



MARIHTO

MASTER EN RECURSOS HUMANOS, TRABAJO Y ORGANIZACIONES

Trabajo de Fin de Máster

Curso 2020/2021, Convocatoria de Junio

Título:

Plan de Acogida para THE HOFF BRAND S.L

Orientación:

Estudiante: Serena Irmgard, Perini

Tutor: Manuel Francisco Ortín

Botella OIR:

TFM.MGr.MFOB.SIP.210307 Elche,

14 de junio de 2021



Universidad Miguel Hernández de Elche

Índice:

1. ABSTRACTO	4
2. INTERVENCIÓN REAL.....	4
3. JUSTIFICACIÓN DEL PLAN DE ACOGIDA.....	4
3.1. VALOR AÑADIDO DEL PLAN DE ACOGIDA	5
3.2. ESTRUCTURA DEL PLAN DE ACOGIDA	5
3.2.1. ANTECEDENTES CORPORATIVOS	5
3.2.2. HISTORIA DE LA EMPRESA	6
3.2.3. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES.....	6
3.2.4. ESTRUCTURA EMPRESARIAL.....	7
4. PLAN DE ACOGIDA	9
4.1. CREACIÓN DE RELACIÓN DE CONFIANZA.....	9
4.2. PERIODO DE INTEGRACIÓN	9
4.3. EMAIL DE BIENVENIDA.....	10
4.4. AMBIENTE LABORAL FAVORABLE	10
4.5. HOFF WELCOME PACK	11
4.6. REUNIONES DE ACOGIDA.....	11
4.7. HOFF-BUDDY.....	12
4.8. CONTRATO LABORAL.....	13
5. MANUAL DE ACOGIDA.....	15
5.1.1. CARTA DE BIENVENIDA	16

5.1.2.	DESCRIPCIÓN DE PUESTO DE TRABAJO.....	16
5.1.3.	HORARIOS.....	16
5.1.4.	VACACIONES Y PERMISOS DE AUSENCIA.....	17
5.1.5.	BENEFICIOS Y CÓDIGOS DE DESCUENTOS.....	18
5.1.6.	GESTIÓN DE VIAJES CORPORATIVOS	18
6.	PLANES DE FORMACIÓN Y DESARROLLO HOFF	18
7.	CREACIÓN DE PLANES DE TRASPASO DE INFORMACIÓN	19
8.	CRECIMIENTO DE HOFF.....	19
	Bibliografía:	20



1. ABSTRACTO

El objetivo principal del trabajo es describir, en que consiste el plan de acogida, que apartados, materiales y acciones debería incluir y finalmente crear el plan para la empresa THE HOFF BRAND S.L., la cual diseña y comercializa zapatillas. A su vez se pretende demostrar la importancia, tanto para el trabajador que se incorpora como para la empresa, con el fin de conseguir que la relación entre ambos sea a largo plazo y exitosa.

2. INTERVENCIÓN REAL

El presente plan de acogida se elabora para la empresa THE HOFF BRAND S.L, en adelante nombrado HOFF. Está situada en Elche, provincia de Alicante y se dedica a diseñar y comercializa zapatillas para el uso diario. Este documento explicará la estructura y el funcionamiento de la empresa además de la creación y aplicación práctica de una de las herramientas de los RR.HH. como es el plan de acogida en la empresa.

3. JUSTIFICACIÓN DEL PLAN DE ACOGIDA

El éxito de HOFF depende de muchos factores, como la calidad y el diseño de sus zapatillas, el posicionamiento online. Uno de los aspectos más importantes, es el factor humano, ya que las personas son las que gestionan la mayoría de todas las tareas y el éxito de los proyectos y de la empresa, depende de ellas y como se desenvolverán en sus puestos. Es importante realizar un estudio exhaustivo sobre las funciones y tareas de cada puesto y como este contribuye a la estrategia y éxito de la empresa. Solo con esta información y una definición de las competencias claves, se puede seleccionar las personas más idóneas para el desempeño de ese puesto y una colaboración fructífera. Una vez elegido la persona es sumamente importante efectuar la fase de la inducción, para ajustar la fase de aprendizaje y lograr que la persona se incorpore exitosamente en la empresa. Cada miembro de HOFF colabora a su éxito y actúa bajo la imagen de marca, por esta

razón es importante que las personas y los valores empresariales van alineados. (VERNAZA PINARGOTE, 2019)

