

Retos en los procesos Onboarding

Stivison Cruz

Yulien Adriana Sepúlveda Parra

**Trabajo de grado para optar por el título de
Magíster en Estrategia Digital de Negocios**

Director del trabajo de Grado:

Ana Lucía Alzate Alvarado

Jhon Jairo Cuadros González

Andrés Felipe Millán Cifuentes

Universidad Icesi

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Medellín, junio de 2023

TABLA DE CONTENIDO

Tabla de Ilustraciones	4
Resumen	5
Abstract	6
1. Planteamiento del problema o necesidad	7
2. Propuesta de valor	9
3. Segmento del mercado	10
4. Análisis de los competidores	12
5. Modelo de generación de ingresos.	14
6. Muestra del producto mínimo viable MVP	15
6.1. PMV Evidencia del producto	16
6.1.1. Componentes del prototipo	17
7. Presentación de las hipótesis críticas	22
8. Diseño y evidencias del proceso de experimentación	24
8.1. Experimentación #1	24
8.2. Experimentación #2	26
8.3. Experimentación #3	29
9. Aprendizajes y acciones a tomar	32

	3
10. Adaptación de la Propuesta de Valor y Mínimo Producto Viable	32
11. Logros obtenidos	34
12. Road Map	36
13. Aprendizajes	37
14. Conclusiones	38
Bibliografía	39

Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1 Moscow.....	16
Ilustración 2 test card experimento 1	24
Ilustración 3 Learning card experimento 1	25
Ilustración 4 landing page.....	26
Ilustración 5 Landing page.....	26
Ilustración 6 card experimento 2.....	27
Ilustración 7 Learning card experimento 2	28
Ilustración 8 Encuesta	29
Ilustración 9 Encuesta	29
Ilustración 10 card experimento 3.....	30
Ilustración 11 card experimento 3.....	31
Ilustración 12 Roadmap	36

Resumen

Con este proyecto se pretende materializar el conocimiento obtenido en el marco de la Maestría en Estrategia Digital de Negocios, como un ejercicio práctico, bajo el cual se adopta y se pone en práctica todas las herramientas y metodologías disponibles para el desarrollo de soluciones digitales.

La solución digital que se presenta, se enfoca en resolver una necesidad actual del mercado laboral, que radica en los largos ciclos y tiempos que requiere un nuevo colaborador para completar la curva de aprendizaje en relación con su rol en la organización, lo que les genera ansiedad y angustia en sus primeros días laborales por no contar con la capacitación y las herramientas necesarias para el desempeño de su rol; así mismo, a los líderes de equipo les representa un gran reto lograr una rápida adaptación de los miembros del equipo con su área y rol para lograr una mayor productividad y lograr los resultados esperados de los mismos.

En este documento podrás conocer los principales dolores que sienten los colaboradores en su primera semana laboral, los desafíos a los que se enfrentan las áreas de Talento Humano y Líderes de equipos en cuanto a la reducción de los tiempos de formación y entrenamiento, a los retos que tienen los empleados de empezar a desempeñar su rol rápidamente para cumplir con sus responsabilidades.

También se pretende que puedas conocer las diferentes fases de esta investigación, los experimentos y aprendizajes que realicemos y el prototipo de nuestra solución para generar valor a estos usuarios.

Palabras Clave: Desarrollo organizacional, gestión del conocimiento, plan carrera, onboarding, experiencia de empleado.

Abstract

This project aims to materialize the knowledge obtained within the framework of the Master's Degree in Digital Business Strategy as a practical exercise, adopting and implementing all available tools and methodologies for the development of digital solutions.

The digital solution presented focuses on addressing a current need in the job market, which lies in the long cycles and time required for a new employee to complete the learning curve related to their role in the organization. This situation generates anxiety and distress for new employees in their early days of work due to the lack of training and necessary tools for their role. Likewise, it poses a significant challenge for team leaders to achieve a quick adaptation of team members to their area and role to increase productivity and achieve the expected results.

In this document, you will learn about the main challenges faced by employees in their first week of work, the challenges faced by Human Resources departments and team leaders in reducing training and onboarding times, and the challenges employees face in quickly starting to perform their roles to fulfill their responsibilities.

Furthermore, you will have the opportunity to learn about the different phases of this research, the experiments and learnings we will carry out, and the prototype of our solution to generate value for these users.

Keywords: Organizational development, Knowledge management, Career planning, Onboarding, employee experience.

1. Planteamiento del problema o necesidad

Una medición del ENPS en la empresa Tuya S.A encontró que solo el 32% del personal administrativo vinculado a la compañía encuentra que su proceso de adaptación al cargo, a la cultura y al equipo de trabajo, que en adelante lo referenciaremos como **“Proceso Onboarding”** fue altamente satisfactorio, esto significa que más del 60% manifiesta que su proceso de onboarding fue confuso y que no fue claro el plan de entrega y de entrenamiento, lo que generó que los tiempos de aprendizaje en su rol tomaran más tiempo y esfuerzo.

Adicionalmente se identificó que en Tuya S.A, existe una falta de coordinación entre los líderes de equipos, Gestión Humana y el área de Tecnología, para brindarle al colaborador la información y las herramientas necesarias para su enrolamiento en la organización a raíz de las siguientes razones:

- a. Los líderes no definen a tiempo las herramientas que deben ser habilitadas para el colaborador, así como los procesos, accesos y otros elementos relevantes para el cargo.
- b. El área de tecnología requiere de tiempos extensos para habilitar usuarios y herramientas por falta de información.
- c. El área de Gestión Humana no cuenta con descripciones de cargo actualizadas y bien definidas, no se tiene una valoración adecuada sobre el perfil requerido por los líderes.

El grupo de empleados no satisfechos, según la medición del ENPS, destaca que sus principales dolores radican en:

- a. Les es difícil identificar la información relevante para su rol.

- b. Para el desempeño de su rol necesitan interactuar con diferentes herramientas de las cuáles no tienen un acceso y capacitación previa.
- c. Les genera angustia cometer errores en su gestión por no conocer claramente los procesos o tareas a realizar y en algunos casos no saben dónde pueden consultar o escalar sus dudas.
- d. Sienten que pierden tiempo por no tener claro dónde o a quién consultar sobre un proceso en específico o adquirir un conocimiento clave para el desempeño de su rol.
- e. Se sienten impedidos para empezar a ejecutar su rol, ya que los elementos/herramientas que necesitan no se les asignan desde el primer día de labores.

Contar con esta información y con los resultados de esta medición, nos motivó a profundizar en este tema, por lo que decidimos indagar acerca de si estos dolores y problemas eran muy propios de Tuya S.A o si por el contrario se debía a un problema general en las organizaciones y esto fue lo que encontramos:

- Según un estudio de la Society for Human Resource Management (SHRM), el proceso de onboarding en las organizaciones puede durar entre 90 días y un año.
- Según un informe de la consultora BambooHR, el 31% de los empleados renuncia en los primeros seis meses de trabajo debido a una mala experiencia de onboarding.
- Un estudio de la consultora Aberdeen Group encontró que los empleados que participan en un programa de onboarding estructurado son un 58% más propensos a permanecer en la empresa después de tres años.

- Un estudio de la consultora Gallup encontró que solo el 12% de los empleados cree que su empresa tiene un proceso de onboarding efectivo.
- Según un informe de la consultora Deloitte, los empleados que participan en un programa de onboarding efectivo pueden alcanzar la productividad máxima en un 34% menos de tiempo que aquellos que no lo hacen

Dado lo anterior, concluimos que este problema no solo se presenta en Tuya S.A si no que es un problema global que tienen las organizaciones, por lo tanto decidimos basar nuestra investigación en la profundización de este problema y de esta forma desarrollar una solución para facilitar en las organizaciones la gestión en sus procesos de onboarding, específicamente en la etapa inicial del ciclo de vida del colaborador, que además les permita resolver el problema de articulación entre las áreas en pro de la experiencia de los colaboradores y lograr un ambiente de trabajo más eficiente y productivo.

2. Propuesta de valor

¡Con Digital People buscamos romper el tiempo récord en las curvas de aprendizaje organizacional!

Facilitamos y articulamos los procesos de onboarding en las organizaciones para generarle a los colaboradores una mejor experiencia en la etapa de enrolamiento y formación clave en sus primeros días laborales, y en efecto, lograr reducir los tiempos en las curvas de aprendizaje para una mayor productividad y eficiencia en la organización. Nuestra oferta de valor está soportada en una estrategia digital que permite hacer match entre las necesidades de formación del colaborador, con los objetivos clave del negocio definidos por el líder de equipo.

Nuestra propuesta de valor se destaca por los siguientes atributos:

- 1. Velocidad:** Reducimos los tiempos en la curva de aprendizaje. Los colaboradores contarán con las herramientas necesarias para desempeñar su rol desde su primer día. Verás a tus colaboradores más felices y productivos y menos angustiados y desorientados en su hacer.
- 2. Estrategia:** Articulamos los procesos estratégicos, misionales y la cultura de tu empresa con las necesidades de formación profesional y las competencias clave de la organización, bajo un modelo integral y personalizado.
- 3. Disponibilidad:** Integramos y estructuramos el conocimiento como base principal para la gestión y transformación de los equipos y del negocio. Notarás que preguntas de tipo "¿cómo lo hago?, ¿dónde lo busco?, ¿a quién le pregunto?" ya serán asunto del pasado.
- 4. Escalabilidad:** Nos apoyamos en la tecnología para desarrollar soluciones escalables y automatizadas que te permitan cubrir de manera integral las necesidades de formación y desarrollo en toda la organización, de forma eficiente y simple.

3. Segmento del mercado

Nuestra solución genera beneficios en diferentes usuarios, así:

- 1. Cliente principal:** Negocio B2B. Digital People está enfocada en brindar soluciones a empresas de tamaño mediano a grande de cualquier sector en Colombia, que enfrentan desafíos en la integración y adaptación de sus empleados con la

organización, lo que resulta en largas curvas de aprendizaje y dificultades para alcanzar la productividad deseada de sus equipos.

Características clave:

- **Largas curvas de aprendizaje:** Estas empresas experimentan tiempos prolongados antes de que sus empleados se vuelvan completamente productivos, lo que afecta la eficiencia y el rendimiento general del negocio.
- **Problemas en la comprensión del rol:** Los empleados tienen dificultades para entender completamente sus responsabilidades, los procesos y el negocio en general, lo que puede afectar su capacidad para contribuir de manera efectiva a la empresa.
- **Dificultad en la adaptación a la cultura empresarial:** Los empleados de estas empresas enfrentan desafíos para adaptarse a la cultura, estrategia y valores de la organización, lo que puede generar conflictos y disminuir la satisfacción laboral.
- **Necesidades de reskilling:** Empresas que requieran transformar sus procesos de aprendizaje para adaptarse a las nuevas tendencias y evolución de su estrategia.

