

# INFORME FINAL

Prácticas Empresariales en Teleperformance

Por: Diana Valentina Rodríguez Correa

Profesor: Camilo Torres Sanabria

Universidad Jorge Tadeo Lozano

Bogotá D.C.

2021

## Tabla de Contenido

<b>I. Introducción</b> .....	<b>4</b>
A. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA.....	4
B. CARACTERÍSTICAS DEL CARGO DEL PRACTICANTE.....	9
C. CRONOGRAMA DEL PLAN DE TRABAJO.....	10
<b>II. Proceso de ubicación laboral</b> .....	<b>10</b>
A. ELABORACIÓN DE LA HOJA DE VIDA .....	10
B. EXPERIENCIA AL CONTACTAR EMPRESAS COMO ESTUDIANTE DE PRÁCTICA EMPRESARIAL DE LA TADEO.....	11
C. PROCESO DE SELECCIÓN.....	11
D. FORTALEZAS Y DEBILIDADES IDENTIFICADAS EN MÍ A TRAVÉS DE ESTE PROCESO.....	12
E. OFERTA LABORAL.....	12
F. PROCESO DE INDUCCIÓN Y SOCIALIZACIÓN.....	12
G. CLAVES PARA BUSCAR TRABAJO EFECTIVAMENTE.....	13
<b>III. Conocimientos / Competencias de Trabajo</b> .....	<b>13</b>
<b>IV. Análisis del entorno empresarial</b> .....	<b>14</b>
<b>V. Cultura organizacional</b> .....	<b>16</b>
<b>VI. Análisis DOFA</b> .....	<b>20</b>
<b>VII. Propuesta de acción de mejoramiento</b> .....	<b>21</b>
a) Identificación del problema .....	21
b) Justificación.....	21
c) Objetivo general .....	22
d) Objetivos específicos .....	22
e) Estrategias .....	22
f) Resultados esperados .....	23
<b>VIII. Conclusiones de la práctica</b> .....	<b>23</b>
a) Campos de formación .....	23
b) Evaluación de la práctica .....	24
c) Autoevaluación de la experiencia .....	24
d) Conclusiones.....	25
e) Recomendaciones y comentarios para la empresa.....	26

**IX. Bibliografía .....27**

## I. Introducción

### A. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

Teleperformance es un BPO (Business Process Outsourcing), líder mundial en la gestión de la experiencia del cliente a través de múltiples canales. La sede que me corresponde es la siguiente:

Esta empresa comenzó en Francia con tan solo 12 empleados en el año 1976. Diez años después ellos finalmente cotizaron en la bolsa de Nueva York. En 1992, Teleperformance empezó a expandirse a dos países diferentes; EE. UU y Filipinas. En 1998, expandieron sus operaciones en Latinoamérica, adquiriendo empresas de renombre de Argentina, Brasil y Mexico.

Desde 2007, Teleperformance se ha expandido aún más adquiriendo empresas como AllianceOne, The Answer Group de EE.UU, TLSContact y BeCogent del Reino Unido, Teledatos de Colombia, Aegis, Language Line Solutions e Intelenet.

Actualmente, Teleperformance en Colombia tiene 28 sites y más de 30.000 empleados en sus sedes de Bogotá, Medellín, Barranquilla y Tunja. Es pionero en la modalidad Work from Home en todo el país y 5 sedes en Bogotá: Centro Empresarial Conecta, Zona Franca, Sur de Bogotá, Norte de Bogotá y Puerta del Sol.

Teleperformance Colombia tiene como razón social TELEPERFORMANCE COLOMBIA SAS. Por mi parte, trabajo desde casa, pero la sede que me corresponde es la siguiente:

Complejo Conecta

Calle 26 No. 92-32

Tel: 4049080

Página web: <https://www.teleperformance.com/en-us/our-locations/colombia>

Los datos de mi jefe inmediato son los siguientes:

- Nombre: Jeniffer Daniela Bernal Nieto
- Cargo: Analista de Nuevos Negocios
- Correo electrónico: daniela.bernalnieto@teleperformance.com
- Teléfono directo: 3219492353

#### 1. Planeación estratégica

Misión: Ofrecer una experiencia excepcional al cliente en cada oportunidad como resultado de nuestro compromiso, pasión y dedicación a la excelencia. Al hacerlo, creamos oportunidades y valor para nuestros empleados, clientes, comunidades y accionistas.

Considero que al hacer énfasis en el tipo de empresa qué es, porque experiencias al cliente se pueden dar de múltiples formas entonces sería bueno resaltar que es específicamente una BPO.

Misión propuesta: Ofrecer una experiencia excepcional al cliente en cada oportunidad, mediante la subcontratación de procesos de negocio y como resultado de nuestro compromiso, pasión y dedicación a la excelencia. Al hacerlo, creamos oportunidades y valor para nuestros empleados, clientes, comunidades y accionistas.

Visión: Creemos en una solución sencilla para alcanzar nuestros objetivos: empleados contentos hacen clientes contentos, lo que, a su vez, hace que los clientes y los accionistas estén contentos.

Considero que la visión parece más la filosofía de la empresa que una proyección al futuro.

Visión Propuesta: Posicionarnos como la BPO más generadora de empleo en Colombia y la mejor empresa para trabajar debido a su cultura organizacional y responsabilidad social.

Principios: Integridad, innovación, profesionalismo y compromiso.

Estos son coherentes con la misión y la visión, pues en ambas se recalca el aspecto humano, de hacer felices a todos grupos de interés para así ofrecer una experiencia fenomenal al cliente.

