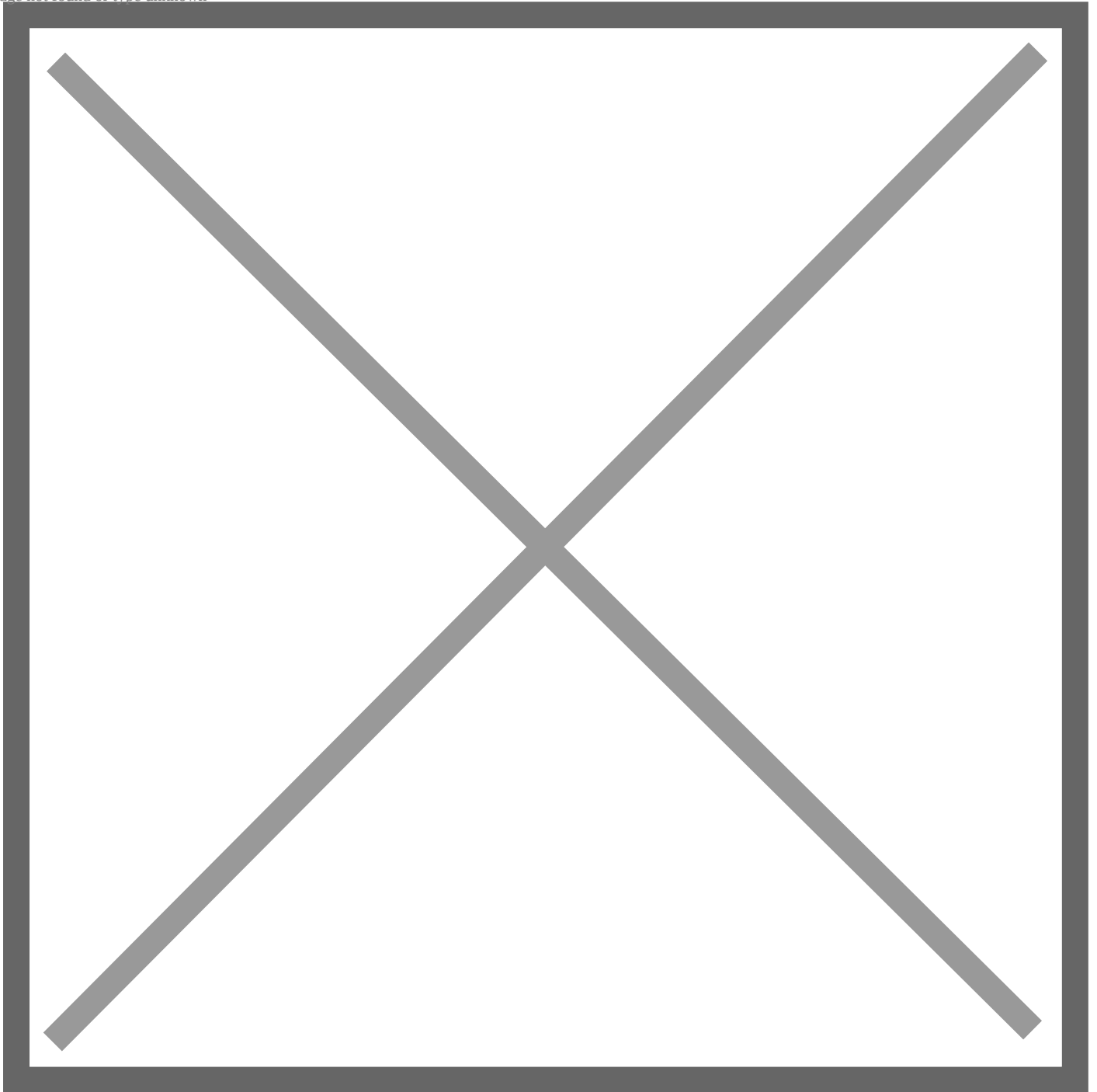


El Grupo de Alianza de Negocios de Latinos de Toyota, TODOS, celebra 20 años de alianza

October 09, 2020

Image not found or type unknown

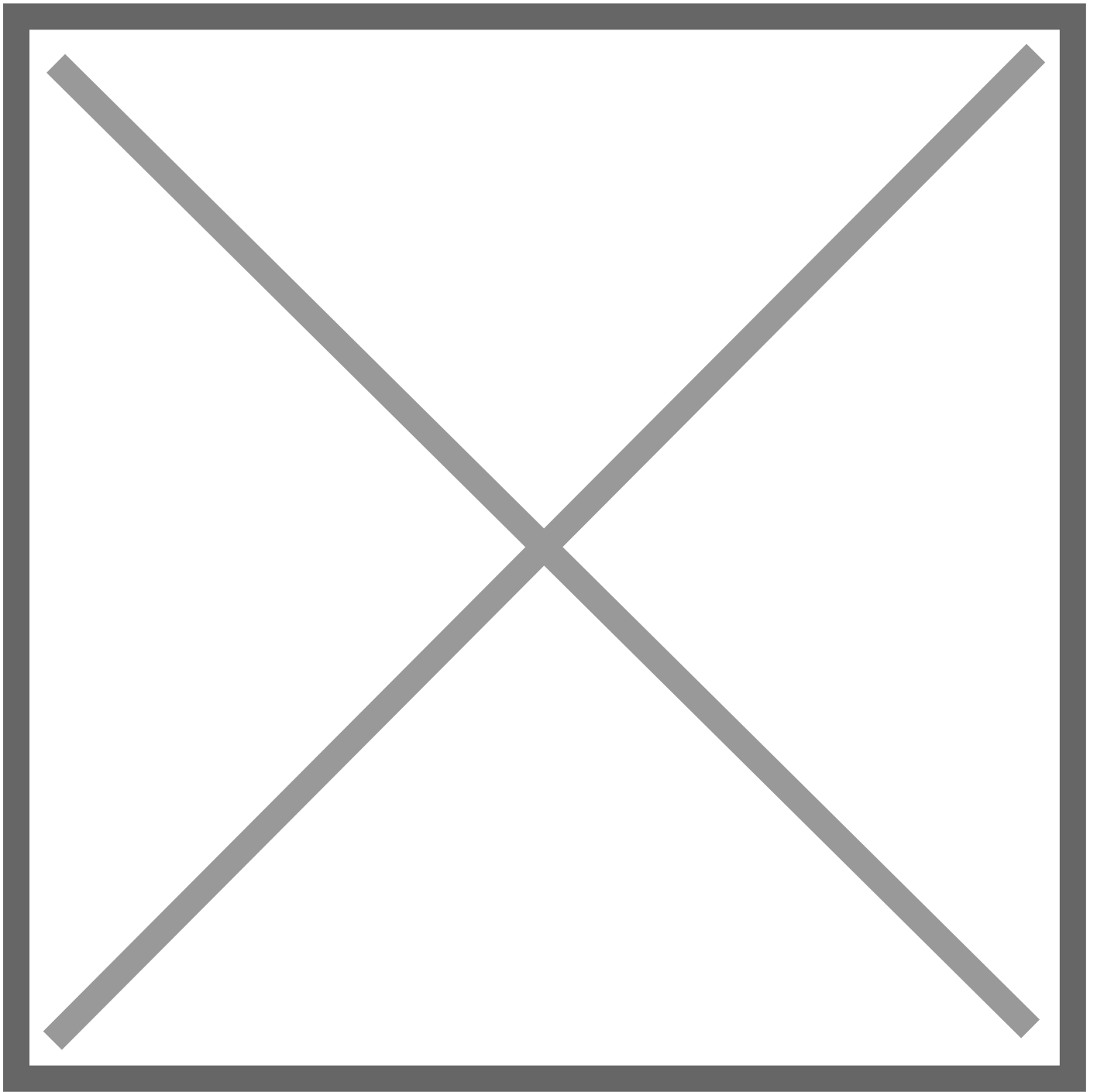


Cuando Beatris Diaz se unió a Toyota por primera vez hace 14 años, quería encontrar una manera de sentirse más conectada con sus compañeros en la sede de la gran empresa. Recientemente, Díaz, gerenta de *Consumer Insights*, descubrió la Organización para el Desarrollo de los Latinos de Toyota o TODOS (*Toyota Organization for the Development of Latinos*).

“Realmente estaba buscando ese sentido de pertenencia”, dice Díaz. “Y quería conocer a mis compañeros latinos del equipo. Toyota se sentía muy grande en ese momento, pero eso significaba que había tanta gente de la que podía aprender sobre cómo hacer crecer mi carrera”.

Miembro de un club de negocios latinos en la universidad, Díaz esperaba encontrar un sentido de compañerismo similar en su nueva empresa cuando escuchó sobre TODOS por medio de un colega, quien le contó sobre un grupo de latinos que se reunían regularmente para ayudar a desarrollar talento y buscar nuevas oportunidades de trabajo. Según Díaz, “Después de una reunión, me enganché. Encontré un grupo de personas apasionadas por nuestra cultura y por hacer algo bueno para la comunidad”.

“La cultura latina tiene mucho que ver con la familia”, dice ella. “Cuando encuentras a alguien que comparte tus pasiones, se convierten en parte de la familia y lo ayudas a sentirse cómodo. Así es como operamos en TODOS”.



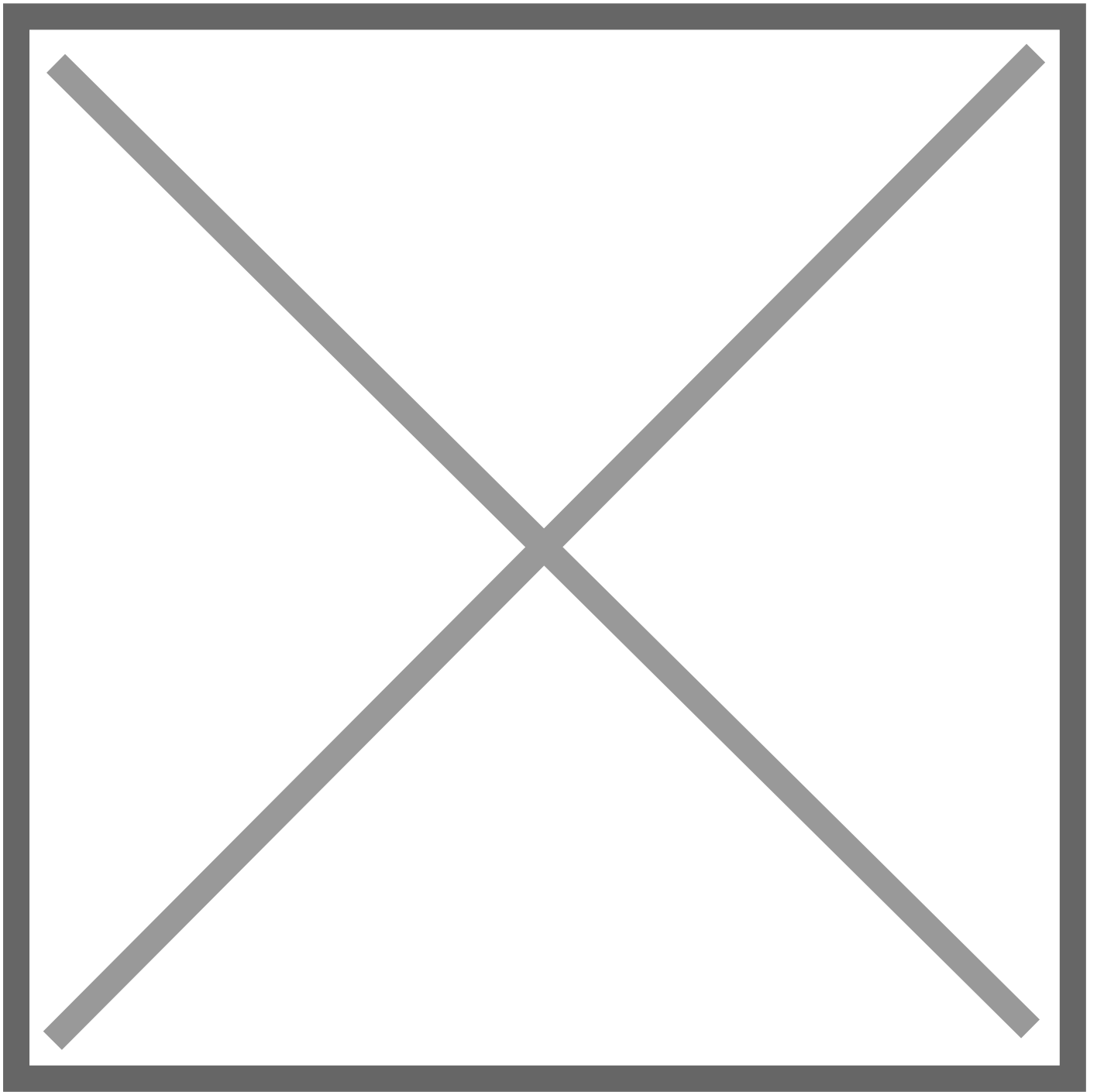
Ayudando a otros a involucrarse

Los Grupos de Alianzas de Negocios (*Business Partnering Groups*, BPG) de Toyota son redes impulsadas por los empleados dentro de Toyota basadas en experiencias compartidas, que ofrecen a los miembros del equipo un lugar para formar comunidades inclusivas y fomentar el desarrollo profesional.

Ahora en su 20º año, TODOS fue el primer BPG de Toyota, y el grupo continúa creciendo, aprovechando el talento y la energía de los aproximadamente 1,200 miembros en siete capítulos en todo el país.

“Todavía hay un gran porcentaje de personas que se enteran del grupo a través por el boca a boca”, dice Díaz. “Pero yo diría que, desde el traslado a Plano, ha habido un impulso mucho mayor desde la perspectiva de recursos humanos de promover a los grupos de alianzas de negocios durante la orientación para involucrar desde un inicio a nuevos miembros del equipo”.

Este “impulso” es un excelente ejemplo de la cultura de inclusión de Toyota basada en su pilar de Respeto por las Personas. Peggy Turner, vicepresidenta de *Guest Retention, Lexus Customer Services* y patrocinadora ejecutiva de TODOS, resume el valor de los grupos de esta manera: “Los BPG como TODOS ayudan a generar inclusión y fomentan oportunidades de desarrollo profesional para los miembros de nuestro equipo. Los BPG desempeñan un papel importante en la estrategia de Toyota para convertirse en la empresa de movilidad preferida para atraer y retener al talento, los proveedores y los clientes”.



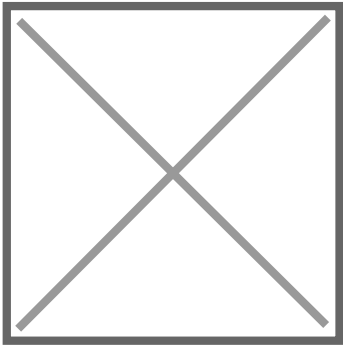
Evento Social de Networking – 2018

El día a día de TODOS

Más allá de ayudar a sus miembros a hacer conexiones dentro de Toyota, TODOS se enfoca en organizar eventos de voluntarios y crear oportunidades para el desarrollo profesional. Por lo general, hay dos o tres eventos para los miembros cada trimestre, generalmente durante el almuerzo.

“Todo está basado en el voluntariado”, dice Díaz. “Tenemos nuestro empleo regular a lo cual nos debemos enfocar, entonces queremos asegurarnos de que, si las personas deciden pasar su tiempo con nosotros o apoyar una iniciativa, se vayan sintiéndose mejor gracias a ello”.

En Plano, los eventos incluyen una serie de oradores y un programa de mentores de estudiantes en el área de West Dallas, pero cada capítulo es activo en su propia comunidad. Y, si bien el trabajo varía de capítulo a capítulo, la organización entera se reúne trimestralmente para reconectar y establecer la uniformidad a través de cada sitio. Tan solo Plano tiene más de 500 miembros; el capítulo fundador a menudo se asocia con las filiales más pequeñas para trabajar en proyectos y eventos.



Beatris Diaz, gerenta de Consumer Insights

“El Mes de la Herencia Hispana es importante para todos los capítulos”, dice Díaz. “Puede ser que no estemos haciendo las mismas actividades en un horario idéntico, pero tratamos de compartir esos horarios entre nosotros para poder apoyarnos virtualmente”. Turner agrega: “Es importante reconocer y celebrar el Mes de la Herencia Hispana cada año para conectarnos con nuestros compañeros de equipo, pero este año es muy importante debido a la COVID-19. El equipo de TODOS hizo un gran trabajo al desarrollar un mes emocionante e interesante de eventos virtuales”.

Para adaptarse a las restricciones que impone la pandemia, el Consejo de TODOS está trabajando arduamente para mantener la frecuencia de los eventos y proporcionar un apoyo adicional durante estos tiempos difíciles.

Representando la mejora continua

Miembro de TODOS por más de una década, Díaz ha encontrado emocionante ver la evolución de la organización. Cada vez que se une un nuevo miembro y aporta una nueva perspectiva, dice que el grupo cambia para mejorar.

“TODOS encarna en gran medida el concepto de la mejora continua”, dice, refiriéndose a la filosofía *Toyota Way* (la manera de Toyota). “Estamos aprendiendo unos de otros todo el tiempo. Todos siempre intentan mejorar las cosas para aportar el máximo valor a los miembros de nuestro equipo”.

Ese valor es una calle de doble sentido. “Siempre me ha apasionado mucho mi cultura y mi educación, pero no fue hasta que empecé a conocer a otras personas que me di cuenta de lo fuerte que es esa pasión en Toyota”, explica Díaz. “Nuestros miembros quieren ese sentido de pertenencia, pero también quieren asegurarse de que nuestra cultura sea vista y entendida”.

A medida que TODOS crece en inclusión, ese objetivo puede convertirse en realidad. En Toyota, todos pueden ser como familia.