

**APOYO ADMINISTRATIVO EN EL ÁREA DE TELEVENTAS DE DIRECTV,
EMPRESA ALIADA DE KONECTA**

Estudiante
Sebastián Montoya Toro
Septiembre 2020.

Asesor
James Alberto Marulanda
Magister en administración de empresas

Universidad católica Luis amigo.
Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables.
Medellín
2020

Tabla de contenido

INTRODUCCION	
1.1 IDENTIFICACION DE LA EMPRESA	6
1.2 Breve descripcion de la empresa.....	6
1.3 Importancia dentro del sector.....	6
1.4 Breve reseña historica	7
1.5 Estructura organizacional:	8
Se presenta la estructura organizacional del grupo konecta	8
Ilustración 1. Estructura organizacional de Konecta	8
Fuente: Elaboración propia	8
1.6 Mision:	9
1.6.2 Vision:	9
1.7 Valores corporativos:	9
2. DESCRIPCION Y UBICACION DEL CARGO QUE DESEMPEÑA	11
2.1 Nombre del cargo:.....	11
2.2 Estructura organizacional televentas:	11
.....	11
2.3 Funciones asignadas:	12
3. Descripción general de las tareas desarrolladas.....	13
5. RESULTADOS.....	1
5.1 Competencias en el saber y del hacer desarrolladas en la empresa	1
5.1.1 Competencias del ser	1
5.1.2 Compentencias del hacer	2
5.2 Aportes a la empresa	3
5.3 Logros	4
5.4 Dificultades	5
5.5 Conclusiones	5
5.6 Recomendaciones	6
6 LISTA DE ACRONIMOS.....	7
GLOSARIO DE TERMINOS.....	7
7 REFERENCIAS.....	8
8 CIBERGRAFIA.....	9
9 ANEXOS	10

Lista de tablas

Tabla de contenido.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla descripción de funciones.....	13

Lista de Ilustraciones

Estructura organizacional.....11

Organigrama con ubicación del puesto de trabajo15

INTRODUCCION

En el presente trabajo se desarrollan aspectos específicos del trabajo de prácticas desarrollado por el estudiante Sebastián Montoya en el grupo Konecta el cual es un call center que presta servicios de tercerización en líneas comerciales, entre las diferentes líneas que presenta el grupo konecta el estudiante se encuentre en el área de ventas por la empresa DIRECTV, presentando un servicio de apoyo en el seguimiento de las campañas, realizando informes y una serie de funciones que encontraran dentro del trabajo.

El estudiante es la segunda persona en ocupar el cargo, por ende, ha tenido la tarea de ayudar a reconocer este puesto y su importancia dentro de la organización.

También se podrá encontrar en el trabajo las posibles acciones de mejora que el estudiante realiza a la empresa que poco a poco las ha estado implementando en los procesos que se desarrollan diariamente en la organización.

1.1 IDENTIFICACION DE LA EMPRESA

En la actualidad, Konecta es la empresa líder en la Industria de Relacionamiento con Clientes en Colombia, con grandes expectativas de crecimiento a corto plazo tanto con operaciones nacionales, como nearshore y offshore, lo que nos permitirá seguir siendo un referente en el país en cuanto a la fidelización y efectividad en los servicios. (Blog web konecta, Quienes somos (2020))

Konecta es un tercerizador de servicios comerciales, es decir presta servicios a líneas comerciales a diferentes organizaciones con el fin de convertirse en su mayor aliado, actualmente tiene más de 65.000 empleados y trabaja con una gran cantidad de empresas a nivel mundial, entre las que se destacan DIRECTV, Bancolombia, Metro de Medellín, Postobon, AVON, Homecenter etc.

1.2 Breve descripción de la empresa

Nombre:

Grupo Konecta

Ubicación:

El grupo konecta tiene presencia en la ciudad de Medellín en la dirección Cl. 50 ## 40-17 interior 103, Itagüí, Antioquia.

Actividad:

Contact Center

1.3 Importancia dentro del sector

La experiencia del grupo konecta en servicios integrales de BPO y Contact Center a nivel mundial, le permite construir relaciones de confianza con sus clientes alineándose con sus estrategias y estableciendo un objetivo único y común a sus intereses. Mostrándose como una empresa fuerte en el desarrollo de nuevos proyectos directamente vinculados al core business de la empresa, potencializando las actividades destinadas a la empresa para el aumento de su productividad

1.4 Breve reseña historica

En (Blog web konecta, Quienes somos (2020)) El grupo konecta fue fundado en 1999 por un grupo emprendedor español, Grupo Konecta se dedica exitosamente a la tercerización de procesos de negocio (BPO, Business Processing Outsourcing), abarcando desde la planificación y ejecución de tareas internas de front office y back office hasta el control de actividades de agentes de externos.

En 2012, Grupo Konecta tuvo ingresos por €307 millones, un diez por ciento más que el año anterior. Tiene presencia en diez países del mundo: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, Marruecos, México, Perú, Portugal y Reino Unido.

La llegada de konecta a Colombia fue a Bogotá, creando 400 posiciones para dar respuesta a las demandas de un gran operador para sus servicios de ADSL, Móvil Provisioning y OTC. A lo largo de los años, nuestra alta especialización nos ha permitido obtener una mayor eficacia, convirtiéndonos en un socio estratégico para acompañar los objetivos de negocio de nuestros clientes, asegurándoles rentabilidad, satisfacción de sus usuarios y un óptimo posicionamiento de marca.

En la actualidad, Konecta es la empresa líder en la Industria de Relacionamiento con Clientes en Colombia, con grandes expectativas de crecimiento a corto plazo tanto con operaciones nacionales, como nearshore y offshore, lo que nos permitirá seguir siendo un referente en el país en cuanto a la fidelización y efectividad en los servicio

1.5 Estructura organizacional:

Se presenta la estructura organizacional del grupo konecta

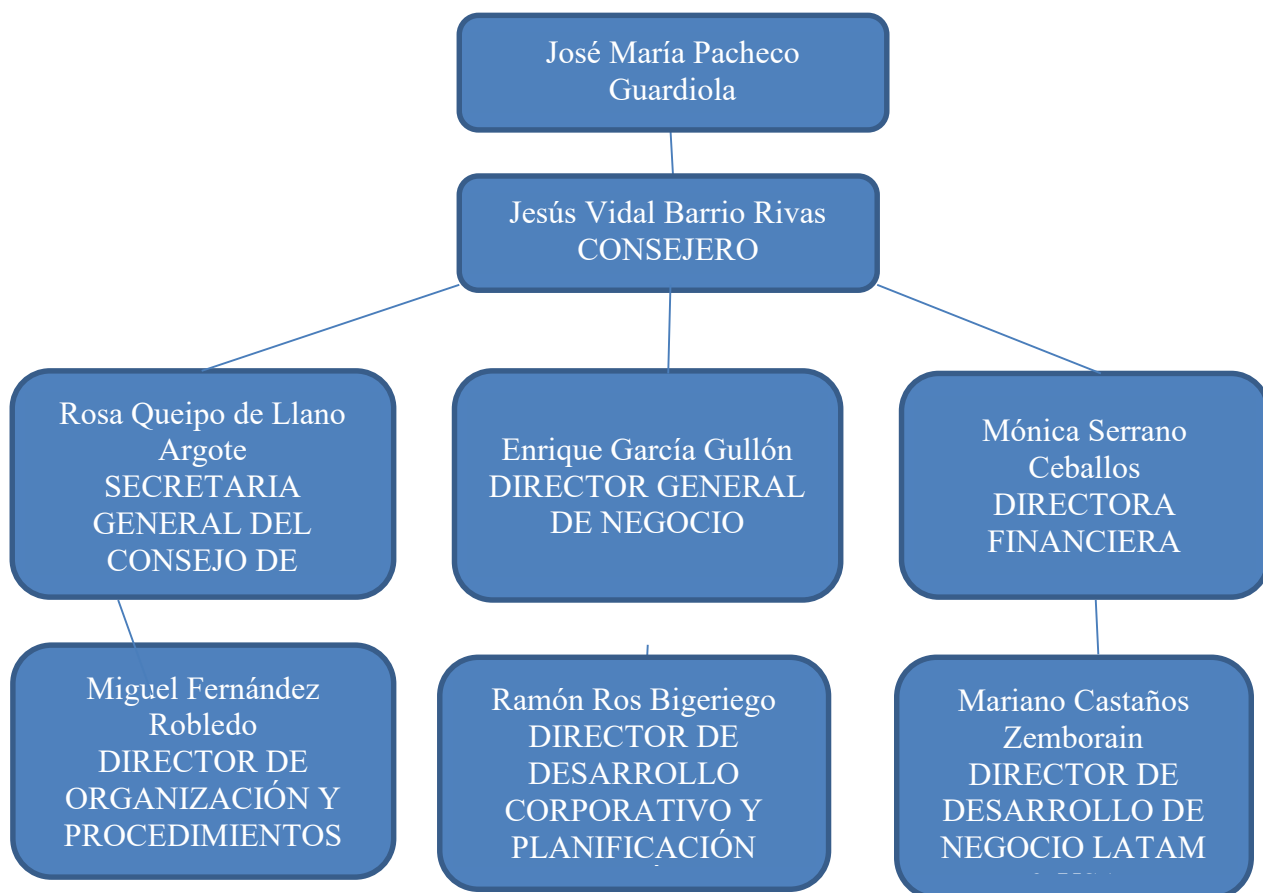


Ilustración 1. Estructura organizacional de Konecta

Fuente: Elaboración propia

1.6 Mision:

Konecta es una organización orientada a la excelencia en la gestión de la experiencia de cliente y la innovación, que presta servicios integrales de outsourcing a través de un modelo sostenible que contribuye a crear valor para los accionistas, clientes y empleados, manteniendo un amplio compromiso con el medioambiente y la sociedad. (Blog web konecta, Quienes somos)

1.6.2 Vision:

Ser la compañía líder global de BPO y Contact Center ofreciendo las mejores experiencias a los clientes. (Blog web konecta, Quienes somos)

1.7 Valores corporativos:**Innovación:**

La innovación en Konecta consiste en utilizar el conocimiento, el saber hacer para encontrar diversas maneras de llegar a los objetivos, aplicar nuevos métodos que lleven a la practicidad y facilidad de los procesos volviéndolos más efectivos y eficientes.

Desarrollo sostenible:

Hace referencia al crecimiento y desarrollo de la organización de manera íntegra y adecuada sin afectar el medio ambiente ni los ecosistemas de ninguna manera.

Profesionalidad:

Lo que yo he podido evidenciar en konecta es que el profesionalismo es una cualidad importante entre sus colaboradores debido a que siempre se debe buscar ir mas allá de lo que se pide, generar un compromiso estrecho entre sus labores, para ejecutarlas de la mejor manera.

Integridad:

Konecta por medio de sus empleados refleja en cada uno de ellos la integridad, la unión de los valores humanos y los laborales constituyendo un ambiente laboral adecuado donde sean primero personas que empleados

Excelencia

Uno de los valores más importantes para la organización debido a que interioriza la búsqueda, y la promoción de características sobresalientes en sus colaboradores, logrando que se aporte de gran manera a la organización.

2. DESCRIPCION Y UBICACION DEL CARGO QUE DESEMPEÑA

2.1 Nombre del cargo:

Aprendiz tele ventas

2.2 Estructura organizacional televentas:

Se presenta la estructura organizacional del área de tele ventas que se desprende de la dirección general del negocio

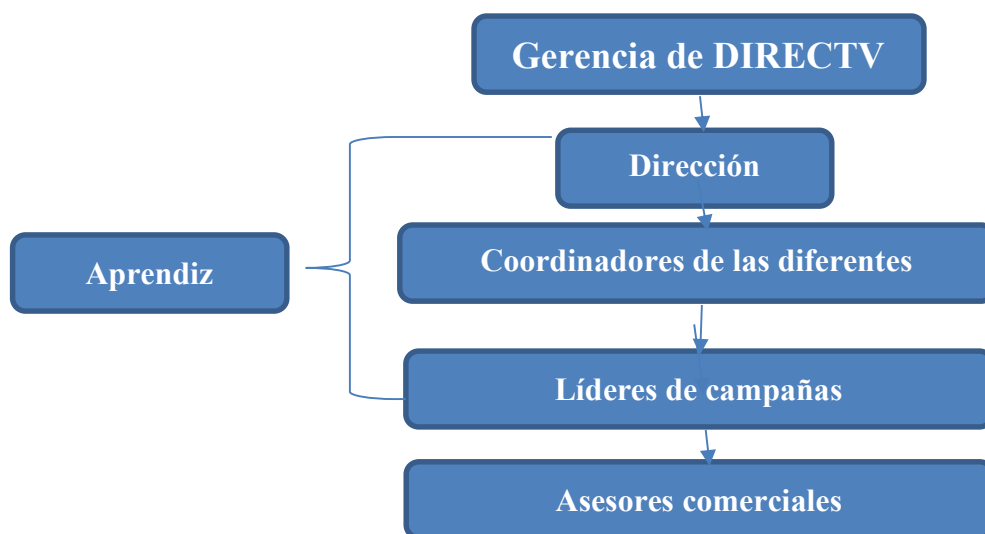


Ilustración 2 – Estructura organizacional
Fuente: elaboración propia

2.3 Funciones asignadas:

- Realizar seguimientos y evaluaciones diarias de las campañas de tele ventas.
- Enviar informes de los comportamientos de las campañas de tele ventas.
- Calcular indicadores como SPH, AHT, Horas conexión en los informes.
- Elaborar seguimientos que midan el número de ventas que llevan cada una de las campañas.
- Actualizar informes con indicadores que aporten información para la toma de decisiones por parte de los directivos y coordinadores
- Crear los reportes para la medición de las ventas en las campañas en las cuales todavía no se tienen dichas mediciones del área de tele ventas
- Envío diario de informes de ventas a los directivos y líderes de la organización para evidencias por medio de los informes los diferentes comportamientos en ventas.
- Informar a los líderes y coordinadores las ventas realizadas por los mismos de manera diaria

3. Descripción general de las tareas desarrolladas

El cargo de aprendiz en el área de tele ventas entre todas sus funciones y tareas asignadas podríamos englobarlo como realizar seguimientos de las diferentes campañas de ventas que presenta DIRECTV, estos seguimientos cuentan con una discriminación de ventas por asesores comerciales midiendo la efectividad de cada uno de los asesores y de sus líderes correspondientes, estos seguimientos se realizan diario ya que es de vital importancia para la organización que la información del estado de las ventas se conozca y divulgue diariamente para tomar acciones al respecto, el cargo a su vez tiene una relación cercana con el cliente corporativo de la organización el cual es una de las personas más importantes y relevantes a la hora de dar prioridad en la información ya que debe de llegarle a él de primera mano.

CUADRO

A continuación, se presenta el cuadro con la descripción detallada de las funciones con sus respectivas tareas y clientes, además de un relacionamiento con su rol profesional y desarrollo de herramientas

FUNCION	TAREAS O PROCEDIMIENTOS	CLIENTE DIRECTO DENTRO DE LA ORGANIZA CION	RELACION DE SU TAREA CON EL ENTORNO PROFESIONAL	HERRAMIENTA
<ul style="list-style-type: none"> - Realizar seguimientos y evaluaciones diarias de las campañas de tele ventas 	<ul style="list-style-type: none"> - Ejecutar o abrir los archivos de las diferentes campañas de tele ventas - Revisar el reporte que se recibe por parte de los lideres con las ventas del día anterior - Ingresar las ventas en los archivos de Excel de las campañas correspondientes - Actualizar las horas de conexión que se tuvieron durante el día; que se actualiza por medio del archivo base de horas, que se encuentra en internet - Ajustar tamaños y textos en las celdas de Excel brindando una buena presentación - Enviar de manera presentada y organizada cada una de las diferentes campañas a las personas ya registradas en las plantillas de Outlook 	<ul style="list-style-type: none"> Coordinadores de ventas - Lideres o supervisores de cada campaña - Cliente corporativo - Analistas de cada país respecto a sus campañas - Supervisora del puesto de tele ventas - Gerente general 	<ul style="list-style-type: none"> - Esta función yo la he identificado muy importante ya que hace parte del proceso administrativo en una fase primordial como el control, ya que por medio de estos reportes se miden y ajustan las ventas para proceder a tomar acciones correctivas. - Las áreas como matemática financiera, pensamiento administrativo, y TICS considero que han aportado en gran manera que al conocimiento que se necesita para desarrollar esta funcion 	<ul style="list-style-type: none"> - Computadores - Rutas de acceso - Permisos de acceso - Internet - Microsoft Excel

<p>- Enviar informes de los comportamientos de las campañas de tele ventas.</p>	<p>- Abrir carpeta con los archivos de Outlook - Identificar y relacionar las campañas con sus diferentes destinatarios para poder realizar el envío oportuno de la información a las personas correctas - Adjuntar sobre tabla de resultado en la redacción del correo - Especificar el corte de actualización de la campaña y de donde se tomaron los insumos</p>	<p>- Coordinadores de ventas - Lideres o supervisores de cada campaña - Cliente corporativo - Analistas de cada país respecto a sus campañas - Supervisora del puesto de tele ventas - Gerente general</p>	<p>- Esta función juega un papel fundamental que sería la retroalimentación y buena comunicación dentro de la organización - La áreas que considero muy importantes seria TICS</p>	<p>- Computadores - Internet - Outlook</p>
<p>- Calcular indicadores como SPH, AHT, Horas conexión en los informes</p>	<p>- Abrir archivo base con las horas calculadas - Abrir cada uno de los reportes de televentas - Realizar un cruce de información por medio de las fórmulas de Excel - Copiar y pegar en valores - Se realiza calculo de SPH con indicador horas conexión y ventas</p>	<p>- Coordinadores de ventas - Lideres o supervisores de cada campaña - Cliente corporativo - Analistas de cada país</p>	<p>- Se desarrollan indicadores que aportan información valiosa en el proceso de medición, para la mejora constante - Considero que las áreas de matemática financiera, planeación y evaluación de proyecto y análisis contable me</p>	<p>- Computadores - Internet - Microsoft Excel</p>

		<p>respecto a sus campañas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Supervisora del puesto de tele ventas - Gerente <p>general</p>	brindaron buenos conocimientos para ejecutar estos indicadores	
<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar seguimientos que midan el cumplimiento por líder respecto sus metas planteadas 	<ul style="list-style-type: none"> - Se abre el archivo de cumplimientos por líder y se actualizan las metas los días gestionados y el número de las ventas diarias hasta el corte o la fecha - Se calcula la ejecución del líder y cada uno de sus asesores - Se realiza discriminación entre los asesores que están en la casa y los que están en la planta - Se realiza el envío correspondiente 	<ul style="list-style-type: none"> - Coordinadores de ventas - Líderes o supervisores de cada campaña - Supervisora del puesto de tele ventas 	<ul style="list-style-type: none"> - Este informe le muestra a cada uno de los supervisores y líderes encargados como van su campaña y cuáles son los asesores más críticos para que los intervenga, el promotor comercial, de nuevo vemos que hace parte del control donde retroalimentamos y generamos insumos que permitan actuar con antelación de manera que se encaminen todos los colaboradores a los objetivos y metas organizacionales 	<ul style="list-style-type: none"> - Computadores - Rutas de acceso - Permisos de acceso - Internet - Microsoft Excel
<ul style="list-style-type: none"> - Brindar acompañamiento a los líderes y coordinadores 	<ul style="list-style-type: none"> - Tener plataformas como Outlook, Spamina, Skype o Whatsapp habilitadas para en responder a las dudas que se les 	<ul style="list-style-type: none"> - Coordinadores de ventas 	<ul style="list-style-type: none"> - Es un relacionamiento para la eficacia a la hora de resolver las inquietudes 	<ul style="list-style-type: none"> - Computadores

sobre cómo van sus campañas respectivas.	<p>puedan presentar a los líderes o personas que reciben la información</p> <ul style="list-style-type: none"> - Seguir un conducto regular y en caso de que la inquietud o duda no me competa dirigirlo a la persona encargada 	<ul style="list-style-type: none"> - Líderes o supervisores de cada campaña - Cliente corporativo - Analistas de cada país respecto a sus campañas - Supervisora del puesto de tele ventas - Gerente general 	<p>- las materias que más considero me ayudaron son las materias administrativas donde nos aclararon la importancia de la rápida solución de dudas y respuestas dentro del proceso administrativo y la cultura organizacional, en adición a esto la materia de lingüística ya que es fundamental tener unas buenas competencias a la hora de comunicarse</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Internet - Skype - Outlook - Whatsapp - Spamina
--	--	---	--	---

Tabla 1 Descripción de funciones
Fuente: Elaboración propia

5. RESULTADOS

5.1 Competencias en el saber y del hacer desarrolladas en la empresa

5.1.1 Competencias del ser:

- **Persistencia:**

Por medio de la experiencia de trabajar en konecta se ha desarrollado una manera de pensar diferente, en donde se modifica la manera de ver las cosas y la insistencia hasta lograrlas, también cambia el querer siempre hacer las cosas bien y de buena manera, y buscar una mejora constante hasta lograr lo planeado.

- **Buena comunicación:**

Una de las mayores competencias que se ha desarrollado a nivel personal es la buena comunicación y la comunicación acertada, ya que es un entorno muy dinámico el del puesto por ende se aprende a establecer buenas relaciones personales y a transmitir correctamente la información.

- **Puntualidad:**

Otra gran competencia que cabe resaltar es la puntualidad ya que las tareas y funciones deben realizarse en horarios precisos por ende se aprende a ser puntual

- **Independencia:**

Se desarrolla un grado de independencia en el puesto de trabajo debido a que las condiciones físicas del puesto requieren que la persona que lo ocupa se desenvuelva solo y de manera autónoma en su labor

5.1.2 Competencias del hacer:

- **Manejo de Excel:**

Una de las más claras competencias que se ha desarrollado en las practicas es el manejo de Excel, debido a que todos los informes que se realizan se ejecutan en dicha plataforma se logrado afianzar los conocimientos en este programa y por el uso diario del mismo se vuelven mucho más rápido en la manipulación de tablas dinámicas, depuración de datos, uso de funciones, cruces de datos, etc.

- **Trabajar bajo presión:**

el trabajar bajo presión es una competencia que se necesita en cualquier trabajo, sin embargo, es algo que se aprende mucho en este cargo debido a que los informes que se realizan se necesitan en muchas ocasiones con suma urgencia, por ende, se aprende a manejar esas situaciones y a darles soluciones y respuestas oportunas.

- **Desarrollo de indicadores:**

El desarrollo de indicadores es algo que se pone en práctica para lograr medir y expresar en porcentajes los diferentes resultados de la operación

5.1.3 Competencias del saber

- **Operatividad de fórmulas matemáticas**

El estudiante desarrollo una capacidad de utilizar fórmulas matemáticas orientadas al cálculo de Metas, proyecciones, dispersiones, cuartiles y otros datos importantes.

- **Estructuración de reportes**

El estudiante aprendió la estructuración necesaria que requiere el planteamiento de un informe de ventas con los datos detallados y los ajustes requeridos como un estándar para la presentación de la información.

- **Manejo de plataformas como Outlook, Spamina, y tablero de ventas virtual.**

El estudiante tuvo su primer encuentro con dichas plataformas, las cuales las aprendió a manejar y a desempeñarse entre ellas, identifico sus diferentes funcionalidades y las uso en sus actividades cotidianas.

5.2 Aportes a la empresa

- **Complemento de informes:**

Realizar ajustes a los informes de manera que se adicionen indicadores nuevos, graficas, y análisis que permitan brindar una información más completa a todos aportando más herramientas visuales y de medición que apoyen la toma de decisiones sustentadas en los análisis

- **Guía y documentación de reportes para tele ventas:**

Realizar una guía con el paso a paso de la elaboración de todos los informes, en la cual se especifiquen su objetivo, donde se encuentran sus insumos, su justificación, paso por paso su elaboración y el porqué de cada uno de sus indicadores. Con el fin de que cualquier persona que necesite conocer la elaboración de los mismo o algún día desee

realizarlos sea mucho más fácil y sencillo, a su vez servirá como un manual de tareas y funciones para el puesto el cual no está definido hasta el momento.

- **Creación de informes nuevos con información crítica de la semana.**

Esta propuesta consta en realizar un reporte con los asesores más críticos en ventas para ejecutar directamente acciones de mejora por parte del promotor comercial, la sustentación de esta propuesta surge como respuesta al ver que no existe ningún informe donde se evalúen aspectos críticos de las campañas.

5.3 Logros

- Aprendizaje en Excel
- Aumentar la experiencia laboral
- Mejorar la relación interpersonal con las personas
- Afianzamiento de conceptos vistos en la universidad
- Conocer una industria diferente a las antes trabajadas
- Crear métodos de trabajo para el mejor aprovechamiento del tiempo
- Tener una mejor adaptabilidad frente a los cambios
- Tener las primeras experiencias laborales desde lo que estudie
- Ser más responsable en cuestión de mis deberes
- Interiorización de valores que me ayudaron a ser mejor persona
- Desarrollo del sentido de pertenencia hacia la empresa

5.4 Dificultades

La única dificultad que se presento fue con relación al funcionamiento de los aplicativos, ya que en algunos momentos no funcionaban correctamente, por ende, como respuesta a esta situación el estudiante busco alternativas con las cuales pudiera ejercer de manera alterna su trabajo, continuando con normalidad el desempeño de sus funciones

5.5 Conclusiones

- El trabajo anterior mente presentado se una compilación de las enseñanzas y aprendizajes que se ha tenido durante el proceso de prácticas en la carrera de administración de empresas.
- El conocimiento teórico aprendido en la universidad realmente se ve apropiado para el desarrollo normal de las labores dentro de las funciones administrativas en una organización
- La experiencia laboral adquirida en el proceso de prácticas constituye un factor muy importante para la vida de los estudiantes ya que es directamente su primera experiencia en contextualización con lo estudiado por ende es vital el acompañamiento de la universidad en este proceso
- El grupo konecta es una organización muy recomendable para los procesos de prácticas desde el área de ventas
- Los reportes construidos en el área de ventas para el grupo konecta tienen un peso importante desde el proceso administrativos en sus fases finales, como lo son el control, la retroalimentación, y las posibles mejoras.

- Los procesos que tiene el grupo konecta en relación con el seguimiento de ventas resultan muy aptos debido a su envío diario, permitiendo que la organización este informada correctamente.
- Las barreras que entorpecen la comunicación en el grupo konecta son muy limitadas debido a la innovación en sus plataformas de difusión.

5.6 Recomendaciones

- Una clara recomendación es la incorporación de cursos de Excel en la universidad ya que esto se perfila como una herramienta sumamente importante en el desarrollo de actividades cotidianas en los trabajos.
- Se le recomienda a la empresa, tener mayores planes de contingencia a la hora de presentar fallas en los aplicativos de uso cotidiano como Outlook y Spamina ya que el no funcionamiento de estos puede generar barreras en la comunicación.
- Se le recomienda a la empresa la estandarización en los procesos de difusión de la información de ventas ya que es algo que se deja mucho a consideración de los practicantes.

6 LISTA DE ACRONIMOS

- **BPO:** Es la subcontratación de funciones del proceso de negocio en proveedores de servicios («La Externalización de Procesos de Negocio.» 1 de abril de 2015. Cinco Días.)
- **SHP:** Cantidad de ventas por día / cantidad de horas conexión que tuvo un asesor
- **AHT:** Tiempo en segundos que dura una llamada
- establecidas con los clientes
- **ADSL:** Línea digital de banda ancha con gran capacidad para la transmisión de datos a través de la red de telefonía básica. (Quero Catalinas, Enrique; García Román, Agustín; Peña Rodríguez, Javier (2007))
- **OTC:** Red electrónica extrabursátil

GLOSARIO DE TERMINOS

- **Contact center:** Es una empresa que gestiona todas las comunicaciones
- **Spamina:** Plataforma para el envío y recepción de correos.
- **Movil provisioning:** Plataforma o empresa de almacenamiento de datos
- **Front office:** Es la parte de la empresa que tiene contacto con el cliente como los departamentos de atención al cliente y los de ventas, distribución y mercadotecnia. (Biblioteca del OQLF, 8 de octubre 2007)
- **Nearshore:** Es un tipo de subcontratación o externalización de una actividad con salarios más bajos que en el propio país. (Carmel, Erran and Abbott, Pamela (2007))
- **Offshore:** Subcontratación en un país diferente al propio (Wikipedia. 2016)

7 REFERENCIAS

- («La Externalización de Procesos de Negocio.» 1 de abril de 2015. Cinco Días.)
- (Quero Catalinas, Enrique; García Román, Agustín; Peña Rodríguez, Javier (2007))
- Pippol.es blog (2017)
- (Biblioteca del OQLF, 8 de octubre 2007)
- (Carmel, Erran and Abbott, Pamela (2007))
- (Wikipedia. 2016)
- Blog web konecta, Quienes somos (2020)

8 CIBERGRAFIA

- <https://www.grupokonecta.com/somos-konecta/quienes-somos/>
- <https://www.grupokonecta.com/somos-konecta/mision-vision-valores/>
- <https://www.grupokonecta.com/somos-konecta/equipo-directivo/>
- <https://www.pippol.es/blog/que-es-un-contact-center/>
- https://es.wikipedia.org/wiki/L%C3%ADnea_de_abonado_digital_asim%C3%A9trica
- <https://www.google.com/webhp?authuser=1>

9 ANEXOS