Cabe resaltar que, desde la inducción, se recalcan los pilares fundamentales de la empresa (misión, visión, valores, etc) a través de cursos de formación y se ponen en práctica desde los más altos directivos hasta los empleados para que se muestre un ejemplo a seguir en toda la organización. Adicionalmente, en cada área hay varios pequeños equipos de trabajo con roles independientes, pero a la vez complementarios, por medio de los cuales hay una comunicación constante con otros equipos para así cumplir objetivos y aportar finalmente a esa visión.

## 2. Portafolio de servicios

Teleperformance maneja las siguientes líneas de negocio:

- Servicio al Cliente, este se refiere a “todas las acciones implementadas para los clientes antes, durante y después de la compra.” (QuestionPro, n.d.) De esta forma, Teleperformance se enfoca en brindar una experiencia perfecta de principio a fin a los clientes de sus clientes.
- Ventas (B2B-B2C)
- Generación de leads: “La generación de leads es el proceso de identificar clientes potenciales para su negocio o servicio y guiarlos hacia su canal de ventas. El objetivo

de éste es precalificar a los compradores interesados, llenando su cartera de ventas para ayudar a cerrar acuerdos más rápidamente” (Microsoft, n.d.).

Por lo tanto, Teleperformance ayuda a las empresas a generar clientes potenciales, aumentando el interés de los consumidores y posicionamiento de los productos y o servicios en la mente de los consumidores prospectos.

- Soporte técnico: Teleperformance brinda este servicio a través de diferentes canales, tales como: voz, chat, email, etc, en los cuales un asesor con conocimiento en sistemas de la información comunica soluciones a posibles fallas en los equipos, página web, app móvil, etc.
- Back-office: Se refiere a todas las actividades que están “detrás del negocio”, es decir que no tienen relación directa con el cliente. En estos términos, Teleperformance ofrece servicios de gestión de recursos humanos, IT, cobro de cartera, comunicaciones, etc.
- Moderación de contenidos: “es el uso de las TICs para controlar la información generada por los usuarios (User Generated Content) en comunidades 2.0, con el objetivo de detectar y eliminar los contenidos inapropiados, como por ejemplo insultos, desnudos o spam. Se suele utilizar en sitios de e-commerce, diarios digitales, blogs y otros sitios que permitan la participación de los usuarios.” (Wikipedia, n.d.)
- Agencia digital: Este consiste en que Teleperformance ofrece el servicio de dar a conocer determinada marca o aumentar sus leads o ventas de productos y/o servicios, a través de diferentes soluciones creativas que incluyen Diseño web, marketing de las redes sociales, e-commerce, analítica, etc (Agencia digital, n.d.).
- Cobranzas

- Servicios de interpretación: Teleperformance ofrece intérpretes de diferentes idiomas.

Teleperformance ofrece sus servicios a través de los siguientes canales: Chat, Mobile App, Voz, E-mail, Video Chat, Redes Sociales, Mensajería instantánea, Cara a cara, Autoservicio, SMS, IVR, entre otros.

(Teleperformance, s.f.)

### 3. Proceso de mercadeo y comercial

En primer lugar, se hace énfasis en la investigación de mercados, con la cual se analizan tendencias del mercado, hábitos de consumo, aspectos demográficos de los clientes finales, etc. Todo lo anterior con el propósito de brindarle a sus clientes prospectos las mejores estrategias de optimización de sus procesos. Adicionalmente, como esta es una empresa tercerizadora, los datos de esta investigación son cruciales para entender al cliente final de sus clientes y ofrecer las mejores experiencias con ellos.

Por otro lado, se crea contenido estratégico con los hallazgos de dichas investigaciones y se diseñan presentaciones atractivas con todos los beneficios de los servicios que le prestaría la empresa. Dichas presentaciones sirven de insumo para convencer al cliente y demostrarle que Teleperformance es su mejor opción.

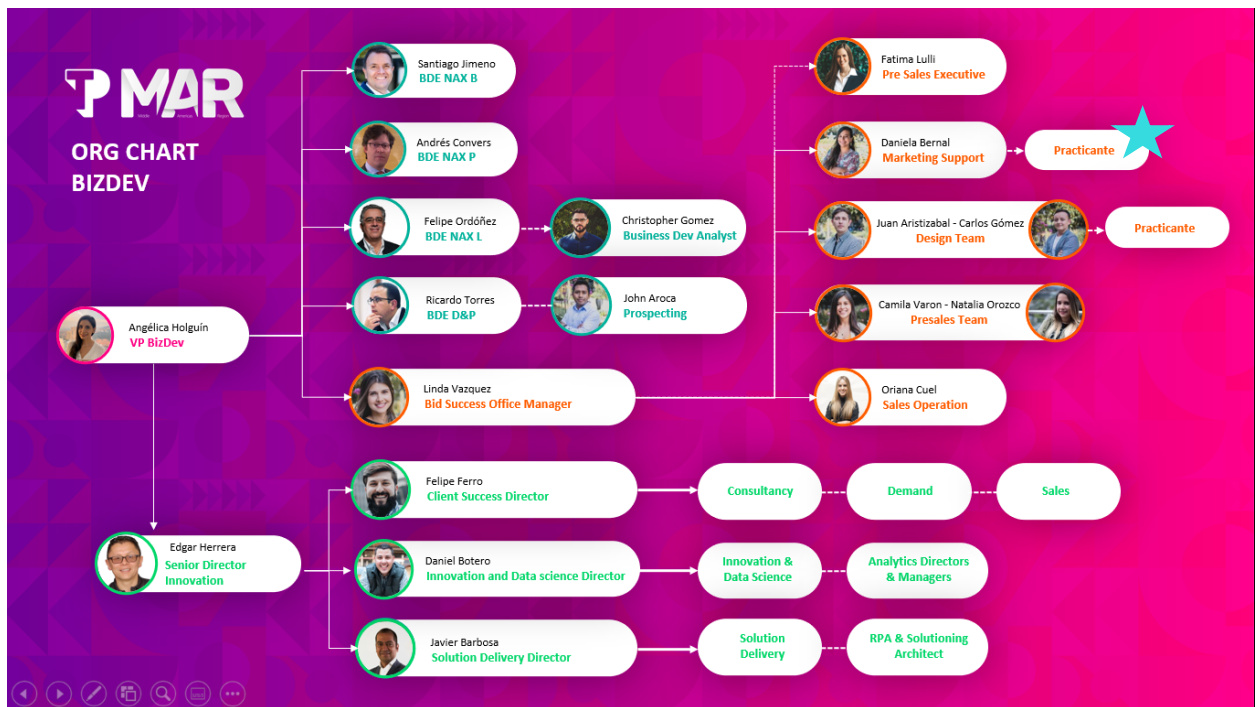
Por último, también se realizan visitas de los clientes, ya sea de manera virtual o presencial a las diferentes instalaciones, de tal manera que el cliente pueda apreciar la operación de la empresa y la efectividad de sus procesos.

### B. CARACTERÍSTICAS DEL CARGO DEL PRACTICANTE

El horario de trabajo es de lunes a viernes de 8 a 5 pm. El cargo que tengo es practicante de Marketing. Mis funciones y responsabilidades son: Creación de contenido estratégico,

comunicación interna del equipo, dinamización del grupo de WhatsApp del equipo, investigación de mercados (competidores e industrias), creación de propuestas proactivas, soporte de requerimientos, logística de visitas de los clientes, monitoreo y seguimiento de encuestas de salud.

## ORGANIGRAMA



### Área/equipo de trabajo

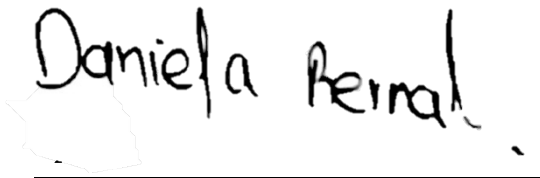
Hay un área grande que se llama *Business Development* o Desarrollo de Nuevos Negocios, esta se compone de más de 100 personas. Esta area a su vez se divide en pequeños equipos de trabajo. Yo pertenezco al equipo de Bid Success Office (BSO). Este se compone de 12 personas, entre ellos se encuentran 4 analistas, 3 diseñadores, 1 gerente comercial, 1 coordinador de ventas, 1 asistente y 2 practicantes (1 de marketing y 1 de diseño). Este equipo es muy transversal y dinámico, una característica en común es que todos somos relativamente

jóvenes y tenemos diversidad de hobbies. Este equipo tiene como propósito principal crear en conjunto propuestas proactivas que después sean utilizadas como apoyo al área comercial, la cual las usara para convencer a los clientes prospectos.

### C. CRONOGRAMA DEL PLAN DE TRABAJO

Tengo como objetivos específicos crear contenido corporativo, visual e investigativo, investigar información relevante para las propuestas proactivas, investigar tendencias, competidores e información sociodemográfica de los países pertenecientes a la región MAR (Colombia, Perú, Guyana y Nicaragua), comunicar información interna para el equipo de BizDev, incluyendo desarrollo de conceptos y piezas gráficas, y dinamizar el chat del equipo BizDev (Equipo de la BSO TP, 2021).

No hay indicadores cuantitativos como tal; el desempeño es evalúa en términos de calidad, puntualidad y creatividad.



---

Daniela Bernal  
Analista Comercial de Nuevos Negocios

## II. Proceso de Ubicación Laboral

### A. ELABORACIÓN DE LA HOJA DE VIDA.

La estructura de hoja de vida que escogí se compone de varias secciones que son: Perfil personal, intereses, idiomas, datos de contacto, habilidades y competencias, estudios, logros adicionales y referencias familiares.

En dichas secciones incluí una breve descripción de mis habilidades blandas, el hecho que manejo 3 idiomas que son español, inglés y francés, mis estudios en el colegio, universidad

e institutos de idiomas, y en logros adicionales enfatice en mi participación en el voluntariado de Ohana Utadeo y una gira de danza a Inglaterra en el 2018. Suprimí la sección de experiencia laboral porque no la tengo aún. Envié mi hoja de vida de manera digital.

## B. EXPERIENCIA AL CONTACTAR EMPRESAS COMO ESTUDIANTE DE PRÁCTICA EMPRESARIAL DE LA TADEO.

Contacté dos empresas por Computrabajo (Teleperformance y Smart). Teleperformance me contactó y me quedé ahí haciendo las prácticas.

## C. PROCESO DE SELECCIÓN

Al día siguiente de enviar mi hoja de vida a Teleperformance, me contactaron por teléfono y en la semana siguiente tuve el proceso de selección. Primero tuve que presentar unas pruebas psicotécnicas y enviarlas por correo, luego tuve una entrevista telefónica, luego una entrevista por video llamada con mi jefe de área y por último tuve una entrevista con mi jefe inmediato.

En las pruebas psicotécnicas tuve que presentar una prueba de ortografía, una de mecanografía y de sistemas.

En las entrevistas me hicieron las siguientes preguntas:

- Dime 2 fortalezas y 2 debilidades
- ¿cómo te ves en 5 años?
- ¿Por qué escogiste esa carrera?
- ¿Cómo podrías aportar al equipo? ¿qué te hace diferente?
- ¿Dame un ejemplo de como aplicaste eso (la respuesta de la pregunta anterior) en la vida real?

- Si tuvieras que construir un edificio de 10x10, ¿cuántos bombillos comprarías?
- ¿Qué sería lo peor que te podría pasar en tu trabajo?
- ¿Cómo te gustaría que fuera tu jefe inmediato?
- ¿Qué nivel de inglés tienes?

Por otro lado, el proceso de reclutamiento y selección puede tornarse un poco largo y confuso. Tiene casi 3 filtros y siempre recalcan en los correos que, en caso de tener una duda, decirles, y esos correos jamás los responden.

#### D. FORTALEZAS Y DEBILIDADES INIDENTIFICADAS EN MI A TRAVÉS DE ESTE PROCESO:

- Fortalezas: Seguridad en mí misma y creatividad
- Debilidades: Mecanografía y sistemas

#### E. OFERTA LABORAL

A la hora de la oferta laboral, me dijeron que las prácticas serían virtuales, horario lunes a viernes de 8 a 5 pm y pago de 1'800.000 mensual y que la vacante era en inglés. Debía de tener mínimo un nivel B2 en este idioma. Claramente lo que más me motivó fue el horario y la remuneración.

#### F. PROCESO DE INDUCCIÓN Y SOCIALIZACIÓN

En primer lugar, tuve 2 días de inducción en los cuales tuve capacitaciones virtuales en cuanto a la filosofía corporativa (planeación estratégica, valores, etc), reglamento interno, seguridad de la información, cloud campus, etc. Luego de la inducción tuve una video llamada con quienes serían mi principal grupo de trabajo para conocerlos y entrar en confianza, después me presentaron en otra video llamada con el área.

#### G. CLAVES PARA BUSCAR TRABAJO EFECTIVAMENTE

Considero que para buscar trabajo efectivamente hay que elaborar una hoja de vida enganchadora y enfocada en el trabajo que se está buscando (ej. Yo realicé una hoja de vida muy creativa, llena de color y vida porque quería encontrar un trabajo que fuera así), ir a las entrevistas o asistir a ellas virtualmente con toda la seguridad y confianza en sí mismo(a), así por dentro uno este muy nervioso no se puede mostrar dubitativo. No responder lo mismo de siempre sino responder asertivamente, sobretodo en cuanto a fortalezas y debilidades (analizar qué actividades son indispensables para el cargo esperado).

### III. Conocimientos / Competencias de Trabajo

Creo que, de mis conocimientos adquiridos en la carrera, las materias de “Fundamentos de mercadeo” e “Investigación de Mercados” son cruciales para el desenvolvimiento de mi práctica profesional. El mercadeo es primordial porque estoy en el área de marketing precisamente y mis funciones están muy encaminadas a la investigación de mercados; una materia del mismo nombre que justamente estoy viendo en este séptimo semestre de la universidad. Por otro lado, con respecto a las competencias adquiridas, considero que las que más me sirven son las siguientes:

- Formular planes de marketing: para llegar a clientes prospectos y fidelizar a los actuales. Hasta ahora no la he desarrollado, pero considero que en el futuro próximo la necesitaré para el desarrollo de nuevos negocios.
- Identificar las interrelaciones funcionales de la organización: en mis funciones principales está la comunicación interna en el equipo BizDev y eso favorece que tenga en el radar cómo funcionan todos los procesos y como se relacionan entre sí.
- Mejorar e innovar los procesos administrativos: la innovación es crucial para crear contenido estratégico que venda.

- Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios: esto se logra con la investigación de mercados, pues para saber que quiere el mercado hay que primero conocerlo.

(Tuning America Latina, n.d.)

#### IV. Análisis del entorno empresarial

Teleperformance tiene un gran número de clientes nacionales e internacionales en las industrias de Bancos & Servicios Financieros, Retail, Servicios de Traducción e Interpretación, Nueva Economía, Bienes de Consumo, Hotelería, Logística, y Acomodación, Seguros, Salud, Telecomunicaciones, Tecnología, Energía, entre otros.

Proveen servicio al cliente, ventas (B2B-B2C), generación de clientes, soporte técnico, back-office, moderación de contenido, agencia digital, cobranzas y servicios de interpretación.

Por otra parte, entre sus proveedores se encuentran:

- Hoteles y aerolíneas para las líneas de negocio de turismo y acomodación, así como para las visitas de clientes en las diferentes ciudades.
- Restaurantes, cafeterías, etc, los cuales proveen sus servicios a las zonas de comidas que hay en los distintos sitios de Tp.
- Empresas de vigilancia y aseo para los sitios de Tp.
- Empresas que proveen toda la infraestructura tecnológica necesaria para sus operaciones.
- Fabricantes y distribuidores de elementos de publicidad (camisetas, pocillos, esferos, etc.)

Entre sus competidores directos se encuentra Sitel, Concentrix, Sutherland, Webhelp, Atento, TTEC, Alorica, entre otras grandes empresas pertenecientes a la industria de BPO (Business

Process Outsourcing). Como competencia indirecta tienen a empresas que ofrecen servicios estratégicos tales como: TaskUs, CloudTask, Lean Staffing Solutions, Accedo, entre otros.

Los entes reguladores que ejercen gran influencia sobre Teleperformance Colombia son la Dian (por pago de impuestos de IVA, retención y renta), Hacienda (por pago de impuestos de vehículos), El Ministerio de Trabajo (todo lo relacionado con pago de parafiscales) y Ministerio de Salud (verificación del cumplimiento de los protocolos de bioseguridad).

Por otra parte, Teleperformance tienen como grupo de presión los sindicatos y las entidades financieras. Los sindicatos presionan cuando reúnen a cierta cantidad significativa de trabajadores y les empiezan a exigir un cierto tipo de condiciones o beneficios adicionales para los trabajadores. Estos no se han logrado establecer definitivamente gracias a la continua inversión en clima organizacional. Las entidades financieras presionan con las tasas de interés, sobregiros, cupos, préstamos, etc.

El contexto actual incide significativamente en Teleperformance, pues cada factor se aprovecha a su beneficio y el de la comunidad. En el ámbito económico, el hecho que hubiera una tasa de desempleo del 15,4% en el 2020 (DANE, s.f.), significó una oportunidad de contratación de jóvenes que cada vez va en aumento. A causa del desempleo, algunos jóvenes se vieron obligados a optar por emplearse en áreas no relacionadas con sus carreras y las empresas de BPO aprovecharon esta situación al máximo. El ámbito político es importante en el sentido en que por ejemplo al principio de la pandemia, debido a la crisis sanitaria, la alcaldía mayor de Bogotá impuso algunas medidas preventivas que impedían el trabajo presencial, entonces Teleperformance tuvo que adaptarse a estas condiciones y desarrollar más a fondo el modelo Cloud Campus para promover el trabajo en casa. En el ámbito social y ambiental Tp tiene un programa que se llama *Citizen of the Planet*, el cual es una iniciativa global cuyo objetivo es garantizar que

la empresa opere de forma responsable y respetuosa con el medio ambiente, asumiendo la responsabilidad del impacto ambiental y social de sus operaciones. Lo anterior se argumenta con la creación de sitios sostenibles, el compromiso con la reducción de la huella de carbono, la donación a causas sociales, los voluntariados y la realización de practicas laborales éticas (Teleperformance, s.f.). Cabe resaltar que la pandemia ha sido de enorme beneficio para esta industria de la experiencia del cliente, pues gracias a las restricciones de bioseguridad, se implementó la modalidad de trabajo en casa y ha sido un rotundo éxito en los jóvenes, gracias a su flexibilidad, la cual se vuelve atractivo para estas nuevas generaciones.

A rasgos generales, esta industria esta emergiendo cada vez más y le augura un sinfín de oportunidades de expansión. Además, con el aumento del bilingüismo en el país, hay más personas calificadas para reclutar, teniendo en cuenta que estas empresas tienen clientes de gran escala de países de habla inglesa. Sin embargo, cada vez la competencia es más fuerte, y representa un reto para Teleperformance.

## V. Cultura Organizacional

Me encuentro en el área de marketing, en la campaña de Desarrollo de Nuevos Negocios, más específicamente en el equipo de la BSO (Bid Success Office). Nuestro equipo se dedica a la creación de propuestas proactivas que inspiren a los clientes actuales o prospectos. En cuanto a recursos, contamos con software aptos para el trabajo en equipo y para el desarrollo del contenido estratégico como: Office 365, intranet, extranet, bases de datos de clientes y colaboradores, entre otros. También, al firmar contrato, se entrega un computador a cada uno para asegurar la seguridad de la información y por medio de una red vpn, se monitorea el trabajo en casa. Por otro lado, el proceso en este equipo funciona de la siguiente manera: Entra el requerimiento del cliente o de alguno de los vicepresidentes, a continuación, se busca la información pertinente de acuerdo con

el requerimiento, se organiza de manera atractiva en una presentación de Power Point, se envía a los diseñadores para que la diagramen, la arreglen (estéticamente hablando) y le pongan el formato que se requiere, por último, se envía a la persona que lo solicitó para su revisión.

La cultura organizacional de Teleperformance está enfocada hacia el bienestar de las personas para así lograr su máximo potencial y rendimiento. En su planeación estratégica se evidencia esa aspiración a contar siempre con el *High Touch*, este comprende un enfoque organizacional totalmente humanista y holístico en el cual se pretende hacer feliz primero al cliente interno para luego tener un cliente externo feliz. A su vez se cree que un cliente interno feliz es íntegro, innovador, profesional y comprometido; estos son los valores en los que se fundamenta la filosofía de Tp. También en el periodo de *onboarding* se resalta mucho el código de conducta con respecto a la seguridad de la información y a las medidas de bioseguridad. Cabe resaltar que no hay un código de vestuario por ser trabajo desde casa y los horarios pueden ser un poco más flexibles.

Adicionalmente, Teleperformance cuenta con una estructura organizacional matricial, pues es un mix de estructuras funcionales y divisionales (geográfica, por productos, cliente, etc). A pesar de que cuenta con jerarquías, los procesos están muy orientados al trabajo en equipo y a las interrelaciones entre las diferentes áreas de la empresa. Las relaciones con los equipos de trabajo suelen ser buenas, pues usualmente cada grupo está conformado por personas con algún rasgo en común (edad, hobby, etc), de manera que se compaginen mejor y se lleven bien.

Esta organización es en su mayoría aplanada, pues cualquiera puede dar una idea para la mejora de un proceso y la brecha entre colaboradores y jefes no suele estar tan marcada justamente para que haya un clima organizacional más cómodo.

Por último, se están impulsando un sinnúmero de actividades de bienestar para los colaboradores como el Tp Fest que es un concierto que se dará en 2 ciudades (Bogotá y Medellín),

para todos los teleperformers, festivales (Tp For Fun Festival), videos de pausas activas, juegos todos los viernes y una pizza familiar como incentivo al ganador, webinars de empoderamiento femenino, actividades para la salud mental y emocional (charlas de la felicidad, las relaciones, etc), programas de ayuda psicológica (Tp te escucha), entre muchos otros.

Cuando ingresé a Teleperformance lo que más me asombró fue el hecho de que un trabajo no se sintiera como un trabajo sino como algo que se disfrutaba. Es genial y novedoso que todas las semanas procuren hacer diversas actividades como juegos, talleres y demás. Adicionalmente, en el equipo de la BSO procuran hacer a nivel interno otras actividades para unir más al grupo, pasar ratos agradables y encontrarse principalmente con aquellas personas en las que solo se interactúa virtualmente. Me imaginaba el hecho de trabajar como algo desgastante y deprimente. Además, pensaba que con el computador me iban a vigilar con la cámara y que no me iba a poder parar ni al baño; cosa que fue todo lo contrario. El ambiente de trabajo es muy tranquilo, no hay ninguna vigilancia con cámaras, el horario suele ser flexible y el equipo de trabajo es dinámico. Si bien hay momentos de tensión y días que hay que trabajar a presión para cumplir con algún requerimiento, tampoco es exhaustivo. Por último, me imaginaba a un(una) jefe muy serio(a) y estricto(a) y mi jefe es todo lo contrario. De hecho, es muy comprensiva y esta dispuesta a resolver cualquier duda que pueda tener.

