



Informe de Práctica: Teleperformance

Mariana Zapata Holguín

Asesora:

Marcela Giraldo Osorio

Universidad Católica Luis Amigó

Facultad de Ciencias Administrativas Económicas y Contables

Negocios Internacionales

Medellín

2020

Tabla de contenido

1. Antecedentes	8
2. Empresa Objeto de la Práctica	9
2.1. Objeto Social	9
2.2. Misión	9
2.3. Visión	9
2.4. Valores Corporativos	9
2.5. Objetivos Estratégicos	10
2.6. Rol Comercial	10
3. Agencia Objeto de la Práctica	11
3.1. Cargo desempeñado	11
3.2. Perfil del cargo	11
3.3. Objetivo del cargo	11
3.4. Funciones a realizar	11
3.5. Insumos utilizados en el desarrollo de la práctica	12
3.6. Relación con otros cargos	13
3.7. Condiciones de trabajo	13
3.8. Entrenamiento	13
3.9. Competencias	14
3.10. Responsabilidades	14

INFORME DE PRÁCTICA: TELEPERFORMANCE S.A.S

3.11 Deberes.....	14
3.12. Riesgos	14
4- Características de la práctica	15
4.1. Justificación.....	15
5- Plan de mejoramiento	16
5.1. Objetivo general.....	16
5.2. Objetivos específicos	16
5.3. Ejecución.....	16
Conclusiones y recomendaciones.....	22
Bibliografía/ Webgrafía.....	23

INFORME DE PRÁCTICA: TELEPERFORMANCE S.A.S

Glosario

- **Adherencia:** es el nivel de cumplimiento de los agentes con el horario que se les asigna, desde la hora de llegada, los horarios de almuerzo, de descanso y la hora de salida.
- **Agente:** es la persona que atiende las solicitudes de los usuarios, por medios telefónicos, correo y chat.
- **AHT:** es el tiempo que los agentes se demoran atendiendo las llamadas de los usuarios, este no debe exceder un límite dependiendo de la campaña y la línea de trabajo.
- **AVAYA:** es el teléfono que manejan los agentes para atender a los usuarios, este tiene diversas funciones y va conectado con un sistema en internet.
- **CCMS:** es una plataforma interna de Teleperformance donde los agentes pueden ingresar y manejar diversa información.
- **Contact Center:** es un lugar donde se gestionan y se realizan comunicaciones con usuarios y clientes, para solucionar inconvenientes, inquietudes y gestionar peticiones.
- **Game plan:** es una estrategia que utilizan los supervisores a manera de cronograma, donde programan todas las actividades a realizar, sean administrativas o en piso con los agentes.
- **Indicadores:** son las formas de medir el desempeño de los agentes y de las campañas como tal, esto según las calificaciones dadas por los usuarios o por los monitoreos realizados por los analistas de calidad.
- **KPI'S:** son diversas métricas o estrategias que utiliza la empresa para trabajar en los indicadores que les piden sus clientes corporativos.

INFORME DE PRÁCTICA: TELEPERFORMANCE S.A.S

- **Outliers:** Son aquellos agentes que se deben tener en cuenta en el game plan, para realizar un refuerzo de conocimientos y brindarles oportunidades de mejora a partir de la revisión de las funciones realizadas, ya que son los que tienen el desempeño más bajo en los indicadores del día anterior o el mes.
- **Plan de mejoramiento:** llevar a cabo una actividad previamente analizada y organizada, para implementar en determinado lugar, con el fin de mejorar un proceso determinado y lograr mejores resultados.
- **Proactividad:** “se refiere a la actitud que asumen ciertas personas para atender a situaciones o tareas que precisan de ser controladas, una gestión responsable y de una alta capacidad de respuesta.” (significados.com)
- **TP performance:** es una plataforma interna que se utiliza para descargar toda la información de los indicadores de la empresa, donde se puede dividir por campaña, supervisores, fecha, entre otros.
- **Usuario:** es aquella persona a la cual se le brinda la atención por medio telefónico, chat o correo, estos están afiliados a EPS SURA y son beneficiarios de todos los servicios que esta ofrece.

INFORME DE PRÁCTICA: TELEPERFORMANCE S.A.S

Resumen ejecutivo

La empresa Teleperformance es uno de los BPO más grandes del mundo, pero se diferencia de los demás por su gran calidad humana, la preocupación por sus trabajadores y sobre todo por la seguridad de sus clientes corporativos.

La práctica empresarial en Teleperformance se puede describir como enriquecedora y muy productiva, este es un proceso que marca la vida de los estudiantes como el inicio de su vida laboral, en compañía de los conocimientos adquiridos durante 5 años y se siente satisfactorio al sacar adelante este proceso con éxito. La práctica empresarial no sólo es el último escalón para alcanzar el tan anhelado escalón de la graduación, si no también; es de vital importancia para poner a prueba nuestro conocimiento y nuestra humanidad. Son 6 meses de aprendizaje, errores y correcciones que se deben hacer, pero que queda para siempre lo aprendido, también cabe resaltar que el plan de mejoramiento planteado para la empresa queda allí como una pequeña parte del estudiante, como el aporte que se deja en agradecimiento por abrir sus puertas a cada uno. Para este caso, el plan de mejoramiento para Teleperformance consiste en la mejora de uno de sus indicadores, de gran importancia para el cliente, ayudando también a mejorar sus demás procesos.

Palabras clave: Práctica, Contact center, mejora.

INFORME DE PRÁCTICA: TELEPERFORMANCE S.A.S

Introducción

La práctica empresarial es un proceso de vital importancia en el cual todos los estudiantes que culminan sus estudios logran incursionar en el mundo laboral, aplicando todo lo aprendido durante el tiempo de pedagogía. En este trabajo se puede apreciar la descripción del proceso vivido en la compañía Teleperformance durante los 6 meses de práctica; donde se logró la adquisición de nuevos conocimientos y se compartió lo aprendido en la Universidad Católica Luis Amigó.

A la hora de realizar la práctica, se adquirieron diversos conocimientos, experiencias y valores que quedan para siempre, así como cada una de las personas que hicieron parte de este proceso dejan una huella, que, aunque buena o mala, significa un aprendizaje.

A continuación, se puede observar la información relevante acerca de la empresa, como su objeto social, su misión y su visión, las labores que se realizaron al interior de esta y un plan de mejoramiento con el cual se quiere dejó un aporte en la empresa, ayudando a mejorar uno de sus procesos internos.

INFORME DE PRÁCTICA: TELEPERFORMANCE S.A.S

1. Antecedentes

Teleperformance Colombia hace parte del Grupo Teleperformance, fundado en 1978. Durante las últimas cuatro décadas hemos estado ayudando a nuestros clientes en 160 mercados alrededor del mundo. Somos un equipo formado por 225.000 personas apasionadas con su trabajo presentes en 76 países; atendiendo en 265 lenguas y dialectos diferentes.

Teleperformance en Colombia tiene 28 sites y más de 25.000 empleados en sus sedes de Bogotá, Medellín, Barranquilla y Tunja. Además, hay vacantes desde casa en 13 ciudades del país. Certificado por el Great Place to Work Institute® como un gran lugar para trabajar. La compañía se destaca hoy en día por la prestación de servicios en Colombia, así como en los mercados Nearshore (Estados Unidos) y Offshore (España). Hoy atiende a más de medio centenar de empresas colombianas de los sectores de salud, transporte, energía, alimentos, servicios, entretenimiento, entre otros; y a multinacionales europeas y americanas, jalonando de manera importante uno de los sectores estratégicos para el crecimiento de la economía del país a mediano y largo plazo.

La experiencia y posición de Teleperformance permite a la empresa a tener en cuenta las necesidades particulares de cada cliente y ofrecer robustas operaciones con calidad, en un mercado B2B, mercado B2C o en un mercado mixto.

INFORME DE PRÁCTICA: TELEPERFORMANCE S.A.S

2. Empresa Objeto de la Práctica

2.1. Objeto Social

El objeto social de la compañía es la realización de todo tipo de actividades de mercadeo y ventas, para sí o para terceros que contraten sus servicios, utilizando para ello cualquier medio de comunicación o relación, y la prestación de servicios de telecomunicaciones.

2.2. Misión

"En Teleperformance ofrecemos en todo momento una experiencia excepcional, resultado de nuestro compromiso, pasión y dedicación a la excelencia. Así, creamos oportunidades y valor para empleados, clientes, consumidores, sociedad y accionistas."

2.3. Visión

Hacemos que nuestro equipo sea una extensión de cada uno de nuestros socios, los convertimos en expertos en interacciones que generan un impacto positivo en las marcas haciendo la diferencia

2.4. Valores Corporativos



Fuente: Teleperformance.com

2.5. Objetivos Estratégicos

- Más que un puente entre clientes y marcas: brindamos una visión estratégica para aumentar la lealtad y el valor de su base de clientes, desde las soluciones hasta la implementación.
- La inteligencia emocional y la empatía impulsan la felicidad: con tecnología e inteligencia artificial integrada, mejoramos el rendimiento del equipo, enfatizando el contacto humano e implementando las operaciones de forma estratégica, precisa y oportuna, sin importar la ubicación; manteniendo la flexibilidad y los más altos estándares de seguridad.
- La respuesta correcta a través del canal correcto en el momento adecuado: el conocimiento del comportamiento de los clientes a través del análisis nos permite proporcionar información significativa que se puede utilizar para mejorar productos, servicios y procesos que se traducen en resultados reales para la empresa.

2.6. Rol Comercial

Somos expertos en interacciones entre personas, lo que nos brinda la ventaja de ofrecer una experiencia superior al cliente en cada contacto. Invertimos constantemente en investigación y desarrollo para obtener una comprensión más profunda de los pensamientos, comportamientos y necesidades de los clientes; para diferentes países, industrias, canales y generaciones. Nuestro conocimiento, tecnología y experiencia en el mercado, construida a través de años de experiencia, nos permiten brindar con éxito interacciones únicas en todo el mundo.

3. Agencia Objeto de la Práctica



3.1. Cargo desempeñado

Practicante administrativo-línea EPS SURA

3.2. Perfil del cargo

Importante empresa del sector está en busca de estudiante de carreras técnicas, tecnológicas o profesionales en logística, administración de empresas, negocios internacionales o afines.

Que se encuentre habilitado para realizar su práctica empresarial, una persona responsable, honesta, proactiva, que tenga buen manejo de herramientas como Excel, Word, Power Point, para brindar apoyo a una de nuestras líneas en sus funciones administrativas.

3.3. Objetivo del cargo

Brindar apoyo a la línea con todos los requerimientos que se presenten, realizando los informes y presentaciones necesarios para tener presente las metas y resultados de la operación.

3.4. Funciones a realizar

- Legalización de facturas: todos los meses debemos hablar con la ejecutiva María Isabel sobre la legalización que se le realizan a las facturas de la directora.
- Solicitar las metas y agentes Outliers: los primeros dos días del mes debemos enviar un correo solicitando a los supervisores que nos envíen los agentes outliers de cada uno de sus grupos. Adicional, debemos pedirles el favor de solicitar las

INFORME DE PRÁCTICA: TELEPERFORMANCE S.A.S

metas pactadas por el cliente para el mes que acaba de empezar, estas metas las debemos actualizar en el archivo de DSM.

- **Bitácora de Fallas EPS SURA:** todos los lunes debemos de realizar el envío de la bitácora de fallas actualizada, en el correo debemos incluir a Isabel Latorre, grupo de analistas de sura y a Laura de WFM. En esta bitácora solo incluimos aquellas incidencias que ocurrieron en la semana anterior con los aplicativos de sura, para esto podemos apoyarnos en el practicante técnico el cual maneja una bitácora de caídas generales.

- **In Shift Meting:** debemos realizar el archivo todos los días, la reunión se realiza a las 2:30 pm, por tal motivo debemos tenerla lista para esta hora.

- **Daily Supervisor Meeting:** esta se realiza todos los días con información obtenida de la AVAYA, CCMS y TP performance, debe incluir el nivel de servicio, el AHT, la calidad y los agentes prioridad del día anterior, debemos tenerla lista para la reunión que se realiza a las 10am.

- **Presentación mensual PAC:** se realiza con la información sacada del informe ejecutivo que envía cada mes Cristian Osorio, mostrando los resultados del mes finalizado en cuanto a indicadores y metas solicitadas por el cliente.

3.5. Insumos utilizados en el desarrollo de la práctica

En general la función es realizada por medio de un computador personal, en el cual se cuenta con todas las herramientas ofimáticas y aplicativos propios del cliente para realizar las labores asignadas, además de un correo electrónico usado para mejorar la comunicación con el resto de la operación.

INFORME DE PRÁCTICA: TELEPERFORMANCE S.A.S

3.6. Relación con otros cargos

Es importante el manejo de una buena comunicación, tener disposición y vocación para ayudar a los demás, ya que muchas veces es necesario solucionar requerimientos que solicitan los agentes, además, debe mantenerse en constante comunicación con las supervisoras, analistas de calidad y las ejecutivas, esto con el fin de llevar a cabo las funciones de manera eficiente. El cargo está directamente relacionado con cada persona que se encuentra en la operación, ya que el puesto de trabajo está ubicado al interior de esta.

3.7. Condiciones de trabajo

Las condiciones para realizar las funciones son adecuadas, se cuenta con un computador personal, cada dispositivo tiene un funcionamiento adecuado, la silla es cómoda y adecuada para pasar largo tiempo en ella, en la operación hay aire acondicionado y buena iluminación, además de la luz entrante por los ventanales. Es posible el ingreso de bebida hidratante o café, cerca de la operación hay dispensadores de líquido. Se cuenta además con un horario de 7 am a 4 pm, media hora de desayuno y una hora de almuerzo, las cuales pueden ser en cualquier momento de preferencia personal.

3.8. Entrenamiento

Este entrenamiento fue realizado por Jessica Rojas, segunda practicante de la operación, quien al momento de mi ingreso llevaba 3 meses en la compañía, contando con todo el conocimiento del cargo, este fue llevado a cabo durante dos semanas donde observaba la realización de las actividades por parte de Jessica y a la vez explicaba el paso a paso de cada proceso. Además de contar con el apoyo de la ejecutiva María Isabel Lagos y la supervisora Dulfary Echeverry, quién ha resuelto cada duda que he tenido y me dio todas las indicaciones relacionadas con la presentación mensual de PAC.

INFORME DE PRÁCTICA: TELEPERFORMANCE S.A.S

3.9. Competencias

Para la realización de las funciones en este cargo es necesario contar con competencias avanzadas en las herramientas ofimáticas como Word, Excel y Power Point, también es importante el servicio a los demás, la responsabilidad, el respeto, trabajo en equipo, eficiencia ante adversidades, puntualidad y honestidad.

3.10. Responsabilidades

- Mantener actualizada la bitácora de fallas e incidencias
- Realizar el archivo de la DSM todos los días antes de las 10 am
- Solucionar los requerimientos que se presenten en la operación
- Realizar la presentación mensual de PAC

3.11 Deberes

- Cumplir con las normas de seguridad requeridas por la empresa para el ingreso a la operación, no ingreso de dispositivos móviles, papeles, billetes, entre otros.
- Ser responsable y oportuna en la realización de reportes
- Cumplir con todas las funciones solicitadas por las ejecutivas

3.12. Riesgos

- No realizar los reportes de las incidencias a tiempo, ya que esto puede afectar las notas de calidad en la operación y en general los indicadores que solicita el cliente.
- Reportar un tiempo mayor de incidencias y caídas, ya que esto aumenta el costo del cliente.

4- Características de la práctica

4.1. Justificación

A lo largo del proceso académico se atraviesan un sinnúmero de situaciones que, aunque buenas o malas, finalmente forman los estudiantes como grandes profesionales y les enseñan a ser mejores seres humanos; algunos de estos sucesos tienen mayor relevancia que otros, pero sin duda alguna la práctica profesional es el evento que marca a cada persona poniéndole punto final a su proceso como estudiante, de esta manera convertirse, por fin, en el profesional que siempre ha deseado.

De esta manera es preciso decir que "... La práctica es una gran experiencia para acercarse y conocer cómo funcionan las dinámicas laborales. Permite al estudiante poner en práctica su formación, conocer de cerca el funcionamiento interno de las empresas, contrastar sus conocimientos y aptitudes con el perfil que demandan las empresas, e incluso definir sus aspiraciones profesionales" (Santo Tomás, 2017). Estando en el campo laboral de lleno, es posible darse cuenta cómo se mueve el sector real, poniéndolos a prueba y haciéndolos esforzar para entregar lo mejor de sí mismos, aunque esto implica mayor empeño por parte del estudiante, es reconfortante para el proceso estudiantil ver que al final de 6 meses se pudieron adquirir nuevos conocimientos; combinándolos con los teóricamente aprendidos durante los demás semestres en la etapa de aprendizaje. Además del ámbito laboral y de desempeñarse en un cargo en una empresa, las prácticas los llevan a enfrentarse a un entorno social donde se encuentran muchos tipos de personas, cada uno con pensamientos diferentes, con los cuales no siempre es fácil convivir y generar vínculos, por lo que la práctica profesional también puede definirse como una formación social, adicionalmente, en este espacio se pueden lograr enlaces para el futuro, iniciando así una red de contactos.

INFORME DE PRÁCTICA: TELEPERFORMANCE S.A.S

Finalmente, es importante recalcar que la práctica profesional es una gran oportunidad para resaltar y dejar huella en la empresa en la cual se está desempeñando, dejando en alto no solo el nombre de cada uno, sino también el de la universidad que fue la encargada de aportar a la vida del practicante todo el conocimiento.

5- Plan de mejoramiento

5.1. Objetivo general

Mejorar el indicador de CCMS en la operación de EPS SURA con el fin de cumplirle al cliente los indicadores que solicita a Teleperformance.

5.2. Objetivos específicos

- Incentivar en los agentes la lectura de los comunicados que se envían por medio de CCMS, cumpliendo así con lo solicitado por parte de las supervisoras y alcanzando el nivel de 95 en el indicador.
- Reforzar el cumplimiento de los demás indicadores de la operación de EPS SURA, apoyándose en la información compartida por medio de los comunicados de CCMS.
- Motivar a los agentes al cumplimiento del indicador por medio de compensaciones de tiempo laboral.

5.3. Ejecución

El CCMS es una plataforma virtual que se utiliza de manera interna en Teleperformance como parte de sus políticas de seguridad, esta plataforma solo se puede abrir en la red interna de la empresa ya que en ella se maneja información confidencial tanto de la empresa, como de los clientes corporativos. El CCMS es la herramienta principal que utilizan todos los empleados de Teleperformance; desde los agentes hasta los directores; para recibir

INFORME DE PRÁCTICA: TELEPERFORMANCE S.A.S

información acerca de los procesos, actualizaciones de producto, monitoreos de calidad, oportunidades de mejora, entre otros. También por medio de esta plataforma los supervisores pueden realizar el game plan, que consiste en la planeación de sus actividades diarias, sean administrativas o en piso con los agentes.

El CCMS es personal y de ninguna forma puede ser usada la cuenta de una persona por otra, para este ingreso a la plataforma se le asigna a cada trabajador de la compañía un código llamado CCMS ID, este código aparece en el carné de cada persona y es su identidad al interior de Teleperformance. Por medio de esta plataforma también se programan los horarios de trabajo a los agentes, incluidos los break y la hora de almuerzo, por medio de este se deben notificar las novedades correspondientes, ya que el equipo de Workforce trabaja de la mano con esta plataforma para medir algunos indicadores como adherencia, ausentismo, entre otros.

Para los directores de la campaña de EPS SURA y en general de Teleperformance, es de gran importancia que el CCMS sea usado de forma correcta por los agentes, quienes diariamente deben ingresar para reportar sus horarios, en este dejan en evidencia el turno que realizaron y los tiempos en que tomaron sus descansos, pero además de esto están en la obligación de leer las comunicaciones que se les comparte de forma diaria. Estas comunicaciones pueden ser generales; que provienen de recursos humanos de la compañía, donde se hacen campañas según las fechas especiales, se realiza concientización frente a diversos temas de interés general, etc. Las comunicaciones también pueden ser de parte de la campaña EPS SURA como tal, donde se comparte a los agentes las actualizaciones realizadas por el cliente corporativo, en este puede ir incluida la información de cierre de IPS, puntos de atención, validación de documentos, direccionamiento para los usuarios, entre otros, las comunicaciones pueden provenir también de los supervisores, quienes realizan seguimiento a

INFORME DE PRÁCTICA: TELEPERFORMANCE S.A.S

las llamadas realizadas por los agentes, calificando su desempeño y brindándoles oportunidades de mejora. Por último, en el CCMS pueden encontrar observaciones, que vienen por parte de los analistas de calidad, quienes realizan la mayoría de los monitoreos en las llamadas y se encargan de evidenciar bajo ciertos parámetros los errores cometidos y los puntos a mejorar en la operación.

Para que la línea de EPS SURA en Teleperformance preste el mejor servicio y sea rentable para el cliente corporativo es importante que se cumpla con una meta que este solicita en todos los indicadores que la empresa maneja. Como Teleperformance opera diversas líneas de atención y estas cuentas con diferentes características (llamadas, correos, chat en línea, mensajes de texto, entre otros) los indicadores varían según la línea de trabajo. Para el caso de EPS SURA, la efectividad en el servicio se mide por medio de varios indicadores que son:

- AHT: es la cantidad de tiempo que demora un agente en una llamada, que en este caso debe estar por debajo de 5:05 minutos.
- Nivel de servicio: es la medición entre las llamadas que ingresan a la línea y las que realmente se atienden, la meta de este indicador depende de cada Split o sublínea ya que cada uno cuenta con necesidades diferentes.
- El C-SAT: son las encuestas que se le realizan a los usuarios al momento de finalizar la llamada y por el que miden el servicio que se les prestó, para este caso el indicador debe estar por encima de 3.5.
- La calidad: este indicador lo miden los analistas de calidad, escuchando ciertas llamadas atendidas por los agentes y basándose en diversos parámetros, esta se mide por agente, por supervisor y por sublínea. También son metas diferentes, para

INFORME DE PRÁCTICA: TELEPERFORMANCE S.A.S

el Split de salud debe estar por encima de 85 y para operaciones debe estar por encima de 90.

También hay otro indicador que es importante para la operación pero que no está ligado al servicio prestado a los usuarios, son:

- Adherencia: este es el indicador que mide el cumplimiento real de los asesores con sus horarios programados, con este bonifican a final de mes los agentes y supervisores. Para que esto sea posible la adherencia debe estar sobre 90%.
- CCMS: este indicador mide el uso de la plataforma, basándose en 4 aspectos que son: el ingreso a la plataforma, el acuse de recibido de los comunicados de mayor prioridad, la lectura de las comunicaciones generales y la lectura de las observaciones. Es importante que el indicador se mantenga sobre 95.

Este último ha tenido un rendimiento deficiente en los primeros meses del año, es por ello, el deseo de implementar un plan de acción logrando mantener el indicador por encima de 95, este plan se va a implementar de la siguiente manera:

1-Revision diaria del CCMS por parte del practicante encargado, para cerciorarse que los agentes tengan las comunicaciones en 0, esto se hará pasando por cada uno de los puestos de los agentes.

2- Con autorización de la directora Sandra Pulgarín, permitir a los agentes ponerse en el auxiliar 2 para realizar la lectura profunda de la información que se envía al CCMS, esto se haría paulatinamente en el día, ya que no se pueden parar todos los agentes de todos los Split, entonces se haría por grupos de 4 agentes, cada dos minutos.

INFORME DE PRÁCTICA: TELEPERFORMANCE S.A.S

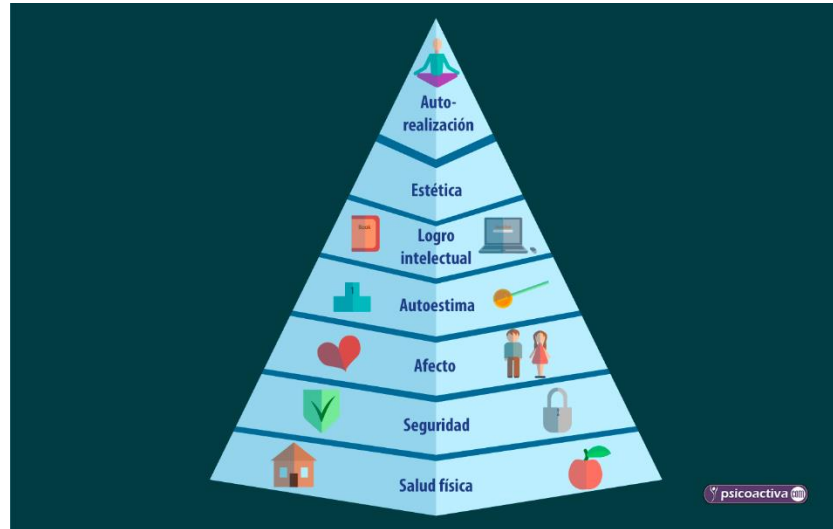
3- Realizar un quiz corto cada semana, para revisar que los agentes si leyeron de manera adecuada las comunicaciones.

4- Premiar a los agentes que tengan los mejores resultados en los quiz, con extra-break o salida media hora antes del turno.

Con las estrategias anteriormente mencionadas, se pretende lograr que los agentes no acumulen las comunicaciones, que es uno de los factores que afectan en gran parte el desempeño del indicador y, por otro lado, se logra que se nutran realmente de la información que se les envía por este medio, captando asertivamente los cambios realizados por EPS SURA para la atención de los usuarios por medios telefónicos y chat, llenándose de nuevo conocimiento, que les permitirá en un tiempo tener la posibilidad de ascender en la compañía.

La ultima estrategia es tal vez la que mas fuerza pueda tomar entre los agentes y la que más contribuya a la mejora del indicador, ya que los incentivos y la motivación en el ámbito laboral son de gran importancia, esto podemos relacionarlo con la teoría de Herzberg, quien dice que “las personas tienen diferentes necesidades que las llevan a una satisfacción para una determinada actividad o trabajo” (Herzberg, 1954), lo que también puede cruzarse con la pirámide de las necesidades de Maslow, que se muestra a continuación:

INFORME DE PRÁCTICA: TELEPERFORMANCE S.A.S



Fuente: psicoactiva.com

Aquí podemos observar en los primeros niveles la salud física, que se relaciona directamente con uno de los incentivos dados por rendimiento en la lectura del CCMS, ya que tiene que ver el descanso de los agentes, estos se ven en la necesidad de tener respiros durante su turno de trabajo, por lo que para ellos es llamativo el hecho de tener más tiempo para su ocio y disfrute.

La motivación y el cumplimiento van estrechamente relacionados y es un aspecto importante en el que la empresa puede centrarse, específicamente para este punto en especial que es el cumplimiento de un indicador, el cual conlleva al mejoramiento de los demás indicadores existentes en la compañía.

Conclusiones y recomendaciones

- La práctica empresarial no sólo es el último escalón para alcanzar el tan anhelado escalón de la graduación, si no también; es de vital importancia para poner a prueba nuestro conocimiento y nuestra humanidad.
- El conocimiento que adquirimos en la universidad acerca de una disciplina en específico es realmente valioso, pero las habilidades que se adquieren en el que hacer del día a día no tiene comparación alguna y no se puede comprar.
- La empresa Teleperformance es uno de los BPO más grandes del mundo, pero se diferencia de los demás por su gran calidad humana, la preocupación por sus trabajadores y sobre todo por la seguridad de sus clientes corporativos.
- Se le recomienda a la empresa flexibilizar un poco las medidas de seguridad con los agentes, de manera que no se vea tan afectada su estadía durante el turno.
- También se recomienda tener mayor claridad al momento de asignar las tareas ya que esto puede ser un tanto confuso para los practicantes al inicio de su proceso.

INFORME DE PRÁCTICA: TELEPERFORMANCE S.A.S

Bibliografía/ Webgrafía

Psicoactiva. (s.f.). *Psicoactiva.com*. Obtenido de <https://www.psicoactiva.com/blog/la-teoria-las-necesidades-humanas-abraham-maslow/>

Santo Tomás en línea. (20 de 08 de 2017). Obtenido de <https://enlinea.santotomas.cl/santo-tomas-en-la-prensa/cartas-y-columnas/la-importancia-las-practicas-profesionales/69167/>

Significados.com. (s.f.). *Significados.com*. Obtenido de <https://www.significados.com/proactividad/>

Teleperformance. (s.f.). *Teleperformance Colombia*. Obtenido de <http://www.teleperformance.co/es-es/quienes-somos/sobre-nosotros>