2. Usuarios de la solución

- **Líderes de equipo:** Tienen una necesidad de formación en su área para cumplir con sus objetivos estratégicos y de negocio. Son Responsables de gestionar el Talento, por lo tanto, se benefician con nuestra propuesta de valor al tener una herramienta que les facilita la gestión y desarrollo de su equipo.
- **Colaborador:** Los empleados serán los principales beneficiarios de los planes de acompañamiento y capacitación, ya que estos programas les ayudarán a adaptarse

rápidamente a la cultura empresarial, comprender sus roles y responsabilidades, y alcanzar su productividad en un corto período de tiempo.

- **El departamento de Talento Humano:** Son responsables de la contratación, capacitación y retención de empleados. Les ayudará a mejorar la integración y adaptación de los empleados, reducir la rotación y mejorar el indicador ENPS.

4. Análisis de los competidores

Es importante resaltar que este proyecto de grado se basa en los problemas identificados en la empresa *TUYA S.A.* en relación con la gestión del conocimiento y la experiencia del empleado, más allá del uso de tecnologías, el principal reto de la organización es reducir los tiempos en la adquisición de curva de aprendizaje, reducir la incertidumbre que tienen los empleados con los procesos de ingreso a la compañía, esto implica un objetivo que vas más allá de incorporar herramientas tecnológicas que ya hoy existen, se trata de articular toda la experiencia del empleado con su rol en la organización, su desarrollo profesional y su desempeño.

Dado lo anterior, el análisis de la competencia se realiza bajo 3 procesos clave en el Onboarding:

1. Vinculación y contratación
2. Inducción y capacitación rol
3. Gestión del Desempeño y plan carrera

Iniciando nuestro análisis de la competencia principal, encontramos que para cada uno de estos 5 procesos existen soluciones especializadas en el mercado.

1. En los procesos de **vinculación y contratación** existen diferentes métodos de reclutamiento, entre ellos:
 - **Headhunting:** Existe una amplia oferta de empresas consultoras especializadas, cada una con sus propias herramientas de selección o licencias. Entre ellas tenemos el grupo Hays
 - **Portales de empleo:** Tales como, El empleo.com, Computrabajo, Agencia pública de empleo SENA, Servicio de empleo Comfama, LinkedIn
 - **Procesos de outsourcing:** Adecco, Personsoft.
 - **Programas de referidos:** Cada organización diseña su programa.
 - **Promoción interna:** de acuerdo con la política interna de cada organización

2. En los **procesos de inducción y capacitación** encontramos en el mercado un portafolio muy amplio de profesionales y empresas expertas en diseñar a la medida el plan de inducción y formación en diferentes formatos (presenciales, virtuales, Video). Podemos mencionar a Koideas como un competidor directo ya que su propuesta de valor consiste en crear un ecosistema de aprendizaje para el desarrollo de soluciones y se basa en el diseño de cursos a la medida.

3. En la **medición del desempeño** y diseño de plan carrera, podemos encontrar empresas muy posicionadas como Ascendo, Crehana especializadas en este tema.

En conclusión, podemos mencionar que cada una de estas empresas tienen unos atributos relevantes en su propuesta de valor, sin embargo lo que nos diferencia de ellas es que nuestra propuesta de valor busca integrar todos estos procesos a través de una estrategia digital que facilite la interacción de los flujos que soportan estos procesos para garantizar una experiencia superior en el ciclo inicia del colaborados con la organización y en la cual se tenga conectado el perfil del colaborador, el conocimiento clave del cargo/rol, los objetivos clave esperados y el desempeño del mismo, de acuerdo con los atributos descritos anteriormente.

5. Modelo de generación de ingresos.

Nuestra solución se diferencia de la competencia por su enfoque centrado en el empleado, su capacidad de adaptarse a las necesidades específicas de cada organización y su uso de tecnología avanzada para mejorar la experiencia de aprendizaje.

El modelo de negocio de DIGITAL PEOPLE se basa en una suscripción mensual por empleado, con diferentes niveles de acceso según el tipo de contenido y soporte requerido.

Digital People espera generar ingresos a través de la expansión de su base de clientes y la retención de suscriptores a largo plazo.

Otras fuentes de ingreso podrán materializarse a través de los siguientes servicios:

1. Consultorías
2. Capacitaciones
3. Coaching organizacional

Dentro del modelo de negocio también encontramos la posibilidad de monetizar el proyecto como innovación de proceso, lo que permite generar eficiencias en la empresa Tuya S.A. donde se está llevando a cabo la principal experimentación y de donde nació el proyecto.

En promedio se espera que tengamos 280 usuarios en el año, que es la rotación para el personal administrativo.

Algunos beneficios de las empresas con el uso de nuestra solución están relacionados con:

- Menor costo en la adquisición del Talento: Al disminuir los tiempos en la curva de aprendizaje, la empresa podrá disponer de las capacidades del colaborador con mayor anticipación y por ende lograr mayores eficiencias.
- Al generar una mejor experiencia en los procesos onboarding del empleado, se impacta positivamente el índice de rotación de la compañía, de esta forma se eliminan gastos asociados a los procesos de: desvinculación de los colaboradores que deciden retirarse, selección y vinculación del colaborador que entra a ocupar la posición disponible.

6. Muestra del producto mínimo viable MVP

El prototipo que construimos fue basado en incluir las funcionalidades que más valor generan y menos esfuerzo requieren para su implementación de acuerdo con la matriz Moscow.



Ilustración 1 Moscú

Estas funcionalidades se priorizaron de acuerdo con los principales dolores principales que encontramos en los usuarios, los cuáles se categorizan así:

1. Accesos a herramientas y aplicativos con los que interactúa en su rol
2. Formación en conocimiento clave de su cargo

6.1. PMV Evidencia del producto

- Link de acceso al prototipo: <https://marvelapp.com/prototype/78266b8>

El prototipo que testearon buscaba generar entre los diferentes usuarios la percepción de cómo podría ser su experiencia con nuestra solución, permitiéndoles simular los flujos a través

de los cuáles soportan sus tareas y procesos, así mismo buscamos articular cada uno de estos flujos y roles hacia un mismo objetivo el cuál consistía en enrolar y equipar al nuevo colaborador con su cargo, área y organización bajo la expectativa de tiempo definida por la organización.

6.1.1. Componentes del prototipo

A continuación, detallamos la arquitectura definida en el prototipo:

- El prototipo cuenta con una sesión inicial para acceder y autenticarse, dependiendo del tipo de usuario:
 1. Talento Humano
 2. Lideres
 3. Colaborador
 4. Administrador Control de accesos
- Cada usuario tiene un menú de opciones con opciones específicas que se encuentran interconectadas a través de los flujos que soportan sus procesos para poder habilitar el rol y formación del colaborador.
- El rol de **Talento Humano** tiene la opción de:
 - Gestionar solicitudes de vacantes
 - Conocer el detalle de la solicitud
 - Activar la solicitud
 - Vincular al colaborador seleccionado en la plataforma
 - Ingresar datos básicos y de contacto
 - Notificar al empleado la decisión especificando fecha de ingreso

- Notificar al Líder de la vacante que su solicitud fue atendida con los datos del colaborador.
- Consultar informes asociados al estado de los procesos de vinculación.
 - Conocer el estado de las solicitudes
- El **rol del líder de área** tiene la opción de:
 - Solicitar vacantes
 - Definir perfil
 - Definir fecha de ingreso requerida
 - Consultar estado de solicitudes
 - Acceso al tablero en el que puede visualizar la gestión que ha realizado cada Rol (Talento Humano, Control de Accesos, Colaborador) para garantizar la activación del usuario y las herramientas que se deben disponibilizar al colaborador.
 - Crear y Modificar Roles
 - Parametrizar el nivel del rol
 - Parametrizar los aplicativos con los que interactúa el rol
 - Parametrizar los módulos de formación que el rol requiere para su gestión
 - Consultar el avance de su equipo en cuánto al proceso Onboarding
 - Obtener el detalle del avance del colaborador con cada etapa del proceso de onboarding
 - Conocer el estado de su indicador de onboarding

- Obtener la medición del indicador de ciclo esperado (% de cumplimiento) en relación con la expectativa de tiempo definido por la organización.
- **El rol del Administrador de accesos** tiene la opción de:
 - Seleccionar las solicitudes que requiere gestionar de acuerdo con el estado de ellas:
 - Vencidas
 - Por vencer
 - Nuevas
 - Finalizadas
 - Gestionar solicitudes de acuerdo con el flujo del proceso:
 - Crear usuario
 - Enlazar rol
 - Activar usuario
 - Actualizar automáticamente estado en la plataforma y notificar avance a:
 - Colaborador:
 - Mensaje de Bienvenida
 - Fecha de ingreso
 - Lugar al que debe dirigirse el primer día y documentos a presentar
 - Líder de área

- Notificación del usuario del colaborador, rol asociado, estado de la solicitud
 - Talento Humano
 - Notificación del usuario del colaborador, rol asociado, estado de la solicitud
 - Entregar equipos/herramientas al colaborador
 - Marcación de los elementos de trabajo a entregar
 - Registro Fecha de Entrega
 - Notificar avances a los usuarios interesados
 - Colaborador
 - Generación de clave de acceso
 - Correo de confirmación de entrega de elementos
 - Lider
 - Notificación de Finalización de la solicitud.
 - Finalizar Solicitud
- El **rol del colaborador** tiene la opción de:
 - Acceder a la ruta de enrolamiento y autogestionar cada una de las etapas
 - Pantalla de inicio y mensaje de Bienvenida
 - Botón de acceso a la experiencia
 - Módulo de Inicio de tipo secuencial (Obligatorio-Prerrequisito para activar Usuario)
 - Verificar datos

- Datos personales y de contacto
- Información del área
- Información del perfil
- Conocer el perfil
 - Misión del cargo
 - Áreas de principal interacción
 - Aplicativos
 - Resultados clave esperados del Líder y la organización
 - Solicitar más información del perfil
 - Notificación al líder para agendar cita
 - Botón de confirmación de entendimiento de rol
- Conocer a su líder
 - Misión del área que dirige el líder
 - Trayectoria del líder en la organización
 - Contacto del líder
- Explorar el área
 - Estructura de área
 - Equipo de trabajo (compañeros)
- Realizar la inducción general
 - Acceder al módulo de autogestión que contiene la inducción virtual de la organización: Principios, Cultura, Valores, Objetivos Estratégicos.
- Activar el usuario

- Notificación al líder de que el colaborador ya tiene usuario activo
- Módulo Formativo
 - Descargar manuales asociados a las herramientas y procesos con los que interactúa desde su rol para su capacitación
 - Autogestionar los accesos a los aplicativos y herramientas
 - Notificar avance de su proceso a su líder
 - Finalizar módulo

7. Presentación de las hipótesis críticas

1. Creemos que para los líderes de las organizaciones es importante contar con un plan de formación que sea autogestionable por sus empleados.

Justificación: Teniendo en cuenta que para las empresas representa un esfuerzo importante en términos de presupuesto, logística y tiempos para diseñar y habilitar espacios de formación, nosotros pensamos que con miras a obtener mayor eficiencia en costos y tiempos las empresas buscan mayor autogestión en los procesos de formación por parte de sus colaboradores.

2. Creemos que los procesos de onboarding en las organizaciones no son los adecuados ya que los colaboradores se sienten desubicados en la fase inicial de su rol en el área.

Justificación: Queremos confirmar si los dolores de los colaboradores de Tuya son generales en otras organizaciones en relación con el proceso de onboarding y de esta forma identificar un nicho de mercado que nos permita escalar nuestra solución.

3. Creemos que los principales problemas en las organizaciones es la falta de integración de los sistemas y herramientas y la estandarización de los procesos.

Justificación: En la investigación de los resultados del ENPS en Tuya fue muy evidente que unos de los principales problemas para entregar información oportuna a los colaboradores en el proceso de onboarding se daba por la falta de articulación entre las diferentes áreas y por la cantidad de sistemas de información que funcionan como silos de procesos.

8. Diseño y evidencias del proceso de experimentación

8.1. Experimentación #1

Test Card

Test Name Métricas generadas de la Landing Page de Digital People

Assigned to Equipo Digital People

Deadline 25 de Mayo, 2023

Duration 2 semanas

STEP 1: HYPOTHESIS

We believe that

Creemos que para los líderes de las organizaciones es importante contar con un plan de formación que sea autogestionable por sus empleados.

Critical

STEP 2: TEST

To verify that, we will

Medir el nivel de aceptación de la propuesta de valor a través de una landing page, que nos permite identificar desde el botón "prueba gratuita" qué tan dispuestos e interesados están los líderes de las empresas invertir en soluciones relacionadas con los procesos de onboarding autogestionables

Test Cost:
Data Reliability:

STEP 3: METRIC

And measure

Desde la Landing Page logramos capturar los siguiente datos e indicadores:

1. Visitantes nuevos Vs Recurrentes
2. Resumen del tráfico . Sesiones del sitio - Visitantes +Únicos
3. Número de visitantes que hicieron el clic en el botón "prueba gratuita" y dejaron sus datos para contacto.
4. Principales fuentes de clientes potenciales
5. Porcentaje de visitantes que tuvieron interacción con la página: 32%

Not Required

STEP 4: CRITERIA

We are right if

1. Si al menos el 10% de los visitantes de la página hacen clic en el botón de "prueba gratuita" dejando sus datos.
2. Si en el contacto que logremos con estos interesados identificamos aceptación de nuestra propuesta de valor,

Copyright Strategyzer AG

The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Ilustración 2 test card experimento 1

Learning Card

Insight Name Dolores proceso onboarding

Date of Learning
Junio 2023

Person Responsible Equipo Digital People

STEP 1: HYPOTHESIS

We believed that

Creemos que para los líderes de las organizaciones es importante contar con un plan de formación que sea autogestionable por sus empleados.

STEP 2: OBSERVATION

We observed

Obtuvimos las siguientes métricas por las visitas en la landing page:

Público: Líderes, Profesionales en Gestión Humana
 Disponibilidad del prototipo: 3 días
 Sesiones: iniciadas: 60
 Visitantes únicos: 33
 Alcance: 2 Países
 Interacción: 4 interesados compartieron contactos
 % Conversión: 12%

Data Reliability:

STEP 3: LEARNINGS AND INSIGHTS

From that we learned that

El 32% de los visitantes de la página tuvieron una interacción con el contenido, que nos permite entender que para este % nuestra propuesta de valor les generó interés.

En el contacto que hicimos con los usuarios registrados, nos dimos cuenta que para ellos si genera valor: nuestra propuesta ya que nos recomendaron:

1. Ser menos descriptivos para no saturarlos con información en la página.
2. Consolidar la información en una sola pantalla, que no les implique desplazarse.
3. Que al registrar sus datos esperaban un contacto más rápido al que logramos hacer.

Aprendimos que es importante segmentar el contenido de tal forma que nos permita obtener métricas sobre su interacción y así poder identificar el contenido más relevante para el público.

Action Required:

STEP 4: DECISIONS AND ACTIONS

Therefore, we will

1. Diseñar la página en una sola pantalla.
2. Darle mayor visibilidad al call to action.
3. Simplificar el contenido.
4. Agregar en la página las nuevas funcionalidades que consideremos integrar en la solución para que pueda generar más engagement.

Copyright Strategyzer AG

The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Ilustración 3 Learning card experimento 1

Evidencias: <https://adrysep3.wixsite.com/digital-people/recursos>



Ilustración 4 landing page

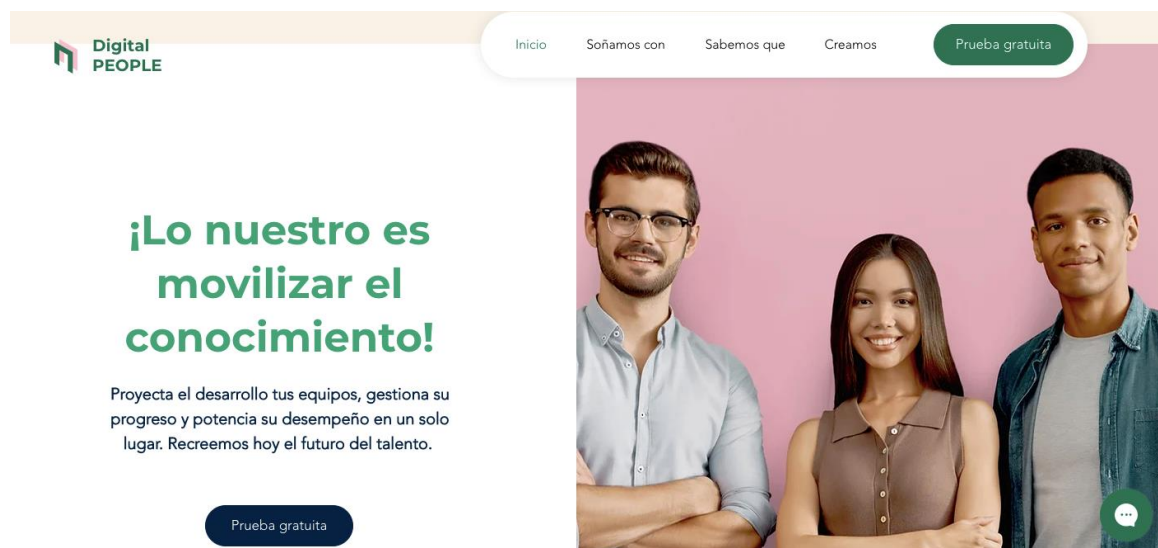


Ilustración 5 Landing page

8.2. Experimentación #2

Test Card Strategyzer

Test Name	Encuesta enr LinkedIn y grupo en Facebook	Deadline	24 de Mayo, 2023
Assigned to	Equipo Digital People	Duration	1 semana

STEP 1: HYPOTHESIS

We believe that

Creemos que los procesos de onboarding en las organizaciones no son los adecuados ya que los colaboradores se sienten desubicados en la fase inicial de su rol en el área. Critical   

STEP 2: TEST

To verify that, we will

Publicamos una encuesta abierta en LinkedIn y Facebook dirigida a personas que hayan vivido el rol de empleado en cualquier compañía.
¿Recuerdas ese primer día o semana laboral en tu área? ¿Cuál de estos eventos te generó una mala experiencia?

1. Me asignaron tareas sin tener aún accesos ni equipo de trabajo (Pc/usuario)
- 2.- No me capacitaron no hubo entrega del puesto o empalme
3. No tuve claro mi rol
4. No me presentaron al equipo
5. ninguna

Test Cost:   

Data Reliability:  

STEP 3: METRIC

And measure

Cantidad de votos por las diferentes opciones de la encuesta.

Time Required:   

STEP 4: CRITERIA

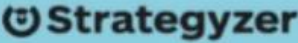
We are right if

Con base en las opciones más seleccionadas, podemos concluir si estos dolores son generales en las compañías o propios de la empresa Tuya S.A.

Copyright Strategyzer AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer 

Ilustración 6 card experimento 2

Learning Card



Insight Name Dolores proceso onboarding **Date of Learning** Junio 2023

Person Responsible Equipo Digital People

STEP 1: HYPOTHESIS


We believed that

Creemos que los procesos de onboarding en las organizaciones no son los adecuados ya que los colaboradores se sienten desubicados en la fase inicial de su rol en el área.

STEP 2: OBSERVATION

We observed


Los siguientes fueron los resultados según la encuesta realizada:
 Cantidad de respuestas: 174
 -El 51% manifiesta que no recibió capacitación ni entrega del puesto
 -El 20% manifiesta que le asignaron tareas sin contar con accesos y herramientas de trabajo.
 -El 13% manifiesta que no tuvo una mala experiencia
 -El 9% manifiesta no haber tenido claridad del rol
 -El 7% manifiesta no haber conocido a su equipo de trabajo

Data Reliability: 

STEP 3: LEARNINGS AND INSIGHTS

From that we learned that

Los resultados de la encuesta nos permite concluir que de cada 10 colaboradores, 9 viven una mala experiencia en el proceso de onboarding y que sus principales dolores radican en no contar con capacitación oportuna y no contar con las herramientas que requieren para su desempeño.

Action Required: 

STEP 4: DECISIONS AND ACTIONS

Therefore, we will

Estos resultados nos generan los insumos necesarios para poder priorizar las funcionalidades o principales soluciones que debemos cubrir en nuestro mínimo producto viable, dado a que generarán mayor valor e nuestro público objetivo.


Copyright Strategyzer AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer 

Ilustración 7 Learning card experimento 2

Evidencias:



Ilustración 8 Encuesta

8.3. Experimentación #3



Ilustración 9 Encuesta

Test Card



Test Name	Testeo Prototipo Digital People	Deadline	30 de Mayo, 2023
Assigned to	Equipo Digital People	Duration	1 semana

STEP 1: HYPOTHESIS

We believe that

Creemos que los principales problemas en las organizaciones es la falta de integración de los sistemas y herramientas y la estandarización de los procesos

Critical: 

STEP 2: TEST

To verify that, we will

Construir un prototipo que nos permita reunir en un solo lugar los diferentes roles que interactúan con los procesos de onboarding y que puedan estar integrados entre los flujos que soportan la experiencia del colaborador en su etapa inicial en la organización.

Test Cost:  Data Reliability: 

STEP 3: METRIC

And measure

Pruebas de usabilidad: Identificar qué tan fácil es para los usuarios cumplir con las tareas que se le piden hacer desde el prototipo.
Pruebas de navegación: Evaluar la facilidad de interacción del usuario con los menús, botones y funcionalidades del prototipo.
Pruebas de flujo: Evaluar si los usuarios completan las tareas específicas e identificar si encuentran obstáculos en ellos flujos.
Pruebas de Aceptación: Recopilar retroalimentación de los usuarios con relación a la experiencia en el uso del prototipo

Time Required: 

STEP 4: CRITERIA

We are right if

1. Si al menos 1 usuario logra completar el 100% de las actividades del flujo seleccionado.
2. Si una vez el usuario finalice la interacción del prototipo nos entrega una retroalimentación positiva relacionada con la unificación de los flujos.

Copyright Strategyzer AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer

micro

Ilustración 10 card experimento 3

Learning Card

Strategyzer

Insight Name Integración procesos onboarding *Date of Learning* Junio 2023

Person Responsible Equipo Digital People

STEP 1: HYPOTHESIS

We believed that

Creemos que los principales problemas en las organizaciones es la falta de integración de los sistemas y herramientas y la estandarización de los procesos.

STEP 2: OBSERVATION

We observed

Los siguientes fueron los elementos más relevantes observados en la interacción de los usuarios con el prototipo:

- Se observa interés de los usuarios por contar con una herramienta que integre los procesos en un solo lugar.
- Se observa que los usuarios necesitan poder visualizar de forma más detallada las pantallas dónde se habilitan las formaciones y el contenido.
- Aunque el prototipo genera alertas y notificaciones de avances a los roles que interactúan en el proceso, manifestaron que no les queda claro como llegan esas notificaciones y cuál es el porcentaje de avance con respecto a las personas que están activos en el proceso de onboarding.
- Manifiestan que les gustaría encontrar en la solución un directorio de contactos para resolver dudas a cerca de su proceso. "Llamada a un amigo no solo dudas asociadas al rol sino también al proceso de formación."

Data Reliability

STEP 3: LEARNINGS AND INSIGHTS

From that we learned that

- Aunque tengamos una propuesta que busca la integralidad de todo el proceso de onboarding de principio a fin, no siempre lograremos una integralidad total ya que esto requiere una personalización para cada organización, pero con los módulos que diseñamos, los diferentes usuarios encontraron valor en lo que experimentaron, especialmente en que no tienen que ir a diferentes aplicativos para gestionar las acciones del proceso de onboarding y que todos los roles pueden hacer gestión desde la misma solución y no en herramientas independientes.
- Podemos identificar que la integralidad de los procesos nos provee un nicho de mercado para empresas que tengan problemas con la estandarización y articulación de sus procesos de onboarding, no solo para cubrir la fase de enrolamiento del empleado para la obtención de sus herramientas de trabajo, sino también desde su formación asociada al perfil y conocimiento de sus funciones.

Action Required

STEP 4: DECISIONS AND ACTIONS

Therefore, we will

Es necesario habilitar el prototipo para su uso incluyendo como funcionalidades las recomendaciones obtenidas en el experimento como un mínimo producto viable.

Copyright Strategyzer AG miro The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Ilustración 11 card experimento 3

Evidencia: <https://marvelapp.com/prototype/78266b8>

9. Aprendizajes y acciones a tomar

A nivel general podemos concluir que nuestras hipótesis planteadas reafirman los resultados presentados por la empresa Tuya S.A en cuánto al indicador del ENPS y los indicadores que tomamos como referencia en fuentes externas a la empresa Tuya S.A en el que demuestran con datos la importancia de contar con un proceso de onboarding en las organizaciones para la retención del talento, mejorar las curvas de aprendizaje, generar una experiencia positiva de los colaboradores con la empresa. Por lo tanto, podemos confirmar que sí se necesitan soluciones para aliviar los dolores de los colaboradores, de los líderes de equipo y de talento humano en cuento a los procesos de onboarding.

10. Adaptación de la Propuesta de Valor y Mínimo Producto Viable

Con Digital People tus colaboradores lograrán una mayor y rápida adaptación a su rol al poder autogestionar su proceso de onboarding desde el primer día laboral.

Nuestra propuesta permite a través de una solución digital conectar los roles y flujos de los procesos que son clave para el desempeño del colaborador en su primera semana laboral, específicamente en lo relacionado a las herramientas, accesos y aplicativos que requiere para el desarrollo de sus actividades, así como la formación que requiere el colaborador para aumentar la confianza y la capacidad para cumplir sus tareas de forma más eficiente.

Este mínimo producto viable estará habilitado para ser usado en la empresa Tuya S.A, y tendrá una adaptación en sus funcionalidades para poder cubrir los mayores problemas identificados en la experimentación, así :

Funcionalidades iniciales que se mantienen

- Sesión inicial para acceder dependiendo del tipo de usuario:
- Cada usuario tiene un menú de opciones desde el cual puede interactuar con los demás roles de acuerdo a los flujos de sus procesos.
- El rol de Talento Humano tiene la opción de:
 - Gestionar solicitudes de vacantes
 - Consultar informes asociados al estado de los procesos de vinculación.
- El rol del líder de área tiene la opción de:
 - Solicitar vacantes
 - Consultar estado de solicitudes
 - Crear y Modificar perfiles
 - Consultar el avance de su equipo en cuánto al proceso Onboarding
 - Conocer el estado de su indicador de onboarding
- El rol del Administrador de accesos tiene la opción de:
 - Seleccionar las solicitudes que requiere gestionar de acuerdo con el estado de ellas.
 - Gestionar solicitudes de acuerdo al flujo del proceso:
 - Crear usuario
 - Enlazar rol
 - Activar usuario
 - Asignar equipos/herramientas
 - Notificar avances a los usuarios interesados
- El rol del colaborador tiene la opción de:

- Acceder a la ruta de enrolamiento y autogestionar cada una de las etapas
 - Verificación de datos del colaborador
 - Exploración de su perfil
 - Conocer a su líder
 - Explorar el área (estructura y compañeros)
 - Realizar la inducción general
- Acceder al módulo formativo para autogestionar su formación
 - Descargar manuales asociados a las herramientas y procesos con los que interactúa desde su rol
 - Gestionar los accesos a los aplicativos y herramientas
 - Notificar avance de su proceso a su líder

Funcionalidades nuevas

Incorporadas de acuerdo con los aprendizajes en la experimentación

- Notificaciones de avance para el colaborador o indicador en la plataforma
- Botón “llamada a un amigo” para el colaborador
- Módulo de autocapacitación en los temas requeridos para el perfil que ocupa el colaborador.
- Pantalla para visualizar el estado de los proyectos o temas que tendrá a cargo.

11. Logros obtenidos

- Con la Landing page logramos una conversión del 12% de los visitantes.

- A partir de este grupo de interesados (12%) logramos una intención de alianza con un visitante.
- A partir de los aprendizajes obtenidos por los experimentos logramos identificar necesidades de los usuarios que nos permitieron refinar la solución en un MVP.
- En Tuya S.A tuvimos una aceptación de nuestro prototipo y entró en consideración una posible solución para resolver los retos que tienen en el área de Gestión Humano en cuanto a la transformación del área de reclutamiento, selección y vinculación.x

12. Road Map



Ilustración 12 Roadmap

13. Aprendizajes

- El proceso de onboarding es crítico para la experiencia y productividad de los empleados, y su gestión efectiva requiere de coordinación entre diferentes áreas de la organización.
- Los problemas identificados en una empresa pueden ser representativos de desafíos más amplios en otras organizaciones, lo que brinda oportunidades para desarrollar soluciones innovadoras.
- El uso de tecnología y la automatización de procesos pueden ser elementos clave para mejorar la eficiencia y la experiencia en el onboarding de los empleados.
- Es importante tener en cuenta las necesidades y expectativas de diferentes usuarios, como líderes de equipo, colaboradores y el departamento de Talento Humano, al diseñar una solución de onboarding.
- El enfoque en la experiencia del empleado puede generar beneficios a largo plazo, como la retención de empleados y el aumento de la satisfacción laboral.
- La investigación y el análisis de la competencia son fundamentales para comprender el mercado y desarrollar una propuesta de valor diferenciada.
- La creación de un prototipo y su posterior evaluación pueden ayudar a obtener retroalimentación valiosa y realizar ajustes antes de la implementación final de la solución.

En resumen, el trabajo realizado ha permitido identificar los desafíos comunes en el proceso de onboarding, desarrollar una propuesta de valor diferenciada y generar aprendizajes clave para abordar este problema en las organizaciones.

14. Conclusiones

- El proceso de onboarding es un desafío común en muchas organizaciones, con impactos significativos en la adaptación y productividad de los empleados.
- Los problemas identificados en la empresa Tuya S.A., relacionados con la falta de coordinación, la ausencia de herramientas y la confusión en el proceso de adaptación, son similares a los desafíos encontrados en otras organizaciones.
- Existen estudios y estadísticas que respaldan la importancia de un proceso de onboarding efectivo, incluyendo la reducción de la rotación de empleados y el aumento de la productividad.
- Digital People propone una solución que busca facilitar y articular los procesos de onboarding en las organizaciones, centrándose en la velocidad, estrategia, disponibilidad y escalabilidad.
- La propuesta de valor de Digital People se dirige a empresas de tamaño mediano a grande en Colombia, que enfrentan desafíos en la integración y adaptación de sus empleados.
- La solución de Digital People se diferencia de la competencia al integrar todos los procesos de onboarding a través de una estrategia digital centrada en el empleado y utilizando tecnología avanzada.

Bibliografía

Alexander Osterwalder, Y. P. (2010). *GENERACIÓN DE MODELOS DE NEGOCIO*. Hoboken, Nueva Jersey: Centro de Libros PAPP.

Ron Kohavi, D. T. (2020). *TRUSTWORTHY ONLINE CONTROLLED EXPERIMENTS A Practical Guide to A/B Testing*. Cambridge CB2 8BS, United Kingdom: Cambridge University Press.

THOMKE, S. H. (2020). *Experimentation Works*. BOSTON, MASSACHUSETTS: HARVARD BUSINESS REVIEW PRESS.