En la empresa donde trabajan mis papás es una microempresa dedicada a la fabricación y comercialización de empaques flexibles. Esta completamente diferente a Teleperformance no solo por el hecho de ser pequeña, sino que en esta el modelo de operación funciona de una manera muy distinta. Aún se maneja mucho papel y procesos manuales, y la estructura organizacional es funcional. Estos últimos resultarían inconcebibles en Tp, pues todos los documentos están en una

nube y se realizan en conjunto, hay mínimo o nulo uso de documentos físicos y la estructura tiende a ser más aplanada, de modo que haya más trabajo en equipo.

Es tan típico de Tp que cada equipo procure alcanzar la excelencia con sus entregas y que la jornada empiece a las 9 am en lugar de las 8, pues la mayoría sabe que los requerimientos empiezan a llegar a las 9, no antes. Trabajar bajo presión debe ser una habilidad de todo teleperformer, pues siempre hay días verdaderamente caóticos que justo todo llega al mismo tiempo. Los equipos son el aspecto más motivador e inspirador pues te acogen como un amigo más y no como un intruso. Te hacen sentir bienvenido y que eres parte esencial de todo el proceso. Cada persona tiene un rol diferente, pero sin ese rol el rompecabezas queda incompleto y no se puede lograr la excelencia, así que cada pieza es clave. El nivel tecnológico es abismal, es imposible no aprender nada nuevo de alguna aplicación o programa en general.

Lastimosamente, los demás ven a Teleperformance simplemente como un Centro De Atención Telefónica. Inicialmente se estableció de esa manera, pero ahora maneja muchas otras líneas de negocio. Adicionalmente, algunos rumores dicen que ahí explotan a la gente y las condiciones de trabajo son nefastas. Lo anterior porque durante el inicio de la pandemia se presentaron algunos escándalos en algunas de las sedes de Tp, acusando a la empresa por obligar a sus trabajadores a trabajar en condiciones precarias con respecto a las medidas de bioseguridad, horarios más largos de lo normal, etc. Estas noticias y otras relativas a la posible formación de sindicatos han dañado un poco la imagen de esta empresa.

Para finalizar, considero que para ser aceptado y así poder trabajar más efectivamente en esta cultura organizacional hay que ser una persona sumamente proactiva, creativa y dispuesta a aprender. Esta empresa es sumamente dinámica y necesita de personas ágiles, que estén un paso adelante y que el trabajo en equipo sea prácticamente una constante.

VI. Análisis DOFA

<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• División del trabajo: A veces se presentan inconformidades y problemas entre los equipos porque no se envía la información a tiempo, y se retrasa el despacho del requerimiento.</li> <li>• Decisiones centralizadas: En algunas actividades, tales como la cotización de camisetas, se ralentiza el proceso porque hasta que uno de los vicepresidentes del área no apruebe un arte o precio, no se puede despachar; lo que al final afecta el tiempo de entrega.</li> <li>• Inconformidades del área de Operaciones</li> <li>• Imagen de “Call Center”</li> <li>• Cultura organizacional: Rumores de personas fuera y dentro de la organización en las que se refieren al área de Operaciones como un área en la que explotan a las personas.</li> <li>• Inconformidades con respecto a la vacante que se ofrece y lo que es realmente, con respecto a horarios de trabajo (Área de Operaciones).</li> <li>• Tasa de rotación alta en el área de operaciones.</li> <li>• Escándalos de la empresa con respecto al incumplimiento de las medidas de bioseguridad.</li> <li>• Bases de datos inconsistentes entre sí: Hace falta estar actualizándolas más seguido.</li> </ul>	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gran variedad de estudios de clima organizacional.</li> <li>• Tasa de desempleo alta</li> <li>• Aumento del nivel de bilingüismo en el país.</li> <li>• Aumento del uso de las redes sociales (Campañas publicitarias que mejoren la imagen de la empresa)</li> <li>• Estudiantes en busca de prácticas profesionales.</li> <li>• Nuevas tendencias de mercado que surgieron a partir de la pandemia (genera la posibilidad de incursionar en nuevas líneas de negocio e industrias emergentes).</li> </ul>
<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Procesos estandarizados</li> <li>• Calidad de servicios</li> <li>• Tecnología de vanguardia (IA, Analítica, entre otros).</li> <li>• Estructura organizacional orgánica que dinamiza y promueve el trabajo en equipo.</li> <li>• Cultura organizacional: Alta inversión de recursos en actividades, e incentivos.</li> <li>• Oportunidad de crecimiento en la empresa.</li> </ul>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alta competencia de empresas nacionales e internacionales que están llegando al país pertenecientes a la industria de BPO.</li> <li>• Constante renovación tecnológica por parte de la competencia.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gran capital de trabajo</li> <li>• Empresa de alto reconocimiento internacional.</li> <li>• Ha ganado premios y reconocimientos de Los Mejores Lugares para Trabajar en Colombia, América Latina y el mundo entero.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Premios y reconocimientos de los competidores.</li> <li>• Presión de Sindicatos</li> </ul>
---	---

## VII. Propuesta de acción de mejoramiento

### a. Identificación del problema

Inconformidades en el área de Operaciones.

### b. Justificación

Recientemente la imagen de Teleperformance se ha visto afectada por rumores de personas dentro y fuera de la Organización. Estos rumores hablan acerca de una posible sobrecarga laboral en el área de Operaciones, siendo ésta la piedra angular de la empresa. Sin esta área no se puede realizar el objeto social; por consiguiente, si esta área falla, todo falla. Además de la sobrecarga, hay inconformidades por parte de algunos trabajadores con respecto a que el entrenamiento es muy corto para aprender a manejar las herramientas tecnológicas con las que ellos cuentan. Adicionalmente, hay quienes se quejan de que los horarios no son flexibles, en contraposición a lo que se ofrece en las vacantes. Por último, hay inconformidades acerca de las metodologías y protocolos a la hora de contestar llamadas, incluyendo el hecho de que ellos (as) no pueden colgar en ninguna circunstancia, ni siquiera cuando los insultan y se pasan de tono. Dichos comentarios provienen de personas de dentro y fuera de la organización.

Aunque Teleperformance viene trabajando en promover una cultura organizacional *High Touch* (altamente humana), le queda mucho camino por delante. Si bien esta empresa invierte mucho

tiempo y recursos haciendo numerosas actividades, talleres, conferencias, conciertos, etc, para promover el bienestar, se están presentando fallas en los manuales de funciones, y en el trabajo en sí mismo. De nada sirve tener un concierto después de haber tenido un día lleno de insultos porque nadie va a querer ir.

Por otro lado, cabe resaltar que en los niveles más altos de la estructura organizacional (staff administrativo) el panorama cambia por completo; esta filosofía humana si se puede apreciar por completo en cuanto a horarios, funciones, etc. En efecto, parece haber un desnivel en la estructura organizacional, en la cual los niveles técnicos se encuentran muchas falencias a nivel de cultura organizacional, lo que dificulta una entropía y sinergia total de la Organización.

c. Objetivo general

Promover una cultura organizacional sana en todos los niveles de la Organización, impactando positivamente en la imagen de la empresa y en la coherencia con su filosofía.

d. Objetivos Específicos

- Bajar la tasa de rotación en el área de Operaciones
- Mejorar la imagen y reputación de la empresa
- Lograr más efectividad en los procesos
- Eliminar tiempos muertos

e. Estrategias

- Crear nuevas metodologías y protocolos para el área de Operaciones, de modo que, se logre efectividad en los procesos sin afectar la salud mental y emocional de los colaboradores.

- Proporcionar un entrenamiento con duración mínima de un mes, en el cual se brinden capacitaciones y talleres prácticos necesarios para el correcto aprendizaje y adaptación a las diferentes herramientas tecnológicas
- Realizar estudios de clima organizacional.
- Invertir en publicidad que mejore la imagen de la empresa.

f. Resultados esperados

Se espera que, con la implementación de las estrategias planteadas, se mejore la comunicación en los equipos de trabajo, se genere armonía en todos los niveles de la empresa, disminuyan las inconformidades con respecto a carga laboral, y que el tan nombrado *High Touch* se evidencie realmente en toda la estructura organizacional, cimentado en empleados felices y comprometidos con su empresa.

VIII. Conclusiones de la práctica

a. Campos de formación

Por un lado, los campos de formación requeridos con mayor intensidad para la realización de las funciones asignadas en la práctica fueron todo lo concerniente al mercadeo, teniendo como enfoque principal la investigación de mercados.

Por otro lado, en el plan de estudios deberían incluirse temas tecnológicos, tales como la utilización de herramientas y aplicaciones. Por ejemplo, el uso de office365, Power BI, Analítica, etc. En efecto, se debería dar más énfasis en la materia de Sistemas de Información Gerencial e Investigación de Mercados.

Adicionalmente, el plan de estudios debería estar más enfocado al liderazgo, trabajo en equipo, e inteligencia emocional pues al final son los principales aspectos que realmente sirven a la hora de salir al mundo laboral.

Desde mi punto de vista, el plan de estudios está diseñado erróneamente de una manera sumamente teórica con muchas bases matemáticas que al momento de trabajar, la mayoría de veces no son útiles y en cambio quedan vacíos de aprendizaje que se habrían podido llenar con temas más prácticos.

b. Evaluación de la práctica

Las principales labores realizadas fueron la creación de contenido estratégico y la comunicación interna entre equipos. Estas fueron de mucho aprendizaje para mi formación como administrador y como ser humano, pues me permitieron conocer diferentes industrias y tendencias de mercado, aprender a realizar presentaciones e informes soportadas con bases teóricas, desarrollar creatividad a la hora de plantear ideas y organizarlas para que luzcan mejor en términos visuales y de contenido concreto, ente otras. Adicionalmente, como esta empresa maneja tantas herramientas tecnológicas, pude tener acceso a algunas de ellas y aprender los fundamentos básicos de algunas plataformas y ahondar más en la suite de office365, a la cual no había accedido anteriormente y no sabía como funcionaba antes de entrar a la empresa.

c. Autoevaluación de la experiencia

Lo que más me deja esta empresa son las habilidades de la comunicación y el trabajo en equipo. Siendo honesta, antes de entrar a esta empresa no era muy sociable y detestaba los trabajos en grupo por eso, pero de alguna forma, esta experiencia laboral me ayudo enormemente a salir de ese caparazón y a ser mucho más espontánea. Debo confesar que la función que más me gustó fue la de hacer juegos y en general, dinamizar la convivencia e integración de todo el equipo de BizDev. El hecho de tener que realizar un juego todos los viernes de manera virtual, impulsó sustancialmente mi creatividad y aunque al principio fue un gran reto por la cuestión de la virtualidad, después ansiaba que llegara el viernes para realizar el juego.