3.1. VALOR AÑADIDO DEL PLAN DE ACOGIDA

El objetivo de un plan de acogida es realizar la integración y adaptación de los nuevos trabajadores lo más rápida posible, para que puedan elaborar sus responsabilidades encomendadas con independencia y eficacia. Se busca acortar a lo justo y necesario la fase de inducción, una curva de aprendizaje eficiente, y formar a la persona, para que se convierta en un miembro del equipo de la empresa.

El plan de acogida de la empresa HOFF se crea para que las personas que se incorporan adquieran la cultura y elementos diferenciadores de organización, familiarizándose con su funcionamiento interno en el plazo más corto posible. Así pretende que se integre el nuevo empleado en la empresa y que se implique en los proyectos, buscando la satisfacción del cliente y así contribuir al crecimiento de la empresa.

3.2. ESTRUCTURA DEL PLAN DE ACOGIDA

3.2.1. ANTECEDENTES CORPORATIVOS

HOFF es una empresa especializada con un diseño especializado en líneas de “Sneakers” con un diseño que se diferencia de las zapatillas del mundo de la moda habitual. (Sneakers son zapatillas deportivas, cuyo uso no es explícitamente para la práctica del deporte, sino para vestirse de uso casual). El “Know How” de la empresa parte del diseño que apuesta por sus suelas serigrafiadas e inspiradas en lugares geográficos de todo el mundo. Además, se dedica diseñar y comercializar sneakers con tendencias de la moda. La producción esta externalizada con parámetros que define la empresa y bajo sus premisas de control de calidad. Actualmente dispone de tres diferentes canales de venta, Online (B2C),

Wholesales (B2B, Business to Business)¹, y una tienda física en Madrid (B2C, Business to Client).

3.2.2. HISTORIA DE LA EMPRESA

La empresa fue creada por 2 socios de Elche en 2016, posicionándose como marca cuyas zapatillas disponen de un diseño característico, apto para todos los eventos y horarios. Empezó apostando por el canal de ventas online y dos años después creó el canal wholesales para atender la venta de comercios físicos. HOFF enfoca la comercialización a dos campañas anuales, una para primavera/verano y otra para otoño/invierno. Se creó con cuatro personas, los dos cofundadores y dos empleados, y al día de hoy cuenta con más que 25 empleados y con previsión de seguir creciendo. A pesar de la difícil situación debido a los acontecimientos del COVID-19, sigue en plena expansión, y transformación y en octubre 2020 abrió una tienda propia en Madrid. Actualmente está presente en más de setenta países y tiene un volumen superior a los 350.000 pares de sneakers anuales con tendencia a ampliar mercados y la gama de productos.

3.2.3. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

La **misión** de HOFF es: “Difuminar la línea entre calidad, diseños increíbles y precios realmente justos”.

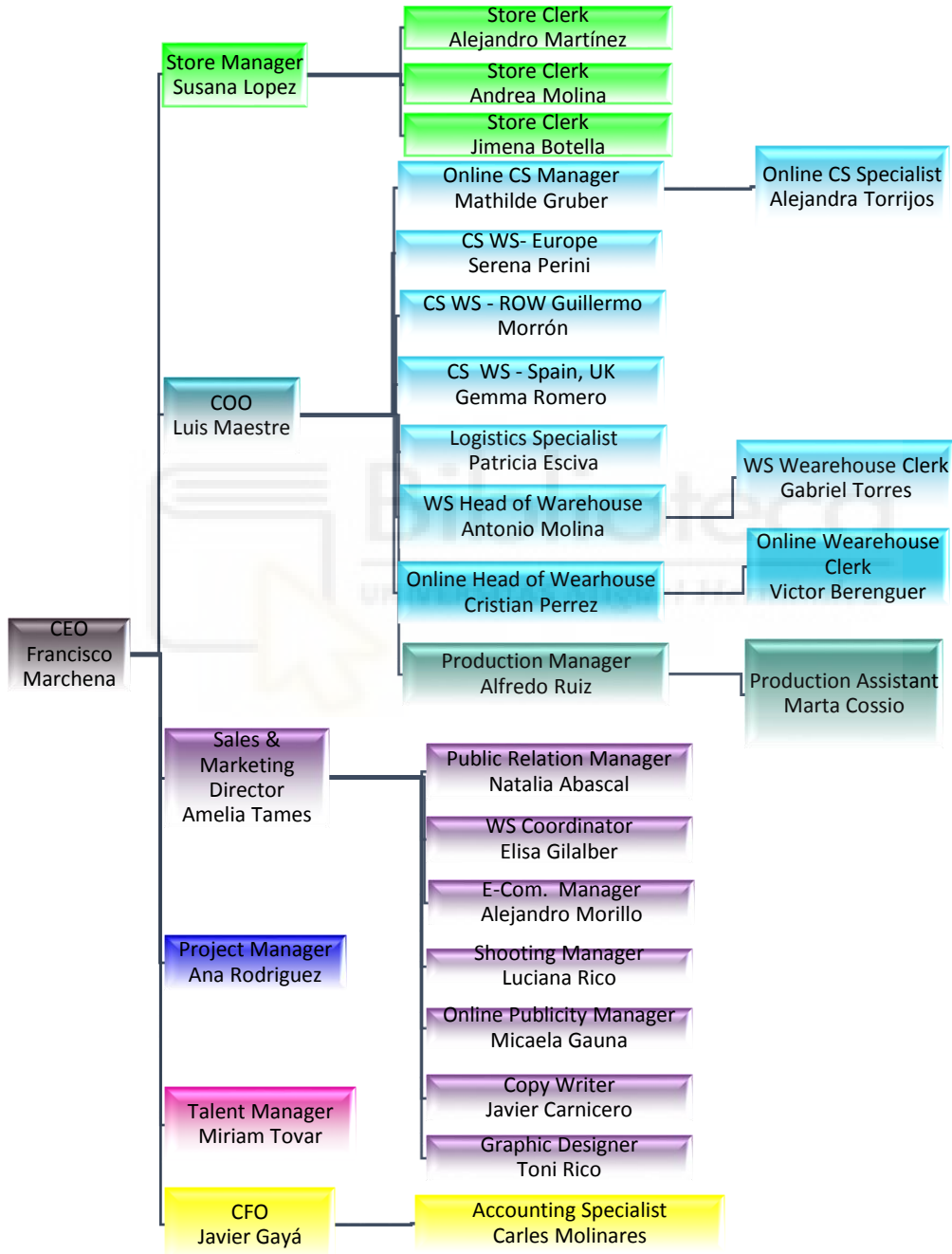
Su **visión** es hacer sneakers versátiles para llevar a todas horas sin importar el lugar, eligiendo siempre el camino menos transitado y hacer las cosas de forma diferente.”

Los **valores** fundamentales para la firma son: Creatividad, Autenticidad, Innovación, Aprendizaje” (MARCHENA MARÍN, 2021)

¹ Wholesales: Ventas al por mayor, la venta está destinada a tiendas y grandes superficies como clientes, no al cliente final.

3.2.4. ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El gerente (CEO) Francisco Marchena Marín es cofundador de la empresa. La empresa dispone de una estructura horizontal con pocas jerarquías. Todos los ámbitos financieros, operativos y de gestión de personal estaban unificados en un único puesto. ²



² Organigrama HOFF

Debido al crecimiento de la empresa y con el fin de atender con mayor eficiencia las necesidades organizativas y de sus colaboradores, en 2021 se creó el departamento financiero y el de los recursos humanos, redistribuyendo las responsabilidades.

Cada área dispone de un responsable principal, y la mayoría de los demás puestos se encuentran en el mismo nivel jerárquico. En el departamento de ventas y marketing una persona como máximo responsable, que es la Directora de Ventas y Marketing, tanto para el canal wholesales como online. Los demás puestos de este departamento están todos en el mismo nivel jerárquico respecto la repartición de funciones y responsabilidades. La empresa funciona a través de agentes y distribuidores para el canal de wholesales y con la publicity manager para el canal online.

El departamento de operaciones engloba dos áreas principales con el COO (Chief Operación Officer) como máximo responsable de este departamento. El gestiona el área del almacén, donde se preparan los envíos para los tres canales de venta y la parte administrativa, que consiste en la logística y atención al cliente del canal wholesales y online. El almacén dispone de dos responsables, uno para wholesales y uno para online. La parte administrativa de las operaciones se reparte en una persona para la logística y tres para la atención a los clientes y la gestión de los pedidos, envíos y pagos

Otra área que pertenece a operaciones el departamento de producción. La producción esta externalizado, y el máximo responsable de este departamento es el Production Manager, cuya función se determina como punto de comunicación con las fábricas para tratar cuestiones como el control de calidad de producción, definición de materiales, muestras, fechas y taras. Dispone de una persona como técnica en su departamento.

El departamento financiero consiste en el CFO (Chief Financial Officer) lo cual es el máximo responsable después del CEO. Se dedica a los análisis financieros de los canales, clientes

y todas las demás cuestiones financieras. Junto al CFO está el especialista contable para gestiones de tesorería y contabilidad.

La Project Manager no está asignada a uno de los departamentos anteriormente mencionado, ya que se encarga de la planificación y ejecución de proyectos de todas las áreas e interviene en todos los departamentos.

La TM (Talent Manager), se responsabiliza de unificar todas las gestiones de los departamentos y fomentar el crecimiento y la fidelización de las personas en HOFF para poder abarcar el crecimiento de la empresa.

4. PLAN DE ACOGIDA

4.1. CREACIÓN DE RELACIÓN DE CONFIANZA

La empresa HOFF se apunta a un ambiente de confianza para su equipo, con el fin que todos se sientan cómodos cumpliendo con sus obligaciones laborales. Se enfoca en ofrecer al trabajador un lugar de trabajo donde se pueda realizar, crecer y ver satisfechos los motores extrínsecos de su motivación personal. Uno de los valores principales en HOFF es la autenticidad y la continua mejora, esto también incluye que cada miembro del equipo tiene que tener la certeza que pueda ser escuchado y debatir asuntos laborales sin miedo.

4.2. PERIODO DE INTEGRACIÓN

El periodo de la integración es una fase crucial para una persona que se incorpora en una empresa. HOFF es una empresa en continuo movimiento y con un crecimiento rápido, donde es necesario que las personas se encarguen lo antes posible de sus funciones. Antes de la incorporación de la nueva persona, se informa a los empleados en la reunión semanal donde participan todos los integrantes administrativos de la empresa. Se detallará el puesto y lugar del trabajo, las funciones, responsabilidades y la fecha de incorporación de la

persona integrante. De esta forma se garantiza un flujo de información eficiente y genera una mayor aceptación grupal.

4.3. EMAIL DE BIENVENIDA

El día anterior del comienzo se envía un email interno e informativo anunciando la incorporación. El email contiene una foto y un abstracto sobre la persona, la cual pide la responsable de recursos humanos al candidato de antemano. Las líneas son redactadas por el nuevo candidato, donde se presenta al equipo. De esta forma se genera una primera toma de contacto entre el equipo y el integrante, y transmite cercanía. También se comunica la nueva dirección del correo electrónico empresarial.



Email de bienvenida HOFF, propia creación.

4.4. AMBIENTE LABORAL FAVORABLE

La gerencia de la compañía HOFF esta consiente que las personas contribuyen al éxito de la empresa, sea directamente por un puesto en atención al cliente o indirectamente, en puestos sin trato con el cliente. Considera que todos los puestos son importantes para conseguir el funcionamiento de la empresa. La filosofía empresarial es que exista un ambiente amigable donde la gente se sienta bienvenida, escuchada y que pueda aportar sus ideas.

Previo a la incorporación se prepara el lugar del trabajo y las herramientas necesarias y específicas del puesto, para que estén listos el día de la incorporación. Por ejemplo, para un puesto administrativo en las oficinas se precisan: portátil, pantalla y alizador, ratón, teclado y alfombrilla, bolígrafos, marcadores, cuaderno y post-its. Además, se procurará tener instalados y preparados todos los programas necesarios junto con sus claves de acceso para su equipo informático, es decir acceso a los servidores, Microsoft Office, el

ERP de la empresa y los demás portales que se usan en el puesto. De esta forma el candidato no se tiene que preocupar con dichas gestiones y puede concentrarse en la presentación y el comienzo en su nuevo puesto, además se le transmite la sensación de pertenencia al equipo y que importa a la compañía desde el primer día.

