



Análisis Organizacional y Prospectivo De La Empresa Call Center De Konecta En El Valle De
Aburra

Maria Alejandra Patiño Castaño

Malorin Daniela Restrepo Llanos

Sandra Milena Arismendi

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Bello (Antioquia)

Programa Administración de Empresas

noviembre de 2022

Análisis Organizacional y Prospectivo De La Empresa Call Center De Konecta En El Valle De
Aburra

Maria Alejandra Patiño Castaño

Malorin Daniela Restrepo Llanos

Sandra Milena Arismendi

Monografía presentado como requisito para optar al título de Administrador de Empresas

Asesor(a)

Eduardo Nicolas Cueto Fuentes

Administración de Empresas

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Bello (Antioquia)

Programa Administración de Empresas

noviembre de 2022

Dedicatoria

La siguiente investigación va dedicada a Dios y a mi familia.

Agradecimientos

Primeramente, le damos gracias a Dios por permitirnos tener esta gran experiencia llena de conocimiento dentro de la Universidad por convertimos en las profesionales en lo que tanto nos apasiona, agradecemos a nuestros padres quienes fueron el motor que impulsaron a cumplir nuestro sueño y siempre han estado día y noche a nuestro lado, donde han sido nuestra mejor guía en la vida.

Gracias a cada maestro que hizo parte de este proceso integral de formación, esta tesis que perdurara en nuestros conocimientos y desarrollo de las demás generaciones que están por llegar, gracias por toda la paciencia y transmitirnos sus conocimientos de manera profesional, por su dedicación, tolerancia y perseverancia.

Finalmente agradecemos a los que leerán esta tesis, por permitirnos a cada una de nuestra experiencia, investigaciones y conocimientos, donde no ha sido fácil el camino hasta ahora, pero gracias a cada uno de los aportes recibidos logramos culminar este proceso.

Contenido

Resumen	8
Abstract.....	9
Introducción.....	10
Planteamiento del problema	12
Objetivos	15
1.1 Objetivo General	15
1.2 Objetivos Específicos.....	15
2 Justificación.....	16
3 Marco Conceptual.....	18
4 Marco contextual.....	23
4.1 Locales.....	23
4.2 Nacionales.....	24
4.3 Internacionales.....	26
5 Marco legal	29
5.1 Artículo 1. Objeto.....	29
5.2 Artículo 3. Ámbito aplicación.....	29
5.3 Artículo 7. Identificación del Usuario para la desafiliación o terminación de contratos.....	29
5.4 Artículo 10. Solicitudes escritas de desafiliación o terminación de contrato.....	30
5.5 Constituciones de las BPO.....	30
5.6 Artículo 15. Derecho al buen nombre y habeas data	30
5.7 Artículo 78. Protección del consumidor.....	31
6 Marco teórico.....	32
7 Que Son Las BPO	33
7.1 Entrante	34
7.2 Saliente.....	34
7.3 Virtud	34
8 Como funciona un Call Center	34
8.1 Como hacer seguimiento a las Métricas.....	34
9 Tendencias de las BPO	35

9.1	Alineación Estratégica.....	35
9.2	Proteger Los Activos Vitales.....	35
9.3	Mejorar La Experiencia Del Cliente.....	36
9.4	Se Conservador En Tu Inversión Tecnológica	36
9.5	Mantente En el camino.....	36
10	Línea de investigación.....	37
10.1	Eje temático	37
10.2	Enfoque de Investigación.....	37
10.3	Diseño Experimental.....	37
10.4	Alcance.....	38
10.5	Población.....	38
11	Tamaño de la muestra	39
12	Fuente	40
13	Análisis y tratamiento de datos	40
14	Resultados.....	41
15	43	
16	45	
17	46	
18	Conclusiones	51
19	Referencias.....	53
20	Anexos.....	59
	Preguntas de perfil.....	59

Resumen

En la investigación denominada Análisis Organizacional y Prospectivo De La Empresa Call Center De Konecta En El Valle De Aburra el problema abordado fue como la alta rotación de personal logra influir en la calidad del servicio prestado de las BPO, por lo tanto, el objetivo general que le da respuesta a la investigación es Analizar el escenario organizacional y prospectivo de la empresa call center Konecta del Valle de Aburra, así mismo se utilizó un enfoque de tipo mixto y diseño no experimental donde se encontró que los resultados obtenidos por las encuesta fue que la desmotivación de los colaboradores en un Call Center está afectada por el ambiente laboral, donde se puede afirmar que son los principales motivos para que se dé la rotación del personal, pero queda demostrado que la rotación se manifiesta de manera diferente dependiendo de la edad y el nivel de escolaridad que tiene el colaborador, las personas más jóvenes son las que fluctúan más en la empresa, en el caso de la motivación laboral y las personas de mayor edad son las más estables en la compañía.

Palabras clave: Innovación; mejora continua; retroalimentación; análisis económico e implementación.

Abstract

In the investigation called Organizational and Prospective Analysis of the Konecta Call Center Company in El Valle De Aburra, the problem addressed was how the high turnover of personnel manages to influence the quality of the service provided by the BPOs, therefore, the general objective that gives an answer to the research is to analyze the organizational and prospective scenario of the call center company Konecta del Valle de Aburra, likewise a mixed type approach and non-experimental design was used where it was found that the results obtained by the survey were that the Demotivation of collaborators in a Call Center is affected by the work environment, where it can be affirmed that they are the main reasons for staff turnover to occur, but it is demonstrated that turnover manifests itself differently depending on age and job. level of education that the collaborator has, the youngest people are the ones that fluctuate the most in the company, in the case of motivation employment and older people are the most stable in the company.

Keywords: Innovation; continuous improvement; feedback; economic analysis and implementation.