#### d. Conclusiones

En general, fue una experiencia muy gratificante y enriquecedora, sobre todo gracias a las personas que me acompañaron en esta etapa, tales como mi jefe inmediata, quien siempre estuvo dispuesta a resolver cualquier duda e inquietud, y siempre me motivó a dar lo mejor de mí, y a mi equipo de trabajo que a pesar de que hubo momentos de presión y estrés que nunca faltan, ellos siempre estuvieron dando la mejor energía para que todo fluyera y cumpliéramos las metas propuestas.

En términos de objetivos alcanzados, considero que a nivel profesional la continua creación de presentaciones e informes es un logro porque antes de hacer la práctica no sabía ni siquiera como hacer un informe, y en cuanto a la elaboración de presentaciones, siempre estaba acostumbrada a realizar muchas diapositivas sin poner mucha atención a la cantidad. Sin embargo, ahora entiendo que “menos es más”, es mil veces mejor y más práctico hacer una presentación con factores claves de lo que queremos dar a conocer y no toda la información, pues quien lo va a leer no se va a tomar la molestia de ver 100 diapositivas, así el tema sea de su incumbencia. También, la habilidad del trabajo en equipo fue otro logro, porque el hecho de trabajar diariamente con las mismas personas con un mismo objetivo en común te permite ver desde otra perspectiva, y entender que una empresa tiene vida propia gracias a su gente, y que el clima organizacional es un factor determinante de la felicidad de quienes trabajan en una empresa.

A nivel personal, Teleperformance me dejó la creatividad. Considero este anterior como el mayor logro alcanzado, pues en la mayor parte de las funciones, la tuve que poner en práctica y esto me permitió abrir mi mente, y reconocer habilidades que no sabía que poseía. En general, me permitió conocerme más a mí misma y reflexionar sobre lo que proyecto para mi futuro en todos los sentidos.

e. Recomendaciones y comentarios para la empresa

Recomendaría a Teleperformance promover la cultura organizacional sobre todo en los niveles técnicos, no solo invertir en el High tech (alta tecnología) sino que esta vaya de la mano verdaderamente de una buena capacitación a las personas para sea fácil su adaptación a numerosas herramientas tecnológicas. Por otro lado, considero que hay algunas decisiones que están muy centralizadas, y esto ralentiza el proceso, por ejemplo, en el caso de las cotizaciones a veces se vuelve un proceso dispendioso, pues a veces se necesitan varias aprobaciones y si se demoran, esto puede afectar los tiempos de entrega.

Con respecto al área en la que me encontré trabajando, llamada la BSO, recomendaría reforzar la comunicación con otros equipos y saber darse su lugar, y saber decir que “NO” cuando es necesario. Por ejemplo, en algunas ocasiones pasaba que pedían información a última hora y era casi imposible tenerla porque no solo dependía de nosotros... además, a veces incluso fuera de las horas de trabajo. Por consiguiente, mi recomendación sería poner límites y no permitir que les exijan “imposibles”, a costa del tiempo extra. Si es posible, pedir extensión de tiempo cuando se vean muy cortos de tiempo.

Adicionalmente, se requiere de la cooperación de otras áreas con respecto a la constante actualización de los datos de bajas, nuevos ingresos, vacaciones, nuevos clientes, etc, para que allá una sincronización con otras bases de datos necesarias.

Por último, quiero destacar el maravilloso equipo de la BSO, son gente que realmente motiva y continuamente se siente armonía al interior del grupo, lo que permite una consecución de metas comunes y de una sensación de bienestar constante. Esa experiencia fue realmente enriquecedora y no pudo haber sido un mejor acercamiento al entorno laboral.

## Bibliografía

Agencia digital. (s.f.). *Agencia digital*. Obtenido de <https://impulsodigital.com.co/>

DANE. (s.f.). *DANE*. Obtenido de Principales indicadores del mercado laboral Diciembre de 2020:

[https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol\\_empleo\\_dic\\_20.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_dic_20.pdf)

Microsoft. (s.f.). *Microsoft, Dynamics 365*. Obtenido de A comprehensive guide to lead generation: <https://dynamics.microsoft.com/en-us/marketing/what-is-lead-generation/>

QuestionPro. (s.f.). *QuestionPro*. Obtenido de ¿Qué es el servicio al cliente?:

[https://www.questionpro.com/es/servicio-al-](https://www.questionpro.com/es/servicio-al-cliente.html#:~:text=El%20servicio%20al%20cliente%20se%20refiere%20a%20todas,con%20la%20satisfacci%C3%B3n%20de%20un%20producto%20o%20servicio.)

[cliente.html#:~:text=El%20servicio%20al%20cliente%20se%20refiere%20a%20todas,con%20la%20satisfacci%C3%B3n%20de%20un%20producto%20o%20servicio.](https://www.questionpro.com/es/servicio-al-cliente.html#:~:text=El%20servicio%20al%20cliente%20se%20refiere%20a%20todas,con%20la%20satisfacci%C3%B3n%20de%20un%20producto%20o%20servicio.)

Teleperformance. (s.f.). Obtenido de <https://www.teleperformance.com/es-es/>

Teleperformance. (s.f.). Obtenido de Citizen of the Planet: <https://www.teleperformance.com/es-es/sobre/citizen-of-the-planet>

Tuning America Latina. (s.f.). *Tuning America Latina*. Obtenido de COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS:

[http://www.tuningal.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=165&Itemid=174](http://www.tuningal.org/index.php?option=com_content&view=article&id=165&Itemid=174)

Wikipedia. (s.f.). *Moderación Automática de Contenidos*. Obtenido de

[https://es.wikipedia.org/wiki/Moderaci%C3%B3n\\_autom%C3%A1tica\\_de\\_contenidos](https://es.wikipedia.org/wiki/Moderaci%C3%B3n_autom%C3%A1tica_de_contenidos)