4.5. HOFF WELCOME PACK

El día de su incorporación será recibido por la TM y llevado a la sala principal de la empresa y presentado personalmente a todo el equipo. Se muestra su nuevo lugar de trabajo y donde depositar sus pertenencias.

HOFF quiere que sus empleados se identifiquen y familiaricen con la marca, generando una sensación de pertenencia al equipo HOFF, por lo cual se ha creado un pack de



bienvenida con artículos y utensilios de la marca para el nuevo candidato. Se entrega al candidato el HOFF WELCOME PACK tras su llegada en la oficina. El pack consiste en una taza con el logo de HOFF, una libreta “HOFF MOLESKINE”, el HOFF Brand Book, una bolsa de tela con el logo de HOFF y un vale para un par de zapatillas de su propia elección.

4.6. REUNIONES DE ACOGIDA

A continuación tiene una reunión con la TM donde se explicará la planificación del día para facilitar al candidato transparencia y visibilidad. También hace mención a la vestimenta y los uniformes. En las oficinas no se dicta un código de vestimenta como tal, dado que la empresa se dedica a la moda y la comercialización de zapatillas, el estilo es casual y libre a elegir, sin necesidad de llevar uniforme. En el almacén si se tiene que llevar la ropa y calzado del trabajo, sobre todo por cuestiones de prevención de riesgos laborales. En la

tienda es obligatorio llevar el uniforme, pretendiendo representar la imagen de la marca HOFF cuando se atiende a clientes.

Posteriormente el candidato tendrá una reunión con el CEO que le explica a grandes rasgos la empresa, su propia visión del futuro empresarial y otros aspectos importantes de la firma.

Después se reúne con el responsable de su departamento que le hará una introducción sobre el funcionamiento, de su puesto y responsabilidades. Le facilitará información sobre el funcionamiento interno de la empresa, por ejemplo, vía que canales suele operar una empresa, la comunicación interdepartamental, vías de distribución, que productos o servicios se ofrecen, y los procesos laborales de los distintos departamentos.

Se informa de antemano al nuevo candidato, que no es necesario de traer comida el primer día, ya que comerá con el CEO de la empresa.

4.7. HOFF-BUDDY

A las personas que se incorporan se les asignará un “BUDDY”, que ocupa la función de un tutor y que ayuda a la persona en las cuestiones de integración y para resolver dudas. Esta persona suele ser uno de los compañeros del mismo departamento, ya que por similitud de tareas y funciones será la persona más indicada y puede aportar más conocimientos e información para así ayudar en el aprendizaje del candidato. Se encargará a explicar el funcionamiento de la empresa a nivel interno, los procedimientos habituales, el código de conducta y cualquier otra información necesaria para desenvolverse bien en el nuevo puesto del trabajo. También se asegura que el candidato nuevo tenga las herramientas necesarias para desenvolverse en su puesto y también para adquirir conocimientos.

El BUDDY también será responsable de integrar al nuevo trabajador en el equipo, por lo cual le acompañara en las horas de comidas durante las primeras semanas, le informará sobre las pausas, costumbres y actividades que suelen hacer los compañeros en equipo.

4.8. CONTRATO LABORAL

Tras finalizar la comida con el CEO, la TM se reúne de nuevo con el candidato para la revisión y firma del contrato laboral. Tras la aclaración de posibles dudas que pueden haber surgido, se firma por ambas partes y se entrega las copias correspondientes al candidato. Se le informa que esta dado de alta desde el primer día de su incorporación y se recoge los datos bancarios para la gestión de nóminas. Junto con el contrato se especifica el sistema de objetivos y bonificaciones, así con las costumbres de pago de nóminas, vacaciones etc... Una vez finalizado este trámite se entrega una copia del manual de acogida.

En trascurso del resto del día y de los siguientes, el candidato tiene un tiempo asignado con cada miembro de la organización, presencial o mediante una video conferencia, para conocer todos los miembros y para que cada persona le explique sus funciones y como colaboraran en la empresa.

También se incluye la persona al grupo de WhatsApp de la empresa, mediante tenga acceso a noticias referente a la empresa. (Formar parte del grupo de WhatsApp es voluntario, no una obligación y no perjudica en ningún momento al trabajador).

Una vez presentado al equipo y tras las reuniones principales, el BUDDY empieza la primera introducción al puesto, informándole sobre sus áreas del trabajo e interacciones directas con otros departamentos.

El BUDDY también instruye al nuevo trabajador o miembro de la organización en los procedimientos laborales que se llevan a cabo en su puesto, por ejemplo, sobre comunicaciones internas y externas, vía que canal de comunicación. La empresa HOFF utiliza "Slack" para comunicaciones internas, ya que existen varios chats destinado a cada departamento y uno general para todos, además dispone de la posibilidad de comunicaciones individuales, vía chat y llamada o videoconferencia.

Las reuniones se suelen efectuar también vía Google Meet. Muchos documentos se almacenan en Google Drive, para trabajar documentos en conjunto, tanto interno como con agentes y colaboradores. También se instruye la persona recién incorporada, sobre la confidencialidad de datos sensibles, como pueden ser comisiones, deudas y datos de facturación.

A parte de los procedimientos internos también se tiene que informar sobre otros datos de interés de las instalaciones, como son datos horas de atención al público, como concertar reuniones y consultas para clientes, la gestión de reclamaciones y como último se detalla el procedimiento de colaboradores (influencers) que trabajan con la marca.

En caso de que la persona sea encargada de una cartera de clientes, proveedores u otros gestores externos donde mantiene un contacto habitual, es oportuno presentar la persona y a los stakeholders afectados sobre la incorporación y el cambio que conlleva.

A modo de ejemplo, las nuevas incorporaciones en el departamento de operaciones para la atención al cliente, serán presentados a los agentes y distribuidores del país de su responsabilidad vía email o video conferencia. De esta manera se evita confusiones y se genera un flujo de trabajo y comunicación dirigido a las personas correctas.

La duración de la fase de la integración u orientación es en cada empresa diferente, y depende tanto del tamaño de la compañía como de las responsabilidades del nuevo miembro. En puestos de alta dirección con mucha responsabilidad el periodo de integración puede presentarse más largo, debido a la complejidad de las tareas del puesto inherente. Si se incorpora una persona como técnico/a en una empresa, suelen bastar uno o dos días de presentación de todos los miembros y departamentos, o incluso menos tiempo y ya después la persona está asignada a su puesto y comienza con formaciones, explicaciones. En las pymes se observa que muchas de las tareas se aprenden ejecutando las funciones

habituales del puesto. Empresas multinacionales disponen de programas “*Welcome*” que son más específicos y duraderos, ya que también existe la necesidad de estandarizar estos procesos y asignar recursos a ello, debido al alto número de empleados. En la empresa HOFF, la mayoría de los empleados trabajan en el mismo centro, además existe una cercanía de los puestos de trabajos la cual facilita la familiarización de la persona recién incorporada con su puesto y las instalaciones.

Para el puesto de un mando directivo, como es el del CFO, es necesario ejecutar varias reuniones donde se traslade toda la información necesaria a la nueva persona, ya que dichos conocimientos suelen poseer solo pocas personas en una empresa y suelen ser confidencial. El CFO es el máximo responsable después del CEO por lo cual es necesario un exhaustivo traspaso de todas las informaciones y fuentes de ellos, para poder ejecutar su responsabilidades debidamente.

Para las nuevas personas es necesario destinar el tiempo adecuado según cada puesto, para garantizar un aprendizaje eficiente y así poder adquirir tanto conocimientos como experiencia laboral. Tras esas reuniones de traspaso de información y responsabilidades, se ha de informar también a los demás integrantes de los equipos sobre los cambios en la gestión y quién se encargará de las cuestiones específicas. Si se realizan cambios en los procedimientos, se realiza una formación para todos los involucrados, para garantizar el éxito de los nuevos procesos.

