esto con el presupuesto de 100.000</p>	# De colaboradores satisfechos con horarios flexible/ total de trabajadores que esta satisfechos	\$ 600.000,00	Constante	Mensual (evaluación de políticas).	Plataformas digitales, capacitadores.	Área de recursos humanos y Tecnología

ESTRATEGIA	FACTOR A TRABAJAR	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADOR	PRESUPUESTO	DURACIÓN	PERIODICIDAD	RECURSOS	RESPONSABLE
Balance vida-trabajo	Alianzas con centros deportivos, gym, clínicas de salud oral, física y mentar como beneficio a sus colaboradores.	Fomentar alianzas/convenios con centros deportivos, gimnasios y clínicas de salud	<p>*Establecer alianzas/ convenios con gimnasios para descuentos o membresías gratuitas., contando con un presupuesto de \$500.000.</p> <p>*Ofrecer servicios de salud a nivel integral que incluya (salud oral, física, mental a precios favorables) con un presupuesto de \$300.000.</p> <p>*Promocionar los beneficios comunicando a los trabajadores mediante las reuniones y boletines. con un presupuesto de \$100.000</p>	Número de colaboradores que utilizan los convenios / total de colaboradores satisfechos con los beneficios	\$ 900.000,00	cada año se renueva	Trimestral (evaluación de convenios).	Alianzas estratégicas, material de comunicación.	Área de recursos humanos y comunicación.
	Desarrollar jornadas y brigadas de salud y bienestar implementando actividades relacionadas con la salud a nivel integral.	Desarrollar jornadas y brigadas de salud que promuevan el bienestar integral	<p>*Realizar talleres de meditación y yoga con sesiones semanales. con un presupuesto de \$200.000</p> <p>*Invitar a expertos para brindar asesorías y charlas, con un presupuesto de \$100.000</p> <p>*Realizar capacitaciones sobre manejo de emociones y manejo del estrés. con un presupuesto de \$200.000.00.</p> <p>*Organizar jornadas de salud y brigadas con chequeos médicos y vacunación, con un presupuesto de \$100.000.00.</p>	Número de colaboradores que participan en la actividades/ total de colaboradores satisfechos en las jornadas	\$ 600.000,00	cada seis meses se renueva	mensual/trimestral	Facilitadores, materiales, espacios físicos	Área de Recursos Humanos y Bienestar corporativo.
	Implementar pausas activas que dinamice la jornada laboral	Poner en práctica ejercicios de relajación y estiramiento durante la jornada laboral para mejorar la productividad y el bienestar.	<p>*Diseñar rutinas de relajación y estiramiento adaptadas al entorno laboral, con un aproximado de presupuesto de \$100.000</p> <p>*Sensibilizar a los colaboradores sobre la importancia de la realización de las pausas activas, con un presupuesto de \$100.000.00.</p> <p>*Establecer horarios para la realización de las pausas activas, con un presupuesto de \$100.000.00.</p>	Número de colaboradores que participan en las pausas activas/ número de colaboradores satisfechos con la iniciativa.	\$ 300.000,00	Constante	Diaria	Facilitadores, espacios, materiales	Área de recursos humanos, bienestar laboral y sst

ESTRATEGIA	FACTOR A TRABAJAR	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADOR	PRESUPUESTO	DURACIÓN	PERIODICIDAD	RECURSOS	RESPONSABLE
Fortalecimiento de la cultura organizacional	Proyectar en material gráfico y audiovisual la misión, visión de la empresa	Promover campañas visuales que refuercen la identidad corporativa y sentido de pertenencia en colaboradores.	<p>*Diseño de material gráfico: Diseñar material gráfico bajo la creación de folletos, carteleras y banners que promuevan la misión, visión y valores de la empresa, el promedio de presupuesto para esta actividad es de \$300.000</p> <p>*Desarrollar videos institucionales bajo la producción de material audiovisual que reflejen la cultura organizacional, presupuesto promedio \$400.000</p> <p>*Implementar campañas visuales de integración a través de la intranet y correo corporativo difundiendo la cultura organizacional, esto con el presupuesto de Presupuesto: \$200,000.00.</p>	Número de colaboradores identificados con la misión y visión/ número total de colaboradores con sentidos de pertenencia	\$ 900.000,00	6 meses	se hace cada mes según lanzamiento de campañas	Equipo de producción audiovisual, plataforma, diseñadores gráficos (esto se mira bajo contratación)	Área de recursos humanos y comunicación interna
	Mentorías de apoyo a los nuevos colaboradores	integrar a los nuevos colaboradores a parte de la herramienta mentorías	<p>*Realizar un proceso de selección y capacitación para que los colaboradores actúen como mentores, el presupuesto es de \$200,000.00.</p> <p>*Se debe asignar un mentor a cada nuevo colaborador durante sus primeros 3 meses, con un presupuesto de \$100.000</p> <p>*Se realizaran seguimientos y evaluaciones periódicas con el fin de evaluar el progreso de los nuevos colaboradores. el presupuesto proyectado es de \$100.000</p>	# De colaboradores nuevos que estuvieron acompañados mediante mentorías	\$ 400.000,00	Constante	Se realiza mensualmente Evaluación por programa	Materiales de capacitación, Facilitadores y plataformas de seguimiento.	Área de recursos humanos

ESTRATEGIA	FACTOR A TRABAJAR	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADOR	PRESUPUESTO	DURACIÓN	PERIODICIDAD	RECURSOS	RESPONSABLE
Fortalecimiento de la cultura organizacional	Organizar actividades y eventos que promuevan la cultura organizacional.	Organizar eventos y actividades que potencialicen la cultura organizacional.	<p>*Organizar actividades recreativas, team building y deportivas para fomentar el trabajo en equipo. presupuesto proyectado es de \$200.000</p> <p>*Implementar talleres de resolución de conflictos con el fin de mejorar la comunicación y resolver de manera más efectiva las situaciones, el presupuesto proyectado es de \$150.000</p> <p>*Realizar actividades y eventos culturales y sociales que promuevan la convivencia entre colaboradores</p> <p>*Realizar eventos sociales y culturales que promuevan la convivencia entre colaboradores. Presupuesto proyectado \$150.000.00.</p>	# De colaboradores que participan en eventos y que están satisfechos por las actividades.	\$ 500.000,00	6 meses	Cada 3 meses (Eventos y talleres)	Materiales, espacios y facilitadores	Área de recursos humanos, Y bienestar laboral
	Promover los reconocimientos y aniversarios de la organización mediante ceremonias especiales.	Realizar ceremonias que promuevan el logro colectivo y reconocimientos especiales.	<p>*Organizar eventos para reconocer el desempeño y los logros de los colaboradores. presupuesto proyectado son \$100.000</p> <p>*Realización de eventos para celebrar años de antigüedad y servicio a los colaboradores. presupuesto proyecto son \$ 50,000.00.</p> <p>*Otorgar distinciones y premios a los colaboradores destacados, el presupuesto proyectado es de \$50.000.</p>	Número de colaboradores de la organización se sienten reconocidos y valorados.	\$ 200.000,00	Constante	Los reconocimientos y ceremonias se harán cada semestre.	materiales, premios y espacios físicos.	Área de recursos humanos y Gerencia gerencial

ESTRATEGIA	FACTOR A TRABAJAR	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADOR	PRESUPUESTO	DURACIÓN	PERIODICIDAD	RECURSOS	RESPONSABLE
Reconocimiento y experiencia	Premie la antigüedad y el compromiso de los colaboradores.	Plantear un programa que por antigüedad, compromiso con la organización premie a sus colaboradores	<p>*Diseñar un programa de reconocimiento para aquellas personas que han prestado su servicio y compromiso a la organización, el presupuesto proyectado para esta actividad es de \$200,000.00.</p> <p>*Otorgar premios a colaboradores por antigüedad y reconocimiento a sus colaboradores que llevan más de 5, 10, 15 y 20 años de servicio. El presupuesto proyectado para esta actividad es de \$300.000</p> <p>*Plantear eventos y ceremonias anuales de reconocimiento para celebrar el compromiso y la antigüedad de los colaboradores, el presupuesto proyectado para esta actividad es de \$200.000</p>	Número de colaboradores antiguos / número de colaboradores premiados por antigüedad	\$ 700.000,00	Constante	Cada año se hace ceremonia de reconocimiento	Espacios físicos, premiación y materiales	Área de recursos humanos y Gerencia gerencial
	Actividades y ceremonias de reconocimientos de logros de los colaboradores.	Motivar a los colaboradores por medio de reconocimientos de contribuciones y logros.	<p>*Realizar eventos semestrales para premiar a los colaboradores que se han destacado. presupuesto propuesto de \$300,000.00.</p> <p>*Dar reconocimientos a los colaboradores que han logrado un desempeño alto en sus funciones, presupuesto proyectado \$200,000.00.</p> <p>*Organizar eventos recreativos y sociales con el fin de celebrar los logros de cada equipo de trabajo. El presupuesto planteado es de \$100,000.00.</p>	Número de los colaboradores que se sienten motivados y reconocidos/ número de logros	\$ 600.000,00	Constante	Se hace semestral los eventos y ceremonias	Premios, materiales, espacios físicos	Área de recursos humanos y Gerencia gerencial
	Participación de colaboradores en cada actividad llevara a la acumulación de puntos canjeables por beneficios.	Sistema que premie la participación, contribución, asistencia y la iniciativa de los colaboradores.	<p>*Diseñar un sistema y/o plataforma digital que permita a los trabajadores acumular puntos y canjearlos por algún permiso o algo que sea de interés para ellos. presupuesto proyectado para la actividad \$300,000.00.</p> <p>*Establecer criterios de asignación de puntos mediante la participación de colaboradores en proyectos, asistencia, contribución y entre otros. Presupuesto proyectado \$100,000.00.</p> <p>*Ofrecer beneficios a los colaboradores como días libres, tarjetas de regalo, bonos, entre otros. el presupuesto proyectado es \$200,000.00.</p>	Número de colaboradores que participan en el programa / número de colaboradores que canjean puntos por beneficios	\$ 600.000,00	Constante	Mensual se realizaria la evaluación del programa	Premios(beneficios), Plataforma digital y materiales	Área de recursos humanos y tecnología


ESTRATEGIA	FACTOR A TRABAJAR	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADOR	PRESUPUESTO	DURACIÓN	PERIODICIDAD	RECURSOS	RESPONSABLE
Reconocimiento y experiencia	Sistema que premie a los colaboradores por su desempeño, trabajo en equipo e innovación.	Promover una cultura de reconocimiento de la excelencia, colaboración e innovación.	<ul style="list-style-type: none"> *Diseñar un sistema que evalúe y premie el desempeño, trabajo en equipo e innovación. con un presupuesto de \$200.000 *Brindar reconocimientos y premios a colaboradores con alto desempeño. con un presupuesto de \$100,000.00. *Premiar y reconocer los equipos que muestren que entre ellos hay colaboración y resultados sobresalientes. presupuesto proyectado \$100,000.00. *Otorgar a los colaboradores reconocimientos que propongan ideas innovadoras. presupuesto proyectado \$100,000.00. 	Numero de colaboradores que se sienten reconocidos y motivados por su desempeño.	\$ 500.000,00	Constante	Trimestral (Evaluación y premiación)	Premios(beneficios), Plataforma digital y materiales	Área de recursos humanos y Gerencia general
ESTRATEGIA	FACTOR A TRABAJAR	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADOR	PRESUPUESTO	DURACIÓN	PERIODICIDAD	RECURSOS	RESPONSABLE
Clima laboral	Incentivar a los colaboradores en la toma de decisiones	Promover la participación de los colaboradores cuando tomen sus decisiones	<ul style="list-style-type: none"> *Diseñar canales formales para que los colaboradores expresen sus opiniones y sugerencias. presupuesto proyectado \$100,000.00. *Establecer reuniones mensuales donde los colaboradores puedan discutir y proponer mejoras. presupuesto proyectado \$50,000.00. *Efectuar un sistema digital para que los colaboradores voten por iniciativas o decisiones relevantes. presupuesto proyectado \$50,000.00. 	# De colaboradores participantes en la toma de decisiones	\$ 200.000,00	Constante	se realizarian las reuniones y votaciones mensuales	Materiales, plataformas digitales, facilitadores	Área de recursos humanos
	Establecer círculos de calidad para proponer soluciones a las necesidades o problemáticas organizacionales.	Grupos de círculos de calidad en donde se den soluciones a necesidades y problemáticas organizacionales.	<ul style="list-style-type: none"> *Identificar, formar y capacitar colaboradores para formar círculos de calidad con un presupuesto de \$100.000 *Organizar sesiones de trabajo mediante reuniones mensuales para discutir problemáticas y proponer soluciones con un presupuesto de \$50.000 *Proponer soluciones propuestas por círculos de calidad con un presupuesto de 200.000 	Número de círculos de calidad/ las soluciones son propuestas	\$ 200.000,00	Constante	Mensual con las sesión de trabajo	Facilitadores, espacios físicos y materiales	Área de recursos humanos

ESTRATEGIA	FACTOR A TRABAJAR	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADOR	PRESUPUESTO	DURACIÓN	PERIODICIDAD	RECURSOS	RESPONSABLE
Clima laboral	Planes de acción basados en los resultados de los círculos de calidad.	Ejecutar planes de acción basados en los resultados de las encuestas y las propuestas de los círculos de calidad.	<p>*Realizar encuestas cada semestre con el fin de medir la satisfacción y áreas de mejora. con un presupuesto de \$50,000.00. *Analizar resultados de las propuestas y encuestas de los círculos de calidad. con un presupuesto de \$20,000.00.</p> <p>*Desarrollar planes de acción concretos para abordar las áreas de mejora identificadas, con un presupuesto de \$20.000</p> <p>*Implementar planes de acción y hacer seguimiento periódico con un presupuesto de \$10.000</p>	Número de los planes de acción implementados/ número de colaboradores que muestran cambio	\$ 100.000,00	Constante	Semestral, los planes de acción y encuestas	Equipo de análisis de datos, Software de encuestas, materiales.	Área de recursos humanos y apoyo externo
	Realizar encuestas Evaluando e identificando la satisfacción y áreas de mejora en los colaboradores	Realizar una encuesta para evaluar la satisfacción de los colaboradores e identificar áreas de mejora en el clima laboral.	<p>*Establecer una encuesta que mida la satisfacción laboral, el ambiente de trabajo y las áreas de mejora. presupuesto: \$30,000.00. *Distribuir a todos los colaboradores la encuesta a través de una plataforma digital. Con un presupuesto: \$20,000.00.</p> <p>*Considerar los resultados de la encuesta para identificar tendencias y áreas de mejora. Presupuesto: \$20,000.00.</p> <p>*Comunicar los resultados de la encuesta con los colaboradores y líderes de la organización. Presupuesto: \$10,000.00.</p> <p>*Establecer planes de acción basados en los resultados de la encuesta para abordar las áreas de mejora. Presupuesto: \$10,000.00.</p> <p>*Efectuar un seguimiento de los planes periódicamente para evaluar y accionar frente a su impacto. presupuesto: \$10,000.00.</p>	Número de colaboradores que participan en encuestas / Número de colaboradores con áreas de mejora identificadas	\$ 100.000,00	Constante	Cada semestre se evalúa las encuestas y planes de acción.	equipo de análisis de datos, Software de encuestas y materiales.	Área de recursos humanos y apoyo externo

ESTRATEGIA	FACTOR A TRABAJAR	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADOR	PRESUPUESTO	DURACIÓN	PERIODICIDAD	RECURSOS	RESPONSABLE
Marca empleadora	Eventos de marca empleadora reforzando la identidad empresarial	Eventos que fortalezcan la identidad empresarial y sentido de pertenencia	<p>*Implementar ferias para los colaboradores con la finalidad de que crezcan a nivel organizacional, el presupuesto proyectado es de \$150,000.00.</p> <p>*Invitar a expertos en el tema motivacional siendo un pilar de inspiración para los colaboradores, el presupuesto proyectado es de \$100,000.00.</p> <p>*Desarrollar actividades culturales y recreativas que fortalezcan la unión y el sentido de pertenencia hacia con la organización, el presupuesto proyectado es de \$100,000.00.</p>	# De colaboradores que participación en los eventos / los colaboradores que se identifican con la empresa	\$ 350.000,00	Constante	Se hace cada 3 meses los eventos y charlas	Facilitadores, espacios físicos y materiales	Área de recursos humanos y comunicación interna
	Testimonios de colaboradores	Expresar sus testimonios sobre la experiencia	<p>*Recopilar información a través de encuestas y entrevistas de los colaboradores, presupuesto proyectado es de \$100.000</p> <p>*Crear producción de material audiovisual a través de material gráfico con los testimonios de los colaboradores, presupuesto proyectado es de \$150.000</p> <p>*Compartir los testimonios a través de la intranet, promoviendo el uso del correo corporativo, redes sociales internas de la empresa, presupuesto proyectado \$50.000</p>	# De los colaboradores con testimonios valiosos con los que tiene experiencias gratas	\$ 300.000,00	Constante	Cada mes por difusión por testimonios	Plataformas digitales y uso de producción audiovisual	Área de recursos humanos y comunicación internación
	Campañas que resalten la misión, valores y la visión	Desarrollar campañas promoviendo el sentido de pertenencia mediante la comunicación interna.	<p>*Diseño de campañas visuales: Diseñar un material gráfico y audiovisual que potencialice la misión, visión y valores de la organización el presupuesto proyectado es de \$100.000</p> <p>*Implementación de campañas por medio de la intranet, correo corporativo, redes sociales internas y correo corporativo. el presupuesto proyectado es de \$50,000.00.</p> <p>*Organizar actividades interactivas que fortalezcan los valores de la empresa. el presupuesto proyectado es \$50,000.00.</p>	# De los colaboradores que conocen con la misión, visión y valores de la organización	\$ 200.000,00	Constante	Mensualmente se harán campañas y actividades	Diseñadores gráficos, plataformas digitales, materiales.	Área de recursos humanos y área de comunicación interna
TOTAL PRESUPUESTO					\$11.350.000,00				

Anexo G-. Identificación de elementos clave -Protocolo encuestas de satisfacción

El presente protocolo detalla el proceso que se debe de tomar para medir y optimizar la satisfacción de los colaboradores en la organización, puesto que muestra como mediante encuestas proyectadas a evaluar valores y objetivos estratégicos de Laboratorios Helsa S.A.S se aplicarían y se pueden llevar a analizar, presentando indicadores elementales como la reducción, ausentismo, satisfacción y percepción de reconocimiento, aquellas esenciales en la proyección del bienestar y Endomarketing empresarial.



LABORATORIOS HELSA S.A.S PROTOCOLO DE SATISFACCIÓN

FACTOR A TRABAJAR	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADOR	DURACIÓN	PERIODICIDAD	RECURSOS	RESPONSABLE
Comunicación Interna	Favorecer la comunicación interna para fomentar la transparencia, participación y bienestar de los colaboradores	Realizar encuestas trimestrales para medir el nivel de satisfacción con las iniciativas de balance entre vida y trabajo.	Número de personas que utilizan las herramientas digitales / sugerencias implementadas	6 Meses	Trimestral	Plataformas de comunicación	Área de talento humano
Balance vida-trabajo	Fomentar el bienestar y la satisfacción de los colaboradores a través de iniciativas que favorezcan un equilibrio saludable entre su vida personal y profesional.	Realizar encuestas cada tres meses para evaluar el grado de satisfacción con las iniciativas de conciliación entre la vida personal y laboral.	Número de personas que acceden a los servicios y beneficios/ nivel de satisfacción con las mismas	6 Meses	Trimestral	Plataformas digitales, alianzas con proveedores de salud y gimnasios.	Área de talento humano
Fortalecimiento de la cultura organizacional	Impulsar la cultura organizacional a través de iniciativas que favorezcan la integración, el reconocimiento y la comunicación interna.	Llevar a cabo encuestas trimestrales para evaluar el grado de satisfacción respecto a las iniciativas destinadas a fortalecer la cultura.	Numero de Comentarios positivos recibidos en las evaluaciones de mentores y talleres.	6 Meses	Trimestral	Material gráfico, producción audiovisual, plataformas digitales y espacios para eventos.	Área de talento humano
Reconocimiento y experiencia	Fomentar el reconocimiento y la valoración de los colaboradores a través de programas y eventos que celebren su compromiso, desempeño e innovación.	Realizar encuestas cada tres meses para evaluar el grado de satisfacción respecto a las iniciativas de reconocimiento.	Numero de los colaboradores que se sienten satisfechos en las encuestas de reconocimiento y experiencia	6 Meses	Trimestral	Eventos, ceremonias y Plataformas digitales, premios	Área de talento humano
Clima laboral	Evaluar el clima laboral mediante la medición de la satisfacción de los colaboradores, identificando áreas de mejora promoviendo un ambiente de trabajo positivo, colaborativo y motivador.	Realizar la medición de encuesta visibilizando áreas de mejora en el ambiente laboral	Numero de colaboradores que participan en la encuesta / los colaboradores que completan la encuesta	6 meses	Trimestral	Software de encuestas en línea, presentación de informes y boletines	Área de talento humano
Marca empleadora	Medir el impacto de actividades de la marca empleadora en la satisfacción y sentido de pertenencia de los colaboradores identificando áreas de mejora	Determinar el impacto de las actividades de la marca y el nivel de satisfacción de los colaboradores	Numero de colaboradores medidos /número de colaboradores satisfechos	6 meses	Trimestral	Software de encuestas en línea, presentación de informes y boletines	Área de talento humano



Anexo H-. Identificación de elementos clave Protocolo de objetivos estratégicos alineados al plan de Endomarketing enfocado en bienestar laboral.

El presente protocolo enfoca su atención en la alineación de los objetivos estratégicos de la organización, con el bienestar de sus colaboradores, la cual incluye principios que son rectores como salud emocional y física, crecimiento personal y profesional y entre otros que son definidos por los objetivos SMART y evaluación mediante KPI's específicos.



PROTOCOLO DE OBJETIVOS ESTRATÉGICOS ALINEADOS AL PLAN DE ENDOMARKETING ENFOCADO EN BIENESTAR LABORAL

LABORATORIOS HELSA S.A.S

PROTOCOLO	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	INDICADORES DE ÉXITO	SEGUIMIENTO
Comunicación interna y participación colaborativa	Implementar un sistema de comunicación interna que permita la participación bidireccional a través de plataformas digitales para facilitar y favorecer la transparencia organizacional	<ul style="list-style-type: none"> *Hacer canales que tengan una efectiva respuesta en la comunicación entre los diferentes grados de jerarquía. *Ayudar a tener acceso a la información importante a través de herramientas en el área digital. *Ejecutar zonas de encuentros para el diálogo y una efectiva retroalimentación en forma continua. *Promocionar activamente el concurso de los trabajadores en el proceso de tomar decisiones. *Estimular horizontalmente la comunicación y dar a los logros su reconocimiento. 	Diálogo con trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> *Invitar a los trabajadores de todas las áreas para analizar tareas de la compañía. *Hacer reuniones de grupo que incentive la participación y creatividad. *Registrar temas e ideas para hacer un seguimiento y buscar las posibles soluciones. 	Recursos Humanos y líderes de área	<ul style="list-style-type: none"> *Cantidad de procesos hechos. *Número de las propuestas a implementar. *Valorar la satisfacción de los trabajadores. 	Encuestas trimestrales de percepción
			Red de comunicación interna.	<ul style="list-style-type: none"> *Proyectar una red de intranet en forma sencilla con procesos, notas, y una normatividad para su seguimiento. *Realizar un proceso de reconocimientos y logros de los empleados. *Hacer la capacitación con cursos que capacitan en el uso de la intranet. 	Área de TI y comunicación interna	<ul style="list-style-type: none"> *Cantidad de usuarios que están activos en intranet *Número de documentos actualizados y consultados *Participación en el espacio de reconocimiento 	Reportes semestrales de uso y participación
			Retroalimentación digital	<ul style="list-style-type: none"> *Producir y crear un formulario en forma digital para recoger las ideas, opiniones y demás temas. *Crear reuniones en forma trimestral o bimestral para analizar los resultados. *Llevar a cabo hechos de forma concreta con base en el feedback. *Cursos donde se aprenda a recibir y dar una retroalimentación que ayude a construir. 	Recursos Humanos y comunicación interna	<ul style="list-style-type: none"> *Porcentaje de colaboradores que completan el formulario *Cantidad de acciones implementadas a partir del feedback *Nivel de participación en las sesiones 	Análisis de tendencias en feedback cada 6 meses
			Café con el director	<ul style="list-style-type: none"> *Juntas de carácter informal entre jefes y trabajadores. *Colocar en uso el sistema de un buzón de sugerencias *Ejecutar reuniones cada cierto tiempo, para resolver dudas entre empleados y el nivel ejecutivo. 	Alta dirección y comunicación interna	<ul style="list-style-type: none"> *Asistencia a las reuniones Cantidad de sugerencias recibidas y respondidas *Grado de satisfacción de los participantes 	Evaluación cualitativa semestral
			Soporte de comunicación en línea.	<ul style="list-style-type: none"> *Desarrollar una aplicación o intranet con avisos y boletines *Hacer un contenido sobre reconocimientos, noticias y actualizaciones. *Enseñar a los trabajadores en el uso de este. 	Área de TI y comunicación interna	<ul style="list-style-type: none"> *Cantidad de interacciones en la plataforma *Alcance de los boletines enviados *Nivel de comprensión de la información 	Reportes trimestrales de engagement digital
			Junta de retroalimentación por grupos.	<ul style="list-style-type: none"> *Planificar semanalmente entre cada grupo de trabajo y su jefe una reunión. *Calificar cada mejora, cada desafío y cada avance realizado. *Poner en uso un chat corporativo internamente para los avisos de forma rápida y una comunicación informal. 	Jefes de área y Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> *Frecuencia de reuniones cumplidas *Efectividad de las soluciones aplicadas *Nivel de satisfacción del equipo 	Informes mensuales de avances y desafíos

Bienestar Integral para los colaboradores	Construir un ecosistema de bienestar que a través de iniciativas estructuradas en salud física, mental y balance de vida trabajo incremente la satisfacción laboral	<ul style="list-style-type: none"> * Implementar políticas de conciliación laboral y familiar * Fomentar el trabajo flexible y remoto - Impulsar programas de salud integral y bienestar físico * Desarrollar estrategias de bienestar emocional y manejo del estrés * Sensibilizar sobre la importancia de las pausas activas y la relajación en el entorno laboral 	Conciliación laboral y familiar	<ul style="list-style-type: none"> * Establecer un espacio seguro para los hijos de los colaboradores * Ofrecer becas escolares para colaboradores y sus hijos * Entregar bonos para actividades familiares * Otorgar días libres por calamidad o eventos familiares 	Recursos Humano y Finanzas	<ul style="list-style-type: none"> * Uso del espacio infantil * Número de becas otorgadas * Cantidad de bonos utilizados * Días libres 	Encuestas semestrales de satisfacción
			Trabajo flexible y remoto	<ul style="list-style-type: none"> * Diseñar e implementar políticas de trabajo remoto * Adaptar horarios flexibles * Capacitar en herramientas digitales para el trabajo remoto 	Dirección General -Recursos Humanos y TI	<ul style="list-style-type: none"> * Cantidad de colaboradores en la modalidad remota * Productividad bajo esquema flexible * Número de capacitaciones realizadas 	Reportes trimestrales de productividad
			Bienestar físico y salud integral	<ul style="list-style-type: none"> * Establecer convenios con gimnasios * Ofrecer servicios de salud integral (oral, física y mental) * Promocionar beneficios en reuniones y boletines 	Recursos Humanos y comunicación interna	<ul style="list-style-type: none"> * Cantidad de empleados beneficiados * Participación en actividades de salud * Alcance de la difusión en reuniones y boletines 	Evaluación anual de impacto en salud y bienestar
			Bienestar emocional y manejo del estrés	<ul style="list-style-type: none"> * Realizar talleres de meditación y yoga * Organizar charlas y asesorías con expertos * Impartir capacitaciones en manejo de emociones y estrés * Organizar jornadas de salud con chequeos y vacunación 	Área de Recursos Humanos (Bienestar)	<ul style="list-style-type: none"> * Asistencia a talleres y charlas * Nivel de reducción del estrés en encuestas * Cantidad de colaboradores atendidos en jornadas de salud 	Encuestas de bienestar cada 6 meses
			Pausas activas y relajación en el trabajo	<ul style="list-style-type: none"> * Diseñar rutinas de relajación y estiramiento * Sensibilizar sobre la importancia de las pausas activas * Establecer horarios para su implementación 	Líderes de área y Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> * Participación en pausas activas * Impacto en la productividad * Reducción de problemas musculares 	Reporte semestral de cumplimiento y participación
Cultura organizacional, reconocimiento e integración	Fortalecer la identidad corporativa mediante la integración y sentido de pertenencia de los colaboradores con el fin de incrementar las estrategias y actividades de programas de reconocimiento y dinámicas colaborativas	<ul style="list-style-type: none"> * Informar los objetivos de la compañía a través de la misión, visión y valores de la organización de forma efectiva. * Hacer un a capacitación a través de una mentoría para el proceso de adaptar al trabajador. * Incentivar las labores del trabajo en grupo y la convivencia en diferentes áreas por medio de acciones de recreación y formativa. * Fortalecer un plan de premios y reconocimiento para valorar el compromiso y el esfuerzo de los trabajadores. 	Proyecto de material audiovisual y graficas.	<ul style="list-style-type: none"> * Producción banners, folletos como propaganda de la cultura de la organización. * Realización para divulgar la la identidad de la compañía a través de videos de la organización. * Propagandas para la integración en intranet y los correos de la corporación. 	Comunicación interna y Diseño gráfico	<ul style="list-style-type: none"> * Alcance de material distribuido * Participación en campañas visuales Impacto en el conocimiento de la cultura organizacional 	Encuestas semestrales de percepción
			Curso de mentoría organizacional	<ul style="list-style-type: none"> * Escogencia y capacitación de mentores * Designar a cada colaborador un mentor en un tiempo de tres meses * Evaluar y hacer el trazado de la evaluación de cada trabajador. 	Recursos Humano	<ul style="list-style-type: none"> * Número de mentores capacitados * Nivel de satisfacción de los nuevos colaboradores * Retención de talento en los primeros 6 meses 	Evaluación trimestral del programa
			Unir y fortalecer el trabajo en grupo.	<ul style="list-style-type: none"> * Hacer un plan de actividades deportivas, recreativas i team Boulding. * Poner en practica reuniones de resolución de conflictos Escenarios socialesculturales y de union que fomentes la convivencia. 	Recursos Humano y Bienestar Laboral	<ul style="list-style-type: none"> * Participación en actividades * Impacto en el clima organizacional Reducción de conflictos internos 	Reportes semestrales de participación y satisfacción
			Proceso de premios y reconocimiento.	<ul style="list-style-type: none"> recomiendamos para hacer un reconocimiento por los logros y el buen desempeño. * Festejar los aniversarios de nuestros colaboradores dentro de la compañía laboralmente. * Entrega de premios y distinciones a los trabajadores que se 	Dirección General -Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> * Número de eventos realizados Satisfacción de los colaboradores * Impacto en la motivación y retención 	Encuestas anuales de reconocimiento y satisfacción

Reconocimiento y motivación laboral	Implementar un sistema de reconocimiento integral que motive a los colaboradores a través de su compromiso y desempeño para que se fomente una cultura de excelencia y permanencia en la organización	<ul style="list-style-type: none"> * Reconocer la antigüedad y fidelidad de los colaboradores * Premiar el alto desempeño individual y en equipo * Incentivar la innovación y contribuciones significativas * Establecer un sistema de recompensas digitales para mejorar la motivación 	Reconocimiento por antigüedad y compromiso	<ul style="list-style-type: none"> * Diseñar un programa de reconocimiento por años de servicio * Otorgar premios a colaboradores con más de 5, 10, 15 y 20 años de antigüedad * Organizar eventos y ceremonias anuales para celebrar el compromiso de los colaboradores 	Dirección General -Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> * Número de colaboradores reconocidos * Nivel de satisfacción con el programa * Retención de talento 	Encuestas anuales de percepción
			Reconocimiento al desempeño y logros	<ul style="list-style-type: none"> * Realizar eventos semestrales para premiar a los colaboradores destacados * Dar reconocimiento a quienes logren un alto desempeño * Organizar eventos recreativos y sociales para celebrar los logros de los equipos 	Dirección General -Jefes de área	<ul style="list-style-type: none"> * Cantidad de premios otorgados * Impacto en la productividad * Participación en eventos 	Reportes semestrales de impacto
			Sistema de recompensas	<ul style="list-style-type: none"> * Diseñar una plataforma para acumular puntos y canjearlos por beneficios * Establecer criterios de asignación de puntos por contribuciones y asistencia * Ofrecer beneficios como días libres, tarjetas de regalo y bonos 	Dirección General y TI	<ul style="list-style-type: none"> * Participación en el sistema * Beneficios redimidos * Impacto en el compromiso laboral 	Monitoreo trimestral del sistema
			Evaluación y premiación del desempeño e innovación	<ul style="list-style-type: none"> * Diseñar un sistema para evaluar y premiar desempeño e innovación * Brindar reconocimiento a colaboradores con alto rendimiento * Premiar equipos que destaquen en colaboración y resultados * Otorgar reconocimiento a quienes propongan ideas innovadoras 	Recursos Humanos y Líderes de equipos	<ul style="list-style-type: none"> * Número de innovaciones implementadas * Nivel de satisfacción con el reconocimiento * Impacto en la creatividad organizacional 	Evaluaciones anuales de desempeño
Participación y mejora continua	Promover una cultura organizacional participativa e innovadora a través de la implementación de canales formales de comunicación para que se fortalezca la toma de decisiones alineada a los valores u objetivos estratégicos.	<ul style="list-style-type: none"> * Implementar canales estructurados para que los colaboradores expresen sus opiniones * Facilitar espacios de discusión y propuestas de mejora * Establecer círculos de calidad para abordar problemáticas organizacionales * Aplicar encuestas para medir la satisfacción y el ambiente laboral * Diseñar planes de acción efectivos para abordar oportunidades de mejora 	Creación de canales de comunicación para sugerencias	<ul style="list-style-type: none"> * Diseñar canales formales (digitales y físicos) para recibir opiniones y sugerencias * Implementar un sistema digital donde los colaboradores puedan votar por iniciativas relevantes 	Recursos Humanos y TI	<ul style="list-style-type: none"> * Número de sugerencias recibidas * Nivel de participación 	Revisión trimestral de uso y efectividad
			Reuniones y círculos de calidad	<ul style="list-style-type: none"> * Establecer reuniones mensuales donde los colaboradores discutan y propongan mejoras * Identificar y capacitar colaboradores para formar círculos de calidad * Organizar sesiones de trabajo para analizar problemáticas y proponer soluciones Evaluar e implementar soluciones sugeridas por los círculos de calidad 	Recursos Humanos y Líderes de equipos	<ul style="list-style-type: none"> * Cantidad de reuniones y propuestas implementadas * Impacto en los procesos organizacionales 	Seguimiento semestral de impacto
			Encuestas de satisfacción y clima laboral	<ul style="list-style-type: none"> * Aplicar encuestas semestrales para medir satisfacción y áreas de mejora * Analizar los resultados para identificar tendencias y oportunidades * Comunicar los resultados a los colaboradores y líderes * Diseñar planes de acción basados en los resultados * Monitorear la efectividad de los planes de acción 	Recursos Humanos y Comité de Bienestar	<ul style="list-style-type: none"> * Tasa de respuesta en encuestas * Implementación de mejoras según resultados Nivel de satisfacción laboral 	Evaluación semestral de impacto

Fortalecimiento del compromiso organizacional y sentido de pertenencia	Implementar estrategias y actividades que favorezcan el sentido de pertenencia, el crecimiento organizacional y la motivación de los colaboradores, para fortalecer la cultura empresarial a través de ferias, eventos culturales, testimonios y campañas visuales	<ul style="list-style-type: none"> * Brindar espacios de crecimiento y aprendizaje para los colaboradores * Fomentar la motivación y el compromiso organizacional * Crear contenido visual que refuerce la identidad corporativa * Fortalecer los valores y la cultura organizacional a través de diferentes medios 	Ferias de crecimiento organizacional	<ul style="list-style-type: none"> * Organizar ferias empresariales para el desarrollo de los colaboradores * Invitar a expertos motivacionales como pilar de inspiración 	Recursos Humanos y Comité de Bienestar	<ul style="list-style-type: none"> * Número de asistentes * Nivel de satisfacción de los colaboradores 	Encuestas post-eventos
			Actividades culturales y recreativas	<ul style="list-style-type: none"> * Realizar eventos que fortalezcan el sentido de pertenencia * Organizar dinámicas y actividades de integración 	Recursos Humanos y Comité de Bienestar	<ul style="list-style-type: none"> * Participación en eventos * Impacto en la motivación del personal 	Seguimiento semestral
			Testimonios de colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> * Recopilar información a través de encuestas y entrevistas * Crear contenido audiovisual con testimonios de los colaboradores * Compartir los testimonios en la intranet, redes sociales internas y correo corporativo 	Recursos Humanos y Comunicaciones	<ul style="list-style-type: none"> * Alcance y engagement del contenido compartido * Percepción de los colaboradores sobre la iniciativa 	Revisión de métricas digitales
			Campañas visuales para fortalecer la identidad corporativa	<ul style="list-style-type: none"> * Diseñar material gráfico y audiovisual que refuerce la misión, visión y valores de la empresa * Implementar campañas a través de la intranet y redes sociales internas Organizar actividades interactivas que refuercen los valores corporativos 	Recursos Humanos y Comunicaciones	<ul style="list-style-type: none"> * Cantidad de interacciones con el contenido * Grado de identificación con los valores organizacionales 	Evaluación trimestral de impacto

Comunicación interna y participación colaborativa		
IMPLEMENTACIÓN Y CRONOGRAMA	ACTIVIDAD	TEMPO ESTIMADO
Fase 1: Diagnóstico	Identificar necesidades y expectativas de los colaboradores mediante encuestas y entrevistas	1 mes
Fase 2: Desarrollo de herramientas	Creación de la intranet, buzón digital y plataformas de comunicación	2 meses
Fase 3: Capacitación	Formación de líderes y empleados en el uso de las nuevas herramientas y metodologías de retroalimentación	1 mes
Fase 4: Implementación	Puesta en marcha de las estrategias establecidas	3 meses
Fase 5: Evaluación y mejora	Análisis de resultados, ajuste de estrategias y optimización del protocolo	Permanente
RECURSOS NECESARIOS		
	Humanos	Líderes de área, equipo de RRHH, equipo de comunicación interna, dirección
	Tecnológicos	Desarrollo de intranet/aplicación, plataformas digitales de comunicación.
	Financieros	Presupuesto para capacitaciones, desarrollo digital, incentivos para participación
EVALUACIÓN Y AJUSTES		
	Indicadores clave	Tasa de participación en reuniones, nivel de satisfacción de los colaboradores, efectividad de la retroalimentación, interacción con las herramientas digitales
	Métodos de evaluación	Encuestas de percepción, métricas de uso de la plataforma, análisis de resultados del feedback
	Frecuencia de revisión	Cada 6 meses se realizarán ajustes según necesidades detectadas

PROTOCOLO	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	INDICADORES DE ÉXITO	SEGUIMIENTO
Bienestar Integral para los colaboradores	Promover el bienestar integral de los colaboradores mediante iniciativas que equilibren su vida personal y laboral, mejoren su salud física y mental y fortalezcan su compromiso con la organización	<ul style="list-style-type: none"> *Implementar políticas de conciliación laboral y familiar *Fomentar el trabajo flexible y remoto -Impulsar programas de salud integral y bienestar físico *Desarrollar estrategias de bienestar emocional y manejo del estrés *Sensibilizar sobre la importancia de las pausas activas y la relajación en el entorno laboral 	Conciliación laboral y familiar	<ul style="list-style-type: none"> *Establecer un espacio seguro para los hijos de los colaboradores *Ofrecer becas escolares para colaboradores y sus hijos *Entregar bonos para actividades familiares *Otorgar días libres por calamidad o eventos familiares 	Recursos Humano y Finanzas	<ul style="list-style-type: none"> *Uso del espacio infantil *Número de becas otorgadas *Cantidad de bonos utilizados *Días libres 	Encuestas semestrales de satisfacción
			Trabajo flexible y remoto	<ul style="list-style-type: none"> *Diseñar e implementar políticas de trabajo remoto *Adaptar horarios flexibles *Capacitar en herramientas digitales para el trabajo remoto 	Dirección General -Recursos Humanos y TI	<ul style="list-style-type: none"> *Cantidad de colaboradores en la modalidad remota *Productividad bajo esquema flexible *Número de capacitaciones realizadas 	Reportes trimestrales de productividad
			Bienestar físico y salud integral	<ul style="list-style-type: none"> *Establecer convenios con gimnasios *Ofrecer servicios de salud integral (oral, física y mental) *Promocionar beneficios en reuniones y boletines 	Recursos Humanos y comunicación interna	<ul style="list-style-type: none"> *Cantidad de empleados beneficiados *Participación en actividades de salud *Alcance de la difusión en reuniones y boletines 	Evaluación anual de impacto en salud y bienestar
			Bienestar emocional y manejo del estrés	<ul style="list-style-type: none"> *Realizar talleres de meditación y yoga *Organizar charlas y asesorías con expertos *Impartir capacitaciones en manejo de emociones y estrés *Organizar jornadas de salud con chequeos y vacunación 	Área de Recursos Humanos (Bienestar)	<ul style="list-style-type: none"> *Asistencia a talleres y charlas *Nivel de reducción del estrés en encuestas *Cantidad de colaboradores atendidos en jornadas de salud 	Encuestas de bienestar cada 6 meses
			Pausas activas y relajación en el trabajo	<ul style="list-style-type: none"> *Diseñar rutinas de relajación y estiramiento *Sensibilizar sobre la importancia de las pausas activas *Establecer horarios para su implementación 	Líderes de área y Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> *Participación en pausas activas *Impacto en la productividad *Reducción de problemas musculares 	Reporte semestral de cumplimiento y participación

Bienestar Integral para los colaboradores		
IMPLEMENTACIÓN Y CRONOGRAMA	ACTIVIDAD	TEMPO ESTIMADO
Fase 1: Planificación	Diagnóstico de necesidades y asignación de presupuesto	1 mes
Fase 2: Desarrollo de estrategias	Establecimiento de alianzas, diseño de capacitaciones, adaptación de espacios	2 meses
Fase 3: Ejecución	Implementación de programas y seguimiento inicial	3 meses
Fase 4: Evaluación y mejora	Análisis de impacto y ajustes necesarios	Permanente
RECURSOS NECESARIOS		
Humanos	Personal de RRHH, bienestar ,lider de área y expertos en salud	
Tecnológicos	Plataformas para capcitaciones,sistema de gestión de beneficios	
Financieros	Fondos asignados según el presupuesto establecido	
EVALUACIÓN Y AJUSTES		
Indicadores clave	Nivel de satisfacción de los colaboradores, uso de los beneficios, impacto en la salud y productividad	
Métodos de evaluación	Encuestas ,métricas de uso , reportes de desempeño	
Frecuencia de revisión	Evaluación semestral para realizar ajustes y mejoras	

PROTOCOLO	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	INDICADORES DE ÉXITO	SEGUIMIENTO
Cultura organizacional, reconocimiento e integración	Robustecer la identidad de la de la compañía, su integración y el sentido de pertenencia de sus trabajadores, a través de procesos de comunicación, reconocimiento de la labor, y las tareas en grupo.	<p>*Informar los objetivos de la compañía a través de la misión, visión y valores de la organización de forma efectiva.</p> <p>*Hacer un a capacitación a través de una mentoría para el proceso de adaptar al trabajador.</p> <p>*Incentivar las labores del trabajo en grupo y la convivencia en diferentes áreas por medio de acciones de recreación y formativa.</p> <p>*Fortalecer un plan de premios y reconocimiento para valorar el compromiso y el esfuerzo de los trabajadores.</p>	Proyecto de material audiovisual y graficas.	<p>*Producción banners, folletos como propaganda de la cultura de la organización.</p> <p>*Realización para divulgar la la identidad de la compañía a través de videos de la organización.</p> <p>*Propagandas para la integración en intranet y los correos de la corporación.</p>	Comunicación interna y Diseño gráfico	<p>*Alcance de material distribuido</p> <p>*Participación en campañas visuales</p> <p>Impacto en el conocimiento de la cultura organizacional</p>	Encuestas semestrales de percepción
			Curso de mentoría organizacional	<p>*Escogencia y capacitación de mentores</p> <p>*Designar a cada colaborador un mentor en un tiempo de tres meses</p> <p>*Evaluar y hacer el trazado de la evaluación de cada trabajador.</p>	Recursos Humano	<p>*Número de mentores capacitados</p> <p>*Nivel de satisfacción de los nuevos colaboradores</p> <p>*Retención de talento en los primeros 6 meses</p>	Evaluación trimestral del programa
			Unir y fortalecer el trabajo en grupo.	<p>*Hacer un plan de actividades deportivas, recreativas i team Boulding.</p> <p>* Poner en practica reuniones de resolución de conflictos</p> <p>Escenarios socialesculturales y de union que fomenten la convivencia.</p>	Recursos Humano y Bienestar Laboral	<p>*Participación en actividades</p> <p>*Impacto ene l clima organizacional</p> <p>Reducción de conflictos internos</p>	Reportes semestrales de participación y satisfacción
			Proceso de premios y reconocimiento.	<p>*Reunio0nes para hacer un reconocimiento por los logros y el buen desempeño.</p> <p>*Festear los aniversarios de nuestros colaboradores dentro de la compañía laboralmente.</p> <p>*Entrega de premios y distinciones a los trabajadores que se han destacado en su labor.</p>	Dirección General -Recursos Humanos	<p>*Número de eventos realizados</p> <p>Satisfacción de los colaboradores</p> <p>*Impacto en la motivación y retención</p>	Encuestas anuales de reconocimiento y satisfacción

Cultura organizacional, integración y reconocimiento		
IMPLEMENTACIÓN Y CRONOGRAMA	ACTIVIDAD	TEMPO ESTIMADO
Fase 1: Planificación	Diagnóstico de necesidades y asignación de presupuesto	1 mes
Fase 2 : Desarrollo de estrategias	Diseño de material gráfico, selección de mentores, planificación de eventos	2 meses
Fase: Ejecución	implementación de campañas, mentoría, actividades recreativas y sistema de reconocimiento	3 meses
Evaluación y mejora	Análisis de impacto y ajustes según resultados obtenidos	Permanente
RECURSOS NECESARIOS		
Humanos	Personal de RRHH, comunicación interna, mentores, organizadores de eventos	
Tecnológicos	Plataformas digitales para difusión, intranet, herramientas de evaluación	
Financieros	Presupuesto distribuido en actividades según lo estipulado	
EVALUACIÓN Y AJUSTES		
Indicadores clave	Nivel de compromiso de los colaboradores, impacto de material gráfico	
Métodos de evaluación	Encuestas de percepción, análisis de retención de talento, reportes de asistencia y satisfacción	
Frecuencia de revisión	Evaluaciones trimestrales para ajustes y mejoras	

PROTOCOLO	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	INDICADORES DE ÉXITO	SEGUIMIENTO
Reconocimiento y motivación laboral	Implementar un sistema de reconocimiento integral que motive a los colaboradores, valore su compromiso, desempeño y fomente la cultura de excelencia y permanencia en la organización	<ul style="list-style-type: none"> *Reconocer la antigüedad y fidelidad de los colaboradores *Premiar el alto desempeño individual y en equipo *Incentivar la innovación y contribuciones significativas *Establecer un sistema de recompensas digitales para mejorar la motivación 	Reconocimiento por antigüedad y compromiso	<ul style="list-style-type: none"> *Diseñar un programa de reconocimiento por años de servicio *Otorgar premios a colaboradores con más de 5,10,15 y 20 años de antigüedad *Organizar eventos y ceremonias anuales para celebrar el compromiso de los colaboradores 	Dirección General -Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> *Número de colaboradores reconocidos *Nivel de satisfacción con el programa *Retención de talento 	Encuestas anuales de percepción
			Reconocimiento al desempeño y logros	<ul style="list-style-type: none"> *Realizar eventos semestrales para premiar a los colaboradores destacados *Dar reconocimiento a quienes logren un alto desempeño *Organizar eventos recreativos y sociales para celebrar los logros de los equipos 	Dirección General -Jefes de área	<ul style="list-style-type: none"> *Cantidad de premios otorgados *Impacto en la productividad *Participación en eventos 	Reportes semestrales de impacto
			Sistema de recompensas	<ul style="list-style-type: none"> *Diseñar una plataforma para acumular puntos y canjearlos por beneficios *Establecer criterios de asignación de puntos por contribuciones y asistencia *Ofrecer beneficios como días libres, tarjetas de regalo y bonos 	Dirección General y TI	<ul style="list-style-type: none"> *Participación en el sistema *Beneficios redimidos *Impacto en el compromiso laboral 	Monitoreo trimestral del sistema
			Evaluación y premiación del desempeño e innovación	<ul style="list-style-type: none"> *Diseñar un sistema para evaluar y premiar desempeño e innovación *Brindar reconocimiento a colaboradores con alto rendimiento *Premiar equipos que destaquen en colaboración y resultados *Otorgar reconocimiento a quienes propongan ideas innovadoras 	Recursos Humanos y Líderes de equipos	<ul style="list-style-type: none"> *Número de innovaciones implementadas *Nivel de satisfacción con el reconocimiento *Impacto en la creatividad organizacional 	Evaluaciones anuales de desempeño

Reconocimiento y motivación laboral

IMPLEMENTACIÓN Y CRONOGRAMA	ACTIVIDAD	TEMPO ESTIMADO
Fase 1: Planificación	Diagnóstico de necesidades y definición de criterios de reconocimiento	1 mes
Fase 2 : Desarrollo	Creación del programa, selección de herramientas digitales y diseño de eventos	2 meses
Fase: Implementación	Ejecución de premios, eventos y lanzamiento de la plataforma digital	3 meses
Evaluación y mejora	Análisis de impacto y ajuste de estrategias	Permanente
RECURSOS NECESARIOS		
	Humanos	Personal de RRHH, líderes de equipo, comité de innovación y tecnología
	Tecnológicos	Plataforma digital para recompensas, herramientas de evaluación de desempeño
	Financieros	Presupuesto distribuidos en reconocimientos, eventos y premios
EVALUACIÓN Y AJUSTES		
	Indicadores clave	Participación en programas de reconocimiento, satisfacción de colaboradores, impacto en la retención y desempeño laboral
	Métodos de evaluación	Encuestas de percepción, análisis de retención ,monitoreo de uso de la plataforma de recompensas
	Frecuencia de revisión	Evaluaciones semestrales para optimizar el programa


PROTOCOLO	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	INDICADORES DE ÉXITO	SEGUIMIENTO
Participación y mejora continua	Fomentar una cultura organizacional participativa donde los colaboradores puedan expresar sus opiniones, contribuir con ideas innovadoras y participar activamente en la toma de decisiones, a través de canales formales y estrategias de mejora continua	<ul style="list-style-type: none"> *Implementar canales estructurados para que los colaboradores expresen sus opiniones *Facilitar espacios de discusión y propuestas de mejora *Establecer círculos de calidad para abordar problemáticas organizacionales *Aplicar encuestas para medir la satisfacción y el ambiente laboral *Diseñar planes de acción efectivos para abordar oportunidades de mejora 	Creación de canales de comunicación para sugerencias	<ul style="list-style-type: none"> *Diseñar canales formales (digitales y físicos) para recibir opiniones y sugerencias *Implementar un sistema digital donde los colaboradores puedan votar por iniciativas relevantes 	Recursos Humanos y TI	<ul style="list-style-type: none"> *Número de sugerencias recibidas *Nivel de participación 	Revisión trimestral de uso y efectividad
			Reuniones y círculos de calidad	<ul style="list-style-type: none"> *Establecer reuniones mensuales donde los colaboradores discutan y propongan mejoras *Identificar y capacitar colaboradores para formar círculos de calidad *Organizar sesiones de trabajo para analizar problemáticas y proponer soluciones Evaluar e implementar soluciones sugeridas por los círculos de calidad 	Recursos Humanos y Líderes de equipos	<ul style="list-style-type: none"> *Cantidad de reuniones y propuestas implementadas *Impacto en los procesos organizacionales 	Seguimiento semestral de impacto
			Encuestas de satisfacción y clima laboral	<ul style="list-style-type: none"> *Aplicar encuestas semestrales para medir satisfacción y áreas de mejora *Analizar los resultados para identificar tendencias y oportunidades *Comunicar los resultados a los colaboradores y líderes *Diseñar planes de acción basados en los resultados *Monitorear la efectividad de los planes de acción 	Recursos Humanos y Comité de Bienestar	<ul style="list-style-type: none"> *Tasa de respuesta en encuestas *Implementación de mejoras según resultados Nivel de satisfacción laboral 	Evaluación semestral de impacto


Participación y mejora continua		
IMPLEMENTACIÓN Y CRONOGRAMA	ACTIVIDAD	TEMPO ESTIMADO
Fase 1: Diagnóstico	Evaluar las necesidades de los colaboradores y diseñar los canales de comunicación	1 mes
Fase 2 : Desarrollo	Implementar canales de sugerencias, reuniones y círculos de calidad	2 meses
Fase: Ejecución	Aplicar encuestas, realizar reuniones y evaluar propuestas de mejora	3 meses
Evaluación y ajuste	Monitorear el impacto y optimizar estrategias según resultados	Permanente
RECURSOS NECESARIOS		
	Humanos	RRHH, líderes de equipo, comité de bienestar y tecnología
	Tecnológicos	Plataforma digitales de encuestas y comunicación interna
	Financieros	Presupuesto distribuido en implementación de sistemas, reuniones, encuestas y capacitación
EVALUACIÓN Y AJUSTES		
	Indicadores clave	Participación en encuestas y reuniones, número de propuestas implementadas, impacto en la satisfacción laboral
	Métodos de evaluación	Encuestas de percepción, análisis de retención, monitoreo de uso de la plataforma de recompensas
	Frecuencia de revisión	Evaluaciones semestrales para optimizar el programa




PROTOCOLO	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	INDICADORES DE ÉXITO	SEGUIMIENTO
Fortalecimiento del compromiso organizacional y sentido de pertenencia	Implementar estrategias y actividades que promuevan el sentido de pertenencia, el crecimiento organizacional y la motivación de los colaboradores, fortaleciendo la cultura empresarial a través de ferias, eventos culturales, testimonios y campañas visuales	*Brindar espacios de crecimiento y aprendizaje para los colaboradores *Fomentar la motivación y el compromiso organizacional *Crear contenido visual que refuerce la identidad corporativa *Fortalecer los valores y la cultura organizacional a través de diferentes medios	Ferias de crecimiento organizacional	*Organizar ferias empresariales para el desarrollo de los colaboradores *Invitar a expertos motivacionales como pilar de inspiración	Recursos Humanos y Comité de Bienestar	*Número de asistentes *Nivel de satisfacción de los colaboradores	Encuestas post-eventos
			Actividades culturales y recreativas	*Realizar eventos que fortalezcan el sentido de pertenencia *Organizar dinámicas y actividades de integración	Recursos Humanos y Comité de Bienestar	*Participación en eventos *Impacto en la motivación del personal	Seguimiento semestral
			Testimonios de colaboradores	*Recopilar información a través de encuestas y entrevistas *Crear contenido audiovisual con testimonios de los colaboradores *Compartir los testimonios en la intranet, redes sociales internas y correo corporativo	Recursos Humanos y Comunicaciones	*Alcance y engagement del contenido compartido *Percepción de los colaboradores sobre la iniciativa	Revisión de métricas digitales
			Campanias visuales para fortalecer la identidad corporativa	*Diseñar material gráfico y audiovisual que refuerce la misión, visión y valores de la empresa *Implementar campañas a través de la intranet y redes sociales internas Organizar actividades interactivas que refuercen los valores corporativos	Recursos Humanos y Comunicaciones	*Cantidad de interacciones con el contenido *Grado de identificación con los valores organizacionales	Evaluación trimestral de impacto

Fortalecimiento del compromiso organizacional y sentido de pertenencia		
IMPLEMENTACIÓN Y CRONOGRAMA	ACTIVIDAD	TEMPO ESTIMADO
Fase 1: Planificación	Definir los objetivos y recursos para cada estrategia	1 mes
Fase 2 : Desarrollo	Producción de material audiovisual, planificación de ferias y eventos culturales	2 meses
Fase: Ejecución	Implementación de ferias, actividades recreativas y difusión de campañas visuales	3 meses
Evaluación y ajuste	Monitorear el impacto y optimizar estrategias según resultados	Permanente
RECURSOS NECESARIOS		
Humanos		RRHH, Comité de Bienestar, Departamento de Comunicaciones
Tecnológicos		Plataformas digitales para difusión, producción audiovisual y encuestas
Financieros		Presupuesto distribuido en ferias, eventos ,campañas visuales y contenido digital
EVALUACIÓN Y AJUSTES		
Indicadores clave		Participación en eventos, alcance de campañas visuales, satisfacción de los colaboradores
Métodos de evaluación		Encuestas , métricas digitales y análisis de participación en actividades
Frecuencia de revisión		Evaluación trimestral para optimizar estrategias y fortalecer la cultura organizacional

Anexo I-J. Divulgación de los productos de la consultoría -Memorias de la sesión de divulgación. -Lista de asistencia de la sesión de divulgación.

		ACTA DE REUNIÓN					
Temática de la reunión		Divulgación y entrega de los productos de la consultoría en el plan de Endomarketing para la empresa Laboratorios HELSA S.A.S					
Objetivo		Proporcionar una visión detallada y comprensible del plan de Endomarketing desarrollado para Laboratorios HELSA S.A.S, con el fin de fortalecer el compromiso y sentido de pertenencia del talento humano de la organización, buscando comunicar de manera efectiva las estrategias, acciones propuestas y los beneficios esperados para así, asegurar el apoyo de los miembros de la empresa en la futura implementación del plan.					
Reunión	Ordinaria	Extraordinaria	Fecha	D	M	A	Hora inicio: 9:00 am
				22	02	2025	
Lugar	Virtual Google Meet					Hora finalización 10:00 am	
Convocados		Institución / Cargo / Delegación / Representación				Asistió	
						Si	No
Blanca Isabel Cortes Ávila		Representante Legal Laboratorios HELSA S.A.S				x	
Edgar Sixto Tafur Jiménez		Gerente de Ventas Laboratorios HELSA S.A.S				x	
Giselle Vanessa López López		Estudiante consultor Politécnico Grancolombiano				x	
Neffer Iveth Tafur Cortes		Estudiante consultor Politécnico Grancolombiano				x	
Temas propuestos / Orden del Día						Se realizó	
						Si	No
<ul style="list-style-type: none"> • Presentación del proyecto y su relevancia para Laboratorios HELSA S.A.S • Situación actual y necesidad del plan de Endomarketing • Conceptos claves de Endomarketing y bienestar laboral • Análisis DOFA • Objetivos de la propuesta • Estrategias del Endomarketing para laboratorios HELSA S.A.S • Acciones, cronogramas y recursos que se pueden proponer • Propuesta del plan de Endomarketing • Propuesta plan de bienestar laboral alienado al Endomarketing • Sinergias y beneficios • Resumen y recomendaciones para la implementación del Endomarketing en Helsa 						x	
Observaciones							
Se acuerda enviar por correo electrónico, todos los productos expuestos y aceptados por la gerencia de Laboratorios HELSA S.A.S							
Elaboró		Revisó			Aprobó		
Giselle Vanessa López López Neffer Iveth Tafur Cortes Estudiantes Consultores		Representante Legal de Laboratorios HELSA S.A.S			Representante Legal de Laboratorios HELSA S.A.S		
LISTA DE ASISTENCIA							
Nombre		Cargo		Firma			

	ACTA DE REUNIÓN
---	-----------------

Blanca Isabel Cortés Ávila	Representante Legal /Gerente	
Giselle Vanessa López López	Consultor #01. Estudiante MGTH.	
Neffier Iveth Tafur Cortes	Consultor #02. Estudiante MGTH.	
Anexos	Si	No X

Anexo K- Seguimiento gerencial -Acta de seguimiento gerencial #1

PROYECTO DE CONSULTORÍA- SEGUIMIENTO GERENCIAL



Número de acta:	001
Título del acta:	Seguimiento gerencial [#01] Proyecto de consultoría- Opción de Grado. Maestría en Gerencia del Talento Humano.

DATOS DEL ACTA

Fecha/Hora inicio: Octubre 31 de 2024 11:00 a.m.	Fecha/Hora final: Octubre 31 de 2024 1:00 p.m.
Lugar de la reunión¹: Virtual	Empresa: [Laboratorios Helsa S.A.S]
Proyecto: Plan de Endomarketing para la empresa Laboratorios HELSA S.A.S	Número de contrato:
Responsable del proyecto en la empresa: Blanca Isabel Cortés Ávila Representante Legal Gerencia	Consultores: Giselle Vanessa López López Neffer Iveth Tafur Cortes Estudiantes Maestría Gerencia del Talento Humano (MGTH). Politécnico Grancolombiano.

TEMAS TRATADOS²

<p><i>Tema:</i></p> <p>1. Primer seguimiento gerencial al avance semestral del proyecto de consultoría como opción de grado de los estudiantes de la Maestría en Gerencia del Talento Humano, de acuerdo con el plan de trabajo, reporte de actividades y revisión de productos.</p> <p><i>Desarrollo:</i></p> <p>Proponer un plan de Endomarketing para la empresa Laboratorios Helsa S.A.S, resultado de un proceso de consultoría que permita fortalecer el compromiso, el sentido de pertenencia, de su talento humano</p> <p>De acuerdo con el plan de trabajo del se programaron las siguientes actividades.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis de la situación de la Empresa 2. Diagnóstico de la cadena de valor 3. Trabajo de campo 4. Plan de Endomarketing orientado al bienestar laboral 5. Identificación de elementos clave
--

¹ Si es presencial indicar el lugar y si es virtual indicar el medio.

² Describir dentro del recuadro los temas tratados.

PROYECTO DE CONSULTORÍA- SEGUIMIENTO GERENCIAL


Número de acta:	001
Título del acta:	Seguimiento gerencial [#01] Proyecto de consultoría- Opción de Grado. Maestría en Gerencia del Talento Humano.

6. Divulgar los productos de la consultoría para fortalecer la capacidad institucional
7. Seguimiento gerencial

Conforme a los avances realizados se reporta el desarrollo de estas actividades, presentando los siguientes resultados, productos o dificultades en el periodo:



1. **Análisis de la situación de la Empresa:** A través de la Matriz DOFA se permitirá tener una visión integral del entorno interno y externo, lo que facilitará la toma de decisiones para poder potenciar aquellos aspectos positivos y poder corregir áreas vulnerables de HELSA.
2. **Diagnóstico de la cadena de valor:** Se analiza los aspectos que agregan valor a la organización, teniendo especial atención en el rol que desempeña el talento humano. La idea es identificar como contribuye y detecta oportunidades para optimizar la eficiencia y el ambiente de trabajo.
3. **Trabajo de campo:** Se elabora un modelo de encuestas a realizar para HELSA, con el fin de poder generar un ejemplo claro de cómo se recogerán las opiniones y percepciones acerca del clima laboral, la comunicación interna y otros factores relevantes, con el fin de mejorar la satisfacción del equipo.
4. **Plan de Endomarketing orientado al bienestar laboral:** Se presentan los documentos sobre las estrategias ,propuesta del plan de Endomarketing y la Propuesta del plan de bienestar laboral alineado al Endomarketing y se socializa las acciones concretas y tácticas orientadas a incrementar el compromiso personal con el objetivo general y los específicos, adicional a ello se contempla mostrar iniciativas que aseguren el bienestar de los empleados y que esté estrechamente ligado a las acciones del Endomarketing.
5. **Identificación de elementos clave:** Mediante el protocolo de encuestas de satisfacción y el de objetivos estratégicos alineados al plan de Endomarketing enfocado en bienestar, se presenta el proceso, metodología y se exponen los lineamientos, acciones y recursos necesarios para que sirvan como hoja de ruta para dejar claro el proceso que se empleará para alcanzar el objetivo propuesto.
6. **Divulgar los productos de la consultoría para fortalecer la capacidad institucional:** Se documentan los principales hallazgos y aprendizajes de las sesiones de presentación del plan de la consultoría facilitando el conocimiento y la continuidad del proyecto, asimismo se lleva un registro de los participantes, asegurando la integración de actores clave.
7. **Seguimiento gerencial:** En este primer seguimiento se evaluará e identifican los próximos pasos a seguir en el proyecto de consultoría para la empresa Laboratorios Helsa S.A.S

PROYECTO DE CONSULTORÍA- SEGUIMIENTO GERENCIAL




Número de acta:	001
Título del acta:	Seguimiento gerencial [#01] Proyecto de consultoría- Opción de Grado. Maestría en Gerencia del Talento Humano.

FIRMAS DE APROBACIÓN - ASISTENTES AL SEGUIMIENTO GERENCIAL³

Nombre	Cargo o rol	Firma
Blanca Isabel Cortés Ávila	Representante Legal /Gerente	
Giselle Vanessa López López	Consultor #01. Estudiante MGTH.	
Neffier Iveth Tafur Cortes	Consultor #02. Estudiante MGTH.	

FIRMAS DE RECIBIDO- DIRECTOR DEL PROYECTO

Nombre	Cargo o rol	Firma
María Gloria González Molina	Director del proyecto de consultoría.	María Gloria González Molina  Firmado digitalmente por María Gloria González Molina Fecha: 2025.04.21 11:39:21 -05'00'

Anexo L- Seguimiento gerencial -Acta de seguimiento gerencial #2

PROYECTO DE CONSULTORÍA- SEGUIMIENTO GERENCIAL

Número de acta:	002
Título del acta:	Seguimiento gerencial [#02] Proyecto de consultoría- Opción de Grado. Maestría en Gerencia del Talento Humano.

DATOS DEL ACTA

Fecha/Hora inicio: Febrero 22 de 2025 / 9:00 am	Fecha/Hora final: Febrero 22 de 2025 / 10:00 am
Lugar de la reunión¹: Virtual	Empresa: Laboratorios Helsa S.A.S
Proyecto: Plan de Endomarketing para la empresa Laboratorios HELSA S.A.S	Número de contrato:
Responsable del proyecto en la empresa: Blanca Isabel Cortés Ávila Representante Legal Gerencia	Consultores: Giselle Vanessa López López Neffter Iveth Tafur Cortés Estudiantes Maestría Gerencia del Talento Humano (MGTH). Politécnico Gracolombiano.

TEMAS TRATADOS²

<p><i>Tema:</i></p> <p>En relación con el acta de seguimiento gerencial anterior, se detallan a continuación las actividades realizadas, esto junto con los productos resultantes, teniendo en cuenta que han sido socializadas, finalizadas y revisadas por el representante legal de Laboratorios HELSA S.A.S</p> <ol style="list-style-type: none"> Análisis de la situación de la Empresa: Se expuso a la gerencia el análisis arrojado de la Matriz DOFA, permitiendo identificar de manera integral sus siglas, evidenciándole de cómo está herramienta le puede facilitar la toma de decisiones estratégicas y pueda potenciar los aspectos positivos y tener en cuenta las falencias que pueden llevar a HELSA a una mejor posición en su nicho. Diagnóstico de la cadena de valor: Se explica como cada eslabón contribuye al desempeño de la empresa y se expusieron las oportunidades identificadas para poder optimizar la eficiencia operativa y así mejorar el ambiente laboral. Trabajo de campo: Se mostró la dirección del modelo de encuestas a realizar en HELSA, donde pudimos ejemplificar como sería la recolección de opiniones en un tema específico de clima laboral, comunicación interna y demás temas relevantes. esto con
--

¹ Si es presencial indicar el lugar y si es virtual indicar el medio.

² Describir dentro del recuadro los temas tratados.

PROYECTO DE CONSULTORÍA- SEGUIMIENTO GERENCIAL


Número de acta:	002
Título del acta:	Seguimiento gerencial [#02] Proyecto de consultoría- Opción de Grado. Maestría en Gerencia del Talento Humano.

el fin de tener información base piloto para futuras estrategias de mejora de la satisfacción del equipo laboral.

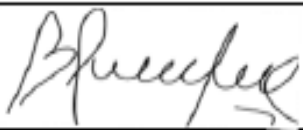


4. **Plan de Endomarketing orientado al bienestar laboral:** Organizadamente se presentaron los documentos que contenían las estrategias, la propuesta del plan de Endomarketing y la propuesta del plan de bienestar laboral alineado al Endomarketing ,socializando aquellas acciones concretas y tácticas para poder incrementar el compromiso de sus colaboradores y pudiendo destacar con ellos las iniciativas específicas que podrán asegurar el bienestar de sus futuros empleados y todo esto que este estrechamente ligado a las acciones con el Endomarketing.
5. **Identificación de elementos clave:** Se expusieron de manera detallada los protocolos creados para detallar de manera clara los proceso y metodologías. Estos protocolos presentados a la gerencia fueron de gran interés en ellos ya que les permitirá una ruta de implementación del plan de Endomarketing enfocado en el bienestar laboral, algo que a ellos los identifica gracias a su misión y visión y es preocuparse por su empelados quienes son su eje de posicionamiento.
6. **Divulgar los productos de la consultoría para fortalecer la capacidad institucional:** En este punto y como ya se había detallado con ellos en la sesión escrita en la memoria se facilitó todo ese conocimiento y se aseguraron de identificar mejor este proyecto con hallazgos y mutuos aprendizajes, ya que de parte de ellos pudimos conocer siempre lo que quería lograr la empresa.
7. **Seguimiento gerencial:** En esta etapa final de reunión con la gerencia de HELSA, se terminaron de evaluar todo el avance que dejó el proyecto y se concreta entregar todos lo realizado por medio correo, ya que para ellos fue de gran interés este gran plan.

Se sugiere fortalecer la comunicación interna para asegurar que se comprendan los beneficios y alcances de las iniciativas propuestas y así poder estructurar y consolidar las acciones planteadas en el plan de Endomarketing ,estableciendo mecanismos de monitoreo, para poder evaluar su impacto en la motivación, el compromiso y la fidelización de su talento humano .De acuerdo a lo dicho y para finalizar es importante designar un equipo o líder encargado de la gestión y evolución del Endomarketing en la empresa y poder garantizar sus sostenibilidad y alineación con los objetivos estratégicos de esta.

PROYECTO DE CONSULTORÍA- SEGUIMIENTO GERENCIAL

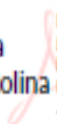

Número de acta:	002
Título del acta:	Seguimiento gerencial [#02] Proyecto de consultoría- Opción de Grado. Maestría en Gerencia del Talento Humano.

FIRMAS DE APROBACIÓN - ASISTENTES AL SEGUIMIENTO GERENCIAL³

Nombre	Cargo o rol	Firma
Blanca Isabel Cortés Ávila	Representante Legal /Gerente	
Giselle Vanessa López López	Consultor #01. Estudiante MGT.H.	
Neffier Iveth Tafur Cortés	Consultor #02. Estudiante MGT.H.	

³ Firman los asistentes al seguimiento gerencial.

FIRMAS DE RECIBIDO- DIRECTOR DEL PROYECTO

Nombre	Cargo o rol	Firma
María Gloria González Molina	Director del proyecto de consultoría.	 Firmado digitalmente por María Gloria González Molina Fecha: 2025.04.21 11:40:47 -05'00'

La importancia del Endomarketing y la cultura que se forja a partir de la percepción y construcción del Bienestar

Basándonos en diversas experiencias, sabemos que parte del bienestar se estructura bajo la cultura organizacional, aquella que es un conjunto de prácticas y estándares que implican creer en lo que se hace y valorarlo.

En laboratorios Helsa S.A.S. estamos convencidos de que, al canalizar todas nuestras experiencias en un mismo camino, lograremos alcanzar de manera grupal y exitosa las metas que nos propongamos. Esta es la forma de cumplir los objetivos trazados por la empresa.

La marca Sahel busca no solo posicionarse en el mercado nacional, sino que tiene como una de sus metas llegar a mercados internacionales. Para ello, la cultura organizacional proyectada se orienta directamente hacia las personas.

Por esta razón, se busca construir una empresa que atraiga personal capacitado y profesional, logrando una integración estrecha con la organización, alineada con su misión y visión.

Además, se trabajará en la motivación de cada colaborador, promoviendo sus ideas para fomentar la creatividad y el desarrollo de nuevos productos que permitan posicionar a la empresa en un nivel alto y competitivo dentro del mercado.

Es muy importante que los trabajadores de Laboratorios Helsa S.A.S. sean protegidos y valorados, ya que representan la esencia de la marca y la empresa.

Debemos tener en cuenta que cuando hablamos de cultura organizacional, nos referimos a un conjunto de conceptos y modelos que guían la forma de actuar dentro de una empresa u organización.

Como señala Diego Santos, Marketing Manager de HubSpot LATAM: "La cultura organizacional es el alma de una empresa; define quiénes somos, cómo nos comportamos y cómo interactuamos".

Con base en esto, lo que se construya dentro de la empresa será lo que nuestros clientes perciban, crean y admiren de ella.

La mejora continua y el reconocimiento de juntar el Endomarketing y el bienestar haciendo una unión con la cultura organizacional nos permitirá identificar y dar manejo a los problemas para llegar al éxito. En este ítem de una compañía dedicada a la producción de esmalte se debe tener muy presente la competencia porque este producto tiene una gran oferta, por eso debemos resolver los momentos complejos y tener una política de mejora constante para estar entre los mejores.

Por eso el proceso de motivación, que se le dé a los trabajadores se verá impactada en la producción y la satisfacción, en pro que se alineen con la organización y sus objetivos. Haciendo que la compañía se destaque comercialmente, en busca de mejorar su marca y generando la retención del talento laboral.

Como líderes, debemos tener claro que el Endomarketing en una empresa no puede ser controlada en su totalidad, se construye ya que está determinada por diversos agentes de cambio, tanto internos como externos, así como por clientes y situaciones negativas o positivas, lo que hace imposible un control absoluto.

En la compañía el DOFA es fundamental, su análisis nos permite bajar los índices de nuestras debilidades y subir nuestras fortalezas, siempre con la mira de tener una cultura organizacional más llevadera y manejable, siempre teniendo presente la originalidad y creatividad de nuestros productos.

Para nosotros las necesidades de los clientes están por encima de la cultura organizacional, lo que implica que esta debe ser flexible y adaptarse según sea necesario. Nacimos con una cultura de venta directa, con pocos empleados y un único objetivo: obtener ganancias sin considerar mucho los aspectos internos. Sin embargo, hoy reconocemos que nuestro fuerte debe ser nuestro equipo de trabajo, su comunicación interna aquella que es clave para alcanzar las metas trazadas y posicionarnos en mercados con altos estándares y reconocimiento. En este sentido, debemos adaptarnos a los cambios del entorno para garantizar la supervivencia, el éxito de la empresa, pero sobre todo el bienestar laboral.

En Laboratorios Helsa S.A.S., tenemos claro que el bienestar y el desarrollo de nuestro grupo de trabajadores son importantes para afianzar nuestra competitividad. Este ítem tiene su inicio en: la pandemia colocó un sin reverso en la forma de trabajar. El teletrabajo se volvió lo normal para la mayoría, lo que fue un gran reto para la compañía, donde el porcentaje de las labores son presenciales en un 75% y administrativamente en un 25%. Haciendo que debamos tener un nuevo proceso de relación laboral, la activación organizacional y la cultura corporativa a un nuevo proceso de realidad y un perseverante cambio.



Se quiere dar el mensaje a los trabajadores que pueden tener la seguridad de poder decir sus inquietudes, interrogantes, necesidades y lo que tiene que ver con la compañía, como también con lo relacionado laboralmente. Este proceso conllevará a generar soluciones efectivas, así mismo su entorno debe estar en un grado de plena satisfacción. Generando recompensas y reconocimientos a su labor, dando valor y robusteciendo su desempeño laboral y compromiso. Esta apertura generará respuestas efectivas y un entorno laboral más satisfactorio. Además, esto se traducirá en recompensas y reconocimientos adecuados, fortaleciendo su compromiso y desempeño.

Para nosotros, como empresa de cosméticos, es importante explicar por qué hemos decidido centrarnos en el aspecto humano de nuestros empleados más que en la productividad y las habilidades técnicas. Este enfoque responde a nuestra intención de avanzar al ritmo de la competitividad global, inspirándonos en grandes compañías que han demostrado que la cultura organizacional centrada en las personas es el camino más válido para enfrentar los retos del entorno empresarial actual proyectando personas motivadas, integrales, comprometidas, pero sobre todo que se comunican en un mismo lenguaje porque se sienten parte de y bajo el bienestar son la esencia que moviliza la organización.