Introducción

El apoyo de los Call Center es fundamental, ya que ofrece respuestas rápidas, efectivas y permite resolver cualquier duda o incidencia de los clientes de un modo personalizado. Así mismo ha sufrido transformaciones desde la telefonía tradicional hasta convertirse en Call Center virtuales gracias a la solidificación del internet, que ha permitido a los usuarios de internet establecer una conversación cara a cara con la persona que se encuentra en el centro de atención telefónica, en Colombia se genera más de 230.000 empleos directos y ha registrado un crecimiento promedio anual del 6 % en los últimos 6 años.

Konecta es una organización que está orientada a la gestión de la experiencia de cliente e innovación, la cual presta servicios de outsourcing, a través de un modelo sostenible que ayuda a contribuir valor a los cliente, empleados y accionistas, Konecta realiza una gestión que incluye la planificación, y la ejecución de tareas internas como lo es el back office, front, y actividades realizadas por los agentes externos, también ofrecen procesos que representan un largo plazo de ejecución o un ciclo de venta/servicio igualmente largo o complejo.

Se analizará el comportamiento, de la estructura organizacional desde la planeación, dirección, control y ejecución, se identificará los objetivos prospectivos y el funcionamiento de cada área de trabajo, así mismo el crecimiento que ha obtenido durante los últimos tres años y como este los beneficio a nivel económico, corporativo y social, para identificar como es el ambiente interno y externo de la empresa Konecta, logrando posicionarse entre uno de los mejores call centers del Valle de Aburra.

Como fuente primaria los datos serán recolectados a través de encuestas y grupos focales del call center Konecta, realizando entrevista a los administrativos y a los agentes internos, así mismo se implementará un grupo focal en un área específica de la empresa, para conocer el funcionamiento de la organización y como se está comportando a nivel prospectivo. Como fuente secundaria se realizará

pesquisas bibliográficas en bases de datos especializadas, artículos, textos o libros, con ello se trabajará un enfoque de la investigación prospectada que será de tipo mixta.

Todo lo anteriormente mencionado, se realizará con el fin de hacer un diagnóstico de la solidez estructural y administrativa de la empresa Konecta. Este análisis prospectivo podrá mejorar algunos procesos que se tengan fallas en la compañía. Con la información recolectada se implementará propuestas para futuros planes de mejoramiento que la empresa puede aplicar de forma inmediata y segura.

Con la toma de decisiones la empresa severa favorecida para el desarrollo económico, administrativo, tecnológico y social, traspasando la proyección exclusiva de directrices para diseñar y construir alternativas que permitan un acercamiento progresivo al futuro deseado.

Planteamiento del problema

El índice de rotación de personal en los call centers está situado entre el 3% al 4%, de acuerdo con el autor (Uriarte, 2020), esta cifra es normal en este modelo de negocio, así pues, en la empresa Konecta se está presentando una rotación del 5,5%, lo cual se evidencia que el nivel está por encima de la cifra establecida, además sus posibles causas pueden ser: clima laboral, supervisión inadecuada, oportunidad de crecimiento, entre otros.

En comparación con otra BPO es la empresa Emtelco se da con un porcentaje del 3,9% lo que quiere decir que es una cifra normal por lo establecido en el rango, la rotación se da porque la mayoría de los asesores son estudiantes, o la mayoría consiguen trabajo en otras empresas con mejores prestaciones salariales

Los Contact Center es uno de los sectores donde se evidencia una de las rotaciones más altas, donde en la mayoría de los BPO se puede afectar en la calidad de los servicios, en este sector la tasa de rotación es superior al 25%, en los call centers la mayoría de sus colaboradores son jóvenes se encuentran en un promedio por debajo de los 35 años, donde por este rango de edad es uno de los motivos de la deserción, la pérdida de estos colaboradores resulta muy costosa a las empresas según (Resource, 2015), donde reemplazar a un empleado cuesta 13.500 euros que equivalen a 15.000 dólares en cuanto a la selección, contratación y formación.

Por lo tanto, se buscará identificar la alta rotación de personal en la empresa Konecta, analizando los factores tanto internos como externos, los cuales han implicado que esta situación se convierta cada vez en un problema para Konecta, afectando la integridad, clima laboral y percepción de la organización. Sumándole a esto que la empresa no contemple condiciones efectivas para retener a sus colaboradores.

Así mismo esta situación suele suceder con frecuencia, logrando generar una imagen negativa a la compañía, deduciendo que no brindan oportunidades que se acomoden a las necesidades del

colaborador y a su crecimiento laboral, alcanzando un flujo alto en la rotación del personal en sus diferentes sedes en el Valle de Aburra.

El problema anteriormente mencionado tiene lugar en las sedes de Konecta, distribuidas en el valle de Aburra de la siguiente manera: la principal sede es el Centro empresarial Olaya Herrera, el segundo Puerto Seco y el tercero Buró. Debido a la rotación constante de los colaboradores en estas sedes y al no tener un buen ambiente laboral, muchos de ellos dejan de pertenecer a la empresa. Esta situación desfavorece a Konecta porque la hacen ver como una empresa que no les da continuidad a sus empleados, además, no hacen las propuestas suficientes para retener a los colaboradores; lo podemos evidenciar cuando se hace una búsqueda en internet sobre ofertas de empleo, apareciendo como una de las principales opciones.

Todo esto produce que el personal con frecuencia este entrando y saliendo de la compañía, lastimosamente esta situación está afectando la imagen de Konecta, en las tres sedes y a su vez a los colaboradores, ya que no garantizan una estabilidad laboral adecuada, donde ellos puedan desempeñar las funciones que se la han sido asignadas por tiempo indefinido.

Pregunta problematizadora

¿La alta rotación del personal logra influir en la calidad del servicio prestado de los BPO?

Objetivos

1.1 Objetivo General

- Analizar el escenario organizacional y prospectivo de la empresa call center Konecta del Valle de Aburra.

1.2 Objetivos Específicos

- Identificar cuáles son los elementos óptimos de la estructura organizacional y prospectiva de una organización.
- Diagnosticar el componente estratégico prospectivo para la variación de la rotación de la empresa Konecta.
- Determinar las causas que generan la alta rotación en la empresa Konecta ubicada en el Valle de Aburra.