5. MANUAL DE ACOGIDA

El manual de acogida tiene que contener toda la información necesaria para entender el la estructura y el funcionamiento de la empresa. En éste documento ya se mencionó la historia de la empresa, su misión, visión y valores junto con la estructura empresarial en apartado 3.2, por lo cual no se detalla de nuevo en el apartado presente. El manual de acogida también recoge las normas y conductas empresariales, para facilitar al empleado un

recopilatorio, donde puede consultar toda la información necesaria. El manual de acogida está disponible de forma digital, a la cual la TM facilitará el acceso. Así puede el candidato consultar dicha información y entender mejor los contextos de la empresa. En HOFF se usa en todos los departamentos una herramienta ofimática para la gestión de tareas nombrado ASANA. En esta herramienta se ha habilitado un apartado, el “Employee Board” a cual pueden acceder todos los empleados. Ahí encuentran el manual de acogida, que incluye información, sobre horarios, vacaciones, códigos de descuentos, la gestión de viajes corporativos y otros puntos mencionados.

5.1.1. CARTA DE BIENVENIDA

El primer día se entrega a la persona recién incorporada una carta de bienvenida personalizada. Habitualmente se dirige directamente al nuevo candidato y esté firmada por el CEO. En ella contiene unas líneas breves de bienvenida dedicado al candidato y detalla el contenido del WELCOME PACK. De esta forma la persona recién incorporada recibe una bienvenida más cálida y cercana, lo cual contribuye a una mejor adaptación al nuevo entorno.

5.1.2. DESCRIPCIÓN DE PUESTO DE TRABAJO

La descripción del trabajo permite informar exactamente sobre las responsabilidades inherentes del puesto, las tareas de ejercer para cumplir los objetivos estipulados y para generar transparencia. Se utiliza para la evaluación del desempeño y elaborar los criterios evaluativos. La descripción del puesto es un documento individual y se especificará a cada empleado por separado y conforme a su puesto.

5.1.3. HORARIOS

Los trabajadores pueden consultar sus horarios en el “HOFF Employee Board” (tablón de empleados) junto a los tiempos y costumbres para pausas. HOFF ha creado la política de

la flexibilidad, donde el empleado puede decidir libremente si viene al centro del trabajo o si trabaja desde casa, siempre y cuando sus funciones lo permitan y no se ve comprometido de ninguna manera el flujo del trabajo.

El horario común es de lunes a jueves de 8:00 a 17:15, con 45 minutos de pausa, la cual se puede tomar a la hora que conviene y según criterio y volumen del trabajo. El viernes se trabaja de 8:00 a 14:00 con 20 minutos para el almuerzo.

Los colaboradores de HOFF disponen de un comedor con dos microondas, tostadora, máquina de café y nevera y posibilidad de fregar sus pertenencias. Se puede optar por traer su propia comida y calentarla en las instalaciones o disponer de un servicio ajeno de la compañía, que ofrece menús con precios accesibles para los empleados, las cuales serán entregadas en la instalación bajo pedido individual de cada empleado.

5.1.4. VACACIONES Y PERMISOS DE AUSENCIA

Se informa a la persona que se incorpora a la compañía HOFF como gestionar estos asuntos, mediante que herramientas y en qué plazo. La distribución de las vacaciones va conforme el funcionamiento de la empresa, en conjunto con los periodos donde no se puede disponer de ellos. Dichas fechas dependen de las temporadas altas, lanzamientos de campañas o fechas similares que requieren la máxima presencia del personal en la empresa, y son fijados por los responsables de cada departamento.

Las solicitudes de las vacaciones se gestionan vía un portal nombrado "Factorial" y tienen que ser validadas por la TM. Mediante la herramienta ofimática, se puede tener una vista global para todos los empleados sobre las fechas de vacaciones de cada empleado. También se gestionen bajas por enfermedad u otras ausencias previstas en este portal.

5.1.5. BENEFICIOS Y CÓDIGOS DE DESCUENTOS

La empresa HOFF quiere que sus empleados sean embajadores de la marca, por lo cual, cada empleado dispone de forma gratuita de dos pares por campaña (cuatro anual) a su elección. Igualmente tiene anualmente diez códigos de un descuento de un cincuenta por ciento. Amigos y colaboradores externos disponen de un descuento de veinte por ciento.

5.1.6. GESTIÓN DE VIAJES CORPORATIVOS

Cada persona pasa un día en Madrid, para conocer la ubicación de la tienda y su funcionamiento. Esta experiencia ayuda a familiarizarse con los modelos que se venden y las preguntas que puedan surgir por parte de los clientes. Los gastos para este viaje cubren la empresa. Si surge el caso de tener que realizar otros viajes corporativos, los gastos serán reembolsados bajo facturas simplificadas, las cuales tienen que entregarse al contable del departamento financiero junto con el formulario para los justificantes de los gastos.

Todos los apartados mencionados están especificados en el “Employees Board” lo cual se actualiza constantemente, para ofrecer la mayor transparencia y garantizar un flujo de comunicación eficiente. Actualizaciones fundamentales serán comunicadas igualmente vía email y a posteriori registrado en el portal.

6. PLANES DE FORMACIÓN Y DESARROLLO HOFF

En cada empresa es necesario formar los trabajadores, ya sea por nueva incorporación, o porque se implantan nuevas herramientas y estructuras que requieren formación. Se requiere un plan de formación para cada departamento y puesto, para monitorizar el crecimiento de los empleados en la empresa. En caso de las nuevas incorporaciones se tiene que asignar tiempo específico para la formación en las diferentes plataformas de gestión, como puede ser el ERP y otros programas del comercio electrónico. Se recomienda también pedir retroalimentación a los trabajador de HOFF trascurrido unos meses después

de su incorporación, para recoger aspectos de mejora de la gestión de la formación y se realiza una valoración de transferencia del conocimiento, para detectar que aspectos requieren formación adicional. Así se pueden identificar necesidades formativas específicas a cada puesto y utilizar dicha información para los futuros procesos de acogida.

7. CREACIÓN DE PLANES DE TRASPASO DE INFORMACIÓN

La empresa se tiene que asegurar de que se conserve y traspase el conocimiento necesario a las personas indicadas. Este proceso se tiene que preparar de antemano para no encontrarse en situaciones desprevenidas y bloquear el funcionamiento de la empresa.

El comienzo es generar documentos que recogen todo tipo de plataformas o herramientas que usa la empresa y los claves de acceso, para poder traspasarlos a los sucesores y también para poder cambiar accesos en caso de salidas de la empresa.

Otro paso es generar un fichero de procesos y tareas críticas inherente de los puestos donde se explica el procedimiento requerido, para poder replicarlo en un futuro o si es oportuno cambiar y modificarlo y evitar pérdida de información para la empresa. En HOFF se utiliza ASANA para la generación y el traspaso de la información, donde se almacena y se gestiona este proceso, como un proyecto con hitos y fechas.

8. CRECIMIENTO DE HOFF

Una empresa tiene que procurar que todos sus departamentos crezcan proporcionalmente de tal medida que puedan satisfacer las necesidades del negocio. HOFF ha notado en transcurso del año 2020 y 2021, a pesar de la difícil situación debido al COVID-19 un crecimiento exponencial y se logró duplicar el resultado anterior. Se han generado proyectos para la ampliación de la gama de los productos y su diversificación las cuales se implantarán en las próximas campañas. El CEO cuenta con la continuación del crecimiento y por lo cual también con la ampliación de la plantilla en varias áreas.

BIBLIOGRAFÍA

MARCHENA MARÍN, F. (Mayo de 2021). *HOFF*. Obtenido de THE HOFF BRAND SL:
<https://thehoffbrand.com/pages/sobre-nosotros>

VERNAZA PINARGOTE, S. M. (12 de 2019). *Disminuir la rotación de personal mediante el diseño de un plan de acogida dirigido a los nuevos colaboradores de la empresa hularuss cia. Ltda.* Recuperado el Mayo de 2021, de Repositorio Dspace:
<http://www.dspace.cordillera.edu.ec:8080/xmlui/handle/123456789/5270>

Este plan de acogida empresarial es un trabajo de desarrollo profesional y de intervención real con su aplicación práctica en la empresa The HOFF Brand S.L.