2 Justificación

En este apartado se mostrará los principales beneficios que se alcanza con la revisión de la investigación que está basada en la alta rotación que tiene la empresa Konecta, se hablara de las principales causas que generan la rotación en los Call center en el Valle de Aburra, entre las cuales tenemos, un mal clima laboral, falta de supervisión del personal, un salario bajo, poco apoyo para el crecimiento dentro de la misma compañía, etc. La investigación beneficiará al sector de los Call center y servirá como insumo fundamental para la toma de decisiones y el seguimiento de las actividades en la alta rotación.

Los autores (Gonzale Avendaño & al, 2020), nos hablan sobre las implicaciones que trae la alta rotación en los Call center ya que generan una pérdida para la organización en cuanto a gastos de prestaciones salariales, y de gastos adicionales como lo son las remuneraciones, la asignación de elemento de trabajo que no sean de carácter devolutivo como las esponjas que se ponen en la diadema, y los filtros, entre otros. Otra de la implicación seria la inversión que deben de realizar las empresas para la contratación del nuevo personal, sacar campañas para la oferta laboral.

Con la investigación, Konecta puede llegar a beneficiarse económicamente, al optimizar recursos en tema de las reuniones con gestión humana; en la adecuada selección del personal, asignación de entrevistas laborales, tiempo para las capacitaciones y el pago de esta, además, se optimizará los recursos de computadores, carnés, refrigerios y el pago del formador.

Otro de los beneficios esperados, es el que se desea lograr a nivel social y personal al generarse menos desempleo, teniendo claro estrategias para la disminución del desempleo y el crecimiento del personal. Esto a su vez, mejora la calidad de vida de cada uno de los empleados e impacta positivamente en la imagen de los call centers, como empresas solidas con buena oferta laboral.

Este proyecto también beneficia en gran medida a la institución universitaria UNIMINUTO, al generar nuevo conocimiento y realizar propuestas de intervención para la ejecución de planes de mejoramiento en la empresa estudiada.

Por otra parte, lo afirma (Mineducación, 2021) se han creado políticas diseñadas para mejorar la calidad de la educación pretende que todos los estudiantes, independientemente de su procedencia, situación social, económica y cultural, cuenten con oportunidades para adquirir conocimientos, desarrollar las competencias y valores necesarios para vivir, convivir, ser productivos y seguir aprendiendo a lo largo de la vida.

Con la implementación de esta política se fortalece la información que se puede llegar a encontrar en las bibliotecas universitarias. Esta información se garantiza que sea científica y de calidad, siendo realizada por estudiantes en sus tesis, utilizando de manera sistemática las nuevas tecnologías y herramientas para la recolección de la información.

Desde el ámbito personal, esta investigación nos beneficia en la generación de nuevo conocimiento científico, aplicando lo aprendido en la carrera y utilizando estrategias de cursos como metodología de la investigación, estadística, investigación de proyectos, gestión de la calidad entre otros.

Favorece la creación de nuevos protocolos de intervenciones en la empresa Konecta, para fortalecer los ambientes laborales, económicos y sociales.

3 Marco Conceptual

En esta investigación se mostrarán los principales conceptos que argumentan el problema abordado con esto el concepto de **empresa Call center**, que significa centro de llamadas o centro de atención telefónica, donde la atención se puede presentar en diferentes canales como los son las redes sociales, chat, mail, etc. Los operadores se encargan de recibir y realizar llamadas prestando un servicio, aclarando dudas, reclamos, solicitudes u ofreciendo un producto, en las empresas Call center dependen exclusivamente de la productividad y eficiencia de los asesores que trabajan en la compañía, donde la gestión operativa se convierte en uno de los aspectos importantes que necesitan más esta atención (Uriarte, 2020).

También **los objetivos** de una empresa Call center son contar con personas capacitadas para prestar una buena atención al usuario, realizar u ofrecer encuestas de satisfacción al cliente, brindar una atención de alta calidad, los asesores deben de gestionar las llamadas ya sean entrantes o salientes para resolver la inconformidad que presenta el usuario y así generar una experiencia positiva para el cliente, impresionando de la manera más efectiva sobre el nivel de satisfacción y lealtad hacia el usuario (Uriarte, 2020).

Por otra parte la **Planificación** en un Call center, es una de las etapas más necesarias ya que se trata de programar las tareas a realizar y resolver las cuestiones pertinentes que más tarde se ejecutarán, (López, 2021) como lo es tener herramientas necesarias que ayuden a cumplir los objetivos, en este caso los colaboradores son el recurso más importante, también se deben utilizar herramientas de apoyo que ayuden a medir muy bien, los turnos rotativos, gestión en tiempo real, control de la asistencia y reducción del ausentismo, entre otras. Por eso, es tan importante saber cómo organizar un Call center, teniendo siempre en mente que el objetivo final es optimizar la operación y llevarla a niveles esperados.

Por consiguiente, la **Organización** en una empresa es aquella estructura ordenada donde coexisten e interactúan personas con diversos roles, responsabilidades o cargos que buscan alcanzar un objetivo particular. La organización usualmente cuenta con normas (formales o informales) que especifican la posición de cada persona en la estructura y las tareas que debería llevar a cabo, (Roldán, 2017).

Los Call center son prestadores de un servicio, donde busca la interacción constante con el cliente y el servicio ofertado; esto permite que se generen diferentes datos, los cuales pueden ser almacenados y estudiados, por las diferentes áreas del Call center. Algunas de estas áreas se encargan de la venta de productos, la realización de encuestas, ofrecer servicios y recibir llamadas; realizar pedidos, registrar incidencias o simplemente responder algunas inquietudes de los clientes.

Otra de las etapas es la **Dirección**, es el proceso por el cual se gestionan los recursos de una compañía para alcanzar los objetivos planteados por la gerencia, es una actividad continua donde la firma plantea, coordina y desarrolla las tareas necesarias para cumplir las metas trazadas (Westreicher, 2020). La dirección debe ser gestionada en los Call center, por personas con ciertas capacidades como son el Liderazgo, habilidades de comunicación, capacidad de reacción y toma de decisiones acertadas entre otras.

En efecto el **Control**, consiste en verificar si se están cumpliendo los objetivos planteados en la planificación. Esto se logra contrastando las metas propuestas con los resultados observados en los estados financieros, auditorías o datos estadísticos, (Westreicher, 2020), para llevar un buen control para los Call Center, se pueden hacer uso de un sin número de herramientas métricas, planes, estrategias y algunos datos complementarios y así darle solución a las diferentes situaciones que se presenten.

Otro concepto clave es el de **Coordinación** es el instrumento que permite integrar las funciones independientes de todos los departamentos de una empresa. Esto, con el fin de alcanzar eficientemente las metas establecidas. (Quiroa, 2021) Es importante destacar, que la coordinación fortalece la cultura organizacional en un Call center, reduce conflictos entre departamentos y genera una adecuada colaboración entre todos los miembros de la empresa. Por lo tanto, la coordinación es vital en la estructura de cualquier organización.

Además, la coordinación determina la forma cómo se divide el trabajo dentro de la empresa y la forma cómo deberá realizarse. Por ello, debe efectuarse de una forma adecuada.

Así mismo la **prospectiva** de una empresa Call center ha ido creciendo en el país logrando un reconocimiento gracias con las personas capacitadas en prestar este servicio y las tecnologías que cuentan, se han convertido en servicios que también ofrecen un portafolio que sirven a las pequeñas, medianas y grandes empresas, las tecnologías han logrado en las empresas Call center ofrecer sus servicios en diferentes lugares incluso también han optado de forma remota contratar empresas especializadas de diferentes ámbitos (Bravo, 2014).

De acuerdo con el autor (Runow, 2018) dice que la **rotación** de las empresas Call center está relacionada con la forma en la que funciona, menciona también que si al gerente de la empresa Call center no le importa sus empleados, el personal tiende a dejar la organización buscando un buen clima laboral donde se sientan acogidos, la rotación es un tema que se convierte importante en las empresas y no solo en los costos que esto genera sino también el impacto que genera en la productividad de la operación, el mayor índice de rotación se presenta más que todo en los cargos operativos en donde se contratan personas jóvenes y si experiencia.

Una de las **estrategias** para la retención del personal en las empresas Call center es hacer una buena selección del personal y capacitarlos en donde adquieran una buena calidad y eficiencia a la hora de ofrecer el servicio, se debe implementar un equilibrio en los beneficios que se le dan a los asesores

como un salario justo, las motivaciones como en ser reconocidos, valorados y respetados, para que el equipo de trabajo se sienta a gusto y no estén buscando mejores opciones de trabajo, otra estrategias es general un buen clima laboral para que se obtengan mejores resultados en la organización, también es importante que el colaborar este en un acompañamiento constante con el empleado haciendo feedback y monitoreos constantes para así controlar su desempeño y medir su efectividad y por ultimo invertir en nuevas tecnologías para que faciliten las jornadas laborales y mejore la comunicación entre los trabajadores (LATAM, 2022).

Además, una de las estrategias que debemos contemplar es la **Motivación** que es un conjunto de factores internos o externos que determinan en parte las acciones de una persona. Por otro lado, Un motivo es algo que constituye un valor para alguien. La motivación, pues, está constituida por el conjunto de valores que hacen que un sujeto «se ponga en marcha» para su consecución. La motivación hace que salgamos de la indiferencia para intentar conseguir el objetivo previsto. Entre motivo y valor no hay diferencia: motiva lo que vale para cada sujeto. (Valdes, 2020)

Por otro lado, si se logra obtener esa motivación en los colaboradores se podrá ofrecer un buen **Servicio** que es el soporte que tu empresa ofrece a los consumidores. Caracterizándose por que la empresa brinde todo el apoyo que el comprador de tus productos o el contratista de tus servicios necesita para tener una buena experiencia en todas las etapas de tu proceso de compra. (Silva, 2021)

Así mismo se debe tener en cuenta tener un buen **Clima laboral** para que este servicio funcione, porque el clima laboral se puede definir como el conjunto de actividades, rutinas y condiciones que se dan dentro de una empresa y están directamente ligadas con la satisfacción de los trabajadores en su entorno de trabajo, este busca favorecer un buen ambiente de trabajo, haciendo especial énfasis en el espacio en el que los trabajadores llevan a cabo sus labores diarias y en la creación de experiencias positivas para ellos. (UNIR, 2021)

Tener presente todas estas variables es importante para el cumplimiento de los **Indicadores** de la operación que estos son variables que intentan medir u objetivar, en forma cuantitativa o cualitativa, sucesos colectivos para así, poder respaldar acciones. Es la definición de los indicadores y entre los principales atributos de un buen indicador están la disponibilidad, especificidad, confiabilidad, sensibilidad y alcance. (Ruiz, 2012)

4 Marco contextual

Con relación a la investigación planteada en la siguiente parte hablaremos sobre los estudios que se han hecho a nivel local, nacional e internacional de la alta rotación que se presenta en los Call center y el análisis económico de estos, ya que esta situación no solo sucede en Konecta si no en otras BPO tantos nacionales como internacionales.

4.1 Locales

En la ciudad de Medellín la empresa Emtelco su título de investigación es el análisis sobre las causas de deserción del personal de Emtelco, su problema abordado es la rotación del personal en la compañía, su metodología es de forma cuantitativa y cualitativa que se centra en un análisis mixto, sus principales hallazgos de la rotación fueron: clima laboral, jornadas muy extensas, descansos cortos incluyendo la hora del almuerzo, tipos de contrato, irregularidades que se presentan en los pagos de los asesores y falta de crecimiento dentro de la compañía (Peña, 2019).

Otra empresa en la ciudad de Medellín es Teleperformance su investigación se basó en la estrategia para disminuir la rotación de personal en teleperformance, su problema abordado que afecta la rotación de los asesores en el Call Center, su metodología es de carácter cualitativo y exploratorio, sus hallazgos fueron: Explotación laboral como jornadas muy extensas, no le pagan a los asesores las comisiones, presión en las llamadas ya que no se deben demorar más de 11 minutos, clima laboral y los asesores no se sienten escuchados (Hernández & Ramírez, 2020).

One Link es otro contact center de la ciudad de Medellín, su título investigativo es el plan de mejora para la rotación de personal en la empresa One Link, su problema abordado es encontrar porque se da la alta rotación de los colaboradores y las condiciones laborales, se utilizó la metodología exploratoria y sus principales hallazgos son: insatisfacción laboral, no tienen oportunidades de crecimiento dentro de la compañía, no se maneja un buen clima laboral y los colaboradores no tienen motivaciones dentro de la organización y hay mala supervisión por parte de los líderes (Ovalle, 2020).

En la empresa Contento su investigación se basa en la felicidad en el trabajo como estrategia organizacional para evitar la rotación de los colaboradores, se centran en el problema del bienestar de los empleados para evitar que renuncien a sus puestos de trabajo, su metodología es de tipo descriptivo y los principales hallazgos fueron: utilizan frases de motivación para los asesores, realizan reconocimiento a los empleados cuando se destacan en sus labores, se enfocan en tener un buen ambiente laboral y se basan en sus principales valores que son la escucha, la empatía y la coherencia, implementan espacios de descanso para los asesores se puedan relajar en sus tiempos libres (Cáceres, 2019).

Liberty Seguros es una empresa ubicada en la ciudad de Medellín, se basó en la investigación es antecedentes de la intención de retiro en el Contact center, su problema abordado es porque se da la rotación de los empleados en la compañía, su metodología se realiza a través de una muestra y sus hallazgo mas importantes fueron: tipo de contrato que maneja la compañía, clima laboral, reducción de costos como en el salario, recorte de personal, estas causas son las más críticas porque es lo que genera la alta rotación del personal en la compañía (Quintero, 2009).

4.2 Nacionales

En Bucaramanga el título de esta investigación es el Análisis de las Causas que Generan Rotación en el Call Center de Telebucaramanga, su problema abordado son posibles situaciones que generan la alta rotación en este Call center, se utilizó una metodología de carácter cuantitativa, además sus principales hallazgos encontrados fueron: La causa mas alta es que no ofrece crecimiento personal y oportunidades laborales, así mismo el clima laboral afecta emocionalmente a los colaboradores y la falta de motivación es un factor que en los hallazgos fue el más crítico (Mateus, 2017).

En Lima el título de esta investigación es Factores que afectan la rotación de los asesores telefónicos en los Centros de Contacto de Lima Metropolitana, su problema abordado son los factores

que afectan la rotación en los asesores telefónicos, se utilizó una metodología de carácter cualitativa, además sus principales hallazgos encontrados son: Los agentes se encuentran inconforme con el salario, les parece muy poco lo que la compañía paga, así mismo los horarios son muy extensos y no se ve el pago de las horas extras, además que las personas que renuncian tiene un perfil básico, es decir sin experiencia, sin estudios, lo que genera que estas no se adapten al entorno donde se encuentran (Saavedra & Portilla, 2018).

En Bogotá el título de esta investigación es el liderazgo en el manejo del estrés laboral y la rotación de personal en empresas de Call center en Bogotá, su problema abordado es encontrar un mejor bienestar para las personas para evitar un estrés en ellas y que tomen la decisión de renuncias de una compañía, se utilizó una metodología de carácter cualitativa, donde sus principales hallazgos fueron: Que al tener un buen liderazgo impacta en las personas de forma positiva, así mismo de que si se tiene una organización ben estructurada ayuda al acompañamiento del colaborador en sus situaciones y evitar esa posible renuncia (Cardenas, Marquez, Orjuela, & Rodriguez, 2015).

En Santander el título de esta investigación es el plan de mejoramiento para algunos procesos en el Call Center del Banco Santander S.A, su problema abordado es analizar porque los clientes se están retirando sus servicios ya que se encuentran insatisfechos con la atención brindada, se utilizó una metodología de carácter cuantitativo, donde se obtuvieron los siguientes hallazgos: Se debe validar de qué manera los colaboradores están brindando el servicio, así mismo tener el acompañamiento de su superior para analizar si sucede algo más, así evitando que este se retire de la compañía y que brinde un mejor servicio a los clientes (Martinez, 2012).

En Neiva el título de esta investigación es el análisis e impacto de los call center en el área metropolitana de la ciudad de Neiva, su problema abordado es revisar el crecimiento económico, los retos y proyecciones que tienen los call center a futuro y de qué manera impacta, se utilizó una metodología descriptiva, lo cual sus hallazgos fueron: Los call centers buscan estar posicionados en el

mercado laboral, enfocados en la cultura de diferentes países para empoderar su compañía, además de que buscan fomentar la innovación tecnológica para entrar al frente del ranking y sobre salir en la competencia (Suarez, 2022).

4.3 Internacionales

El presente trabajo se planteó como objetivo analizar la rotación del personal en los CallCenter de Mérida, Yucatán, el título de la investigación es para identificar los factores que determinan en los trabajadores la intención de permanecer en sus puestos laborales.

Por otra parte, el empleo en México es un tema de gran importancia para el nivel de vida de la población, igual que para el crecimiento de las empresas que operan en el país mientras que la rotación de personal llegó a 26.1 %. Los principales factores que detonaron estos índices de cambios de personal fueron que: 40% de los empleados considera que los beneficios no satisfacen sus necesidades, 53% muestra preocupación ante la percepción de inequidad en sus compensaciones y 47% afirma que no tiene la confianza de poder alcanzar sus aspiraciones profesionales en las organizaciones, la metodología transversal descriptiva. (Leyva, Vela, & Brangel, 2016)

En México, la investigación es de dinámicas del trabajo y el empleo; Desde la década de los noventa el empleo en los call center en México supone una fuente de trabajo para jóvenes con bachillerato o estudios universitarios. En este trabajo damos cuenta de una relativa diversidad de la mano de obra y de las características de la precariedad en un sector adscrito a la economía formal en donde, sin embargo, se han documentado prácticas laborales irregulares o al margen de la legalidad, han sido un "refugio" para ciertos jóvenes, para profesionales que han sufrido despidos y para emigrantes mexicanos deportados de Estados Unidos.

Los call centers se asocian de manera recurrente al empleo juvenil y de ahí se infieren algunas de sus características como la alta tasa de rotación, que se explicaría precisamente por la característica de ser una fase etapa temprana en las trayectorias laborales de los empleados. Sin embargo, tanto en

México como en otros países, la metodología que utilizaron es cuantitativa descriptiva; los hallazgos mencionados son: en relación a la jubilación los entrevistados son conscientes de las escasas posibilidades de contar con la misma, dada la alta rotación en los call center y la inseguridad percibida a consecuencia de las empresas. (Hualde & Micheli, 2018) .

El estudio que se realizó en Perú, considera como objetivo “determinar si el clima laboral tiene relación con la rotación del personal en la empresa de Call Center Teleatento del Perú, Lima 2021”.

El clima organizacional ha sido un factor indispensable para el manejo de las organizaciones permitiendo una comunicación interpersonal efectiva dentro del marco de un ambiente laboral agradable.

Este estudio mostró que de forma general se concluye que, si existe una relación significativa entre Clima laboral y del mismo modo la rotación de personal, debido a que los colaboradores, poseen una serie de problemas relacionados a la comunicación, a la capacitación, a los procesos (indicadores), al sueldo y al trato con los supervisores, siendo el coeficiente de correlación positivamente moderada alta. El contexto metodológico, ha sido tratado a través del enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental correlacional con temporalidad transeccional (Vásquez, Napan, & Miranda, 2022)

En Perú, el título del estudio Calidad de vida laboral y el nivel de rotación del personal en la empresa call center Konecta - Perú 2018 – 2020

En la actualidad, se enfrenta al alto aumento de movimiento de colaboradores, lo cual supone un sobre costo que afecta su rentabilidad; el problema abordado es conocer cuáles son aquellos factores que, de incluirse en un plan de retención, supondrían una mejora en la rotación de personal y repercutiría en los estados financieros de la organización.

Los hallazgos encontrados son: los empleados no están de acuerdo con las promociones o reconocimientos que han obtenido, motivo por el cual, la organización debería hacer una reorganización

en cuanto a los reconocimientos, los cuales deberían satisfacer a la mayoría, el esquema del estudio es cuantitativo. (Aquise & Mendoza, 2020)

En Lima, el título de la investigación, plan de negocios para la creación de un call center de cobranzas enfocado en desarrollar una cultura organizacional que reduzca los altos índices de rotación maximizando los niveles de productividad.

La problemática es que brindan servicios pocos innovadores en los cuales no se desarrolla una cultura organizacional adecuada que propicie mayores niveles de productividad y a su vez minimice la alta rotación de personal, la metodología que utilizaron es cuantitativa, cualitativa, fuentes de información primaria y secundaria, Algunos de los hallazgos mencionados son: política salarial de la organización, prestaciones de la organización, tipo de supervisión que se ejerce sobre el personal, oportunidades de crecimiento profesional, entre otras. (Centeno, Lourdes, Chavéz, & Zuñiga, 2018)

5 Marco legal

En el presente enunciado se mencionarán los artículos y constituciones que regulan el trabajo de las BPO.

5.1 Artículo 1. Objeto

La presente Ley tiene por objeto proteger los derechos de los consumidores, regulando el uso de los canales de atención remota de consumidores como lo son las líneas telefónicas de atención al cliente, también conocidos como call-center, o contact-center, y demás modalidades de telecomunicación similares entre consumidores y oferentes de bienes y servicios.

5.2 Artículo 3. Ámbito aplicación

La presente Ley se aplicará a todos los oferentes, productores o proveedores, sean estas personas naturales o jurídicas, que utilicen directa o indirectamente canales remotos de atención al cliente, tales como las líneas telefónicas, call-center, contact center o cualquier otro canal de telecomunicación conocido o por conocer, similar o análogo al telefónico, en donde no haya interacción personalizada y cara a cara entre el consumidor y un funcionario o representante del oferente, productor o proveedor de bienes y servicios. (Ardila, 2018)

5.3 Artículo 7. Identificación del Usuario para la desafiliación o terminación de contratos.

Los mecanismos y requisitos de identificación del usuario en las líneas de atención al cliente no podrán ser más exigentes para la desafiliación o terminación del contrato, que aquellos empleados al momento de la afiliación o venta de bienes y servicios. Aún si los operadores o los oferentes, productores o proveedores de bienes y servicios tienen dudas acerca de la identidad de quien solicita la desafiliación o terminación del contrato, tendrán éstos el deber de acoger la solicitud del usuario inmediatamente, y en momento posterior el oferente reconfirmará la solicitud por cualquier medio expedito. En todo caso, en caso de

reconfirmación de la solicitud se entenderá que la desafiliación o terminación del contrato ocurre desde el momento de la llamada primigenia que así lo solicitó. (Ardila, 2018)

5.4 Artículo 10. Solicitudes escritas de desafiliación o terminación de contrato.

Durante la llamada que solicite la desafiliación o terminación del contrato, los operadores y oferentes tienen la obligación de proporcionar las direcciones físicas, electrónicas o de cualquier otro tipo, en donde reciban el mismo tipo de solicitud de manera alternativa a la línea de atención al cliente. En todo caso, los oferentes tendrán la obligación de recibir en sus direcciones físicas toda solicitud escrita o verbal de desafiliación o terminación del contrato, y no podrán obligar al consumidor a elevar sus solicitudes de desafiliación o terminación del contrato a través de las líneas de atención al cliente.

Tampoco podrán los oferentes obligar al consumidor a presentar sus solicitudes de terminación de contrato en medio físico, si aquellos realizan ventas o suscripciones a través de las líneas de atención al cliente. (Ardila, 2018)

5.5 Constituciones de las BPO

5.6 Artículo 15. Derecho al buen nombre y habeas data

Este artículo no habla que todas las personas tienen derecho a una intimidad personal y familiar y a su buen nombre, tienen derecho a reconocer, actualizar y respetar las informaciones que se hayan recogido en archivos tanto de entidades públicas como privadas, la protección del derecho al buen nombre hace referencia a una información cierta y veraz, los datos contenidos se validan que no seas falsos ni erróneos, el derecho a la intimidad hace referencia a que la información no toque aspectos que pertenecen al ambiente de privacidad mínimo que tiene la personas y que solo le interesa a ella (Ibarra Velez & al", 2015).

5.7 Artículo 78. Protección del consumidor

Esta ley regula el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos que se prestan a la comunidad, esta ley hace responsable a los que atenten contra la salud, seguridad y el adecuado aprovisionamiento de los consumidores y usuarios, el estado garantiza a dichos consumidores y usuarios a gozar de este derecho y las organizaciones deben de ser representativas y observar procedimientos democráticos internos (superintendencia, 2022).

Teniendo en cuenta las diferentes normas y artículos apreciados anteriormente se pueden concluir que se existe un marco legal, un marco estructurado y robusto que le permite dar cuerpo legal a la investigación en términos desde las condiciones de la BPO.

6 Marco teórico

El primer Call center lo fundo la compañía automovilística de Ford en la década de los 60 por Henry Ford donde dio a entender que el teléfono era una herramienta muy importante para atraer clientes y acercarse más al mercado, donde puso a los vendedores a contactar a más de 20.000 personas con el objetivo de potenciar a los clientes.

En 1960 el teléfono se convirtió en una de los dispositivos más importante, las empresas al ver su masividad vieron la oportunidad al adaptarse a esta tecnología y empezaron a crear el telemarketing, donde los primeros centros de llamadas se crearon con el objetivo de atender a varios clientes en el menor tiempo posible esta tecnología en los call center se usó para: Pitch de ventas y estandarizar guiones, contar y controlar cada segundo de la comunicación y ofrece bonificaciones a los tele operadores, entre otros.

En 1970 y 1980 las adopciones de los centros de llamadas generaron un impacto muy positivo y aumento en la productividad, también hubo una reducción de costos, pero también se vieron puntos negativos por parte de los clientes donde no quedaban satisfechos como los tiempos de espera, transferencia de llamadas entre la misma línea de servicio, calidad de las interacciones, en la década de 1970 se implementó el sistema IVR (Interactive Voice Response) el cual dirigía a los clientes a un menú lo que mejoro la experiencia del cliente.

En 1990 apareció la revolución del internet el cual tuvo un cambio en los Call center ya que es su punto de quiebre en la transición a los centros de llamadas, el acceso de internet le dio a los consumidores la facilidad de obtener correo electrónico pero fue una herramienta que aún no lograba conectar al cliente con las empresas, pero gracias al internet se generó nuevas herramientas de contacto con los clientes como el chat en vivo, popularidad del correo electrónico y abrió paso al sistema moderno como el CRM.

En este punto la historia del Call center, los centros de contacto tuvieron la tarea de contribuir la marca, en mejorar la experiencia de los clientes, se enfocan de aumentar los ingresos y la rentabilidad global, la tecnología de los Call center puede ser adaptada para entender cuál es la necesidad de los clientes, para ofrecer productos y servicios al consumidor que se adapte a sus necesidades, resolver los problemas y anticipar las necesidades de los clientes y evitar que se repita el mismo problema (Da Silva, 2021).

El trabajo en call centers conforma un sector creciente de la fuerza laboral en distintos países y se constituye como un rasgo distintivo de la sociedad de la información (Micheli Thiri6n, 2007).

7 Que Son Las BPO

Se entiende que un Call center es un centro de llamadas telef6nicas, es un servicio centralizado donde se gestiona el tráfico de llamadas tanto entrantes como salientes de un cliente especifico, un Call center es un canal que ofrece un servicio a trav6s de una red telef6nica, cuenta con m6ltiples agentes que reciben esta masividad de llamadas una tras otra para ofrecer un buen servicio. Seg6n (Perez Porto & Gardey, 2014) "El Call center es una noci6n de la lengua inglesa que puede traducirse como centro de llamadas. Se trata de la oficina donde un grupo de personas espec6ficamente entrenadas se encarga de brindar alg6n tipo de atenci6n o servicio telef6nico".

El objetivo de un Call Center es ofrecer un servicio de buena calidad donde se genera experiencias positivas para los clientes con la empresa que est6 prestando el servicio, se habla de un Call center interno es aquel que pertenece dentro de la empresa, y un Call center externo es un servicio prestado por una empresa que se dedica exclusivamente a operar dentro del centro de llamadas de otra empresa que requiera este servicio, se identifican en:

7.1 Entrante

Es conocido como el inbound es donde se reciben las llamadas de los clientes, se encargan de atender las solicitudes como quejas o reclamos, el agente cumple con la función de ayudar a resolver la necesidad del cliente, es el icono de teléfono y flecha hacia adentro.

7.2 Saliente

Es conocido como el outbound, se realizan las llamadas salientes a los clientes actuales y potenciales, está relacionado con el tema comercial como la venta de algún producto en específico, informar al cliente sobre las novedades de algún servicio y realizar investigaciones sobre marketing, es el icono del teléfono y flecha hacia adentro.

7.3 Virtud

Es conocido por el Contact center como chat en vivo o en tiempo real, sirve para automatizar algunos procesos y servicios que se le ofrece al cliente para mejorar el servicio donde se logra resolver los problemas en el menor tiempo posible

8 Como funciona un Call Center

El funcionamiento de las BPO consiste en la dirección de un flujo de llamadas y contactos del cliente con la organización (y viceversa, dependiendo del tipo de Call center). Estos usuarios son recibidos a través de un interruptor, que mantienen las llamadas en espera y les da una dirección, de acuerdo con la disponibilidad de los agentes. El objetivo de este es brindar solución y apoyo a las necesidades que requiere el cliente, con el fin de obtener una experiencia satisfactoria para este.

8.1 Como hacer seguimiento a las Métricas

Para avalar el correcto funcionamiento y el desempeño del Call center, es necesario realizar mediciones, entre ellas el monitoreo de llamadas, donde se busca identificar la situación, contestar y fijar las buenas prácticas, así como plantear acciones para las oportunidades de mejora.

Los indicadores de satisfacción al cliente aumentan 2.3% cada año que los agentes o asesores permanecen en el mismo equipo. Por esto es muy importante las estrategias para desarrollar el talento humano, capacitar y motivar al equipo (da Silva, 2020).

9 Tendencias de las BPO

Esta industria se ha convertido en una de las principales organizaciones en diversos países, al analizar y evidenciar su crecimiento y el potencial que tiene para generar empleo, además esta población su enfoque es ingresar a personas con estudios profesionales o que están en curso, la cual según las estadísticas es la más afectada en el desempleo en la economía contemporánea. Según (Micheli, 2007) Expone “esta industria se ve sometida a los patrones de relocalización que han sido tradicionales desde la llamada nueva división internacional del trabajo, en la cual los salarios bajos han desempeñado un importante papel como fuerza de atracción de inversiones”.

Existen cinco tendencias claves de las BPO las cuales son:

9.1 Alineación Estratégica

La reducción de costos ha sido la razón número 1 para hacer outsourcing, se centran en el rendimiento final, y la subcontratación es una forma rentable de alcanzar los objetivos financieros. Sin una alineación estratégica, es virtualmente imposible alcanzar tus objetivos a largo plazo.

9.2 Proteger Los Activos Vitales

Los socios de BPO satisfacen las necesidades al dar contratos a largo plazo, ayudando al área de contabilidad, obteniendo beneficios económicos ya que sus datos son tu reputación. Lo que más necesita es la inversión de tiempo, talento y dinero para mantener seguros los registros corporativos y de clientes en un entorno cibernético. Con tecnología probada y sistemas seguros, BPO, tienen una ventaja en el mercado al proteger los datos y la integridad de sus clientes.

9.3 Mejorar La Experiencia Del Cliente

Los clientes son lo más importante para el negocio, por eso se debe mejorar constantemente su experiencia, para atraerlo y mantener el cliente a largo plazo, en el área de Marketing, ayudan a definir quién es el cliente, qué quiere y cómo puedes atenderlo mejor. Se necesita realizar procesos predecibles y estándar, respaldados por una tecnología innovadora, que mejoren continuamente la experiencia del cliente.

9.4 Se Conservador En Tu Inversión Tecnológica

Invertir en tecnología y conservar esta inversión, favorece a las empresas BPO ya que pueden desplegar herramientas básicas de inteligencia artificial con herramientas avanzadas para el crecimiento y posicionamiento del mercado contemporáneo a un ritmo que tenga sentido para su compañía y para el cliente, además estos avances mejoran la eficiencia, pero también tienen un costo contra el cual se deben evaluar los retornos anticipados.

9.5 Mantente En el camino

La mayoría opta en fortalecer y no en interrumpir sus procesos de las BPO cuando se subcontrata ambas partes deben de dedicarse a mejorar el servicio que presta al cliente, mejora en productividad, en el control de costos y la mejora de la tecnología, para así mejorar las metas y ofrecer estrategias de comunicación efectivas (DRIVING FUNDAMENTALS, 2022).

10 Línea de investigación

La investigación denominada análisis Organizacional y Prospectivo De La Empresa Call Center De Konecta En El Valle De Aburra, está en coherencia con la línea de estrategia para la globalidad que pertenece a la investigación de ciencias económicas y administrativas GICEA, la línea específicamente se denomina Gestión estratégica para la globalidad (Uniminuto, 2022).

10.1 Eje temático

La investigación denominada Análisis Organizacional y Prospectivo De La Empresa Call Center De Konecta En El Valle De Aburra pertenece al programa de administración de empresas de la universidad minuto de Dios.

La cual se caracteriza por la capacidad de crear e implementar soluciones empresariales dentro de un marco de desarrollo sostenible para la humanidad, sin olvidar su compromiso y responsabilidad con el desarrollo del ser humano, de la comunidad y de la organización para incorporar el uso y aplicación de las nuevas técnicas de gestión, en todos los niveles de liderazgo organizacional y empresarial (Uniminuto, 2022).

10.2 Enfoque de Investigación

La investigación presenta un enfoque de tipo mixto, este es coherente con lo que expone (Sampieri, 2014) “El enfoque mixto de la investigación, que implica un conjunto de procesos de recolección, análisis y vinculación de datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema. Asimismo, en el capítulo se examina la naturaleza, características, posibilidades y ventajas de los métodos mixtos”.

10.3 Diseño Experimental

El diseño de la investigación será de tipo no experimental dado que guarda coherencia con lo expuesto, según (Agudelo, Aignere, & Ruiz, 2008), el diseño no experimental:

Es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.

10.4 Alcance

El alcance de esta investigación es exploratorio dado que guarda consonancia con lo expuesto por (sampieri, 2017).

El objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas.

10.5 Población

La investigación estará situada con relación a la población de las BPO, principalmente del grupo Konecta en la sede centro empresarial Buro, donde el estudio estará conformado por 54 colaboradores de esta sede, donde se excluirá las otras dos sedes que son CEOH (Centro Empresarial Olaya Herrera) y Puerto Seco; teniendo en cuenta lo mencionado por (López, 2004) que define que una población “es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación”.

11 Tamaño de la muestra

Dado que el tamaño de la población objeto estudio son 54 colaboradores es un número pequeño no será necesario hacer uso del tamaño óptimo de la muestra de población finita

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

(QuestionPro, 2022)

12 Fuente

La investigación denominada Análisis Organizacional y Prospectivo De La Empresa Call Center De Konecta En El Valle De Aburra, las fuentes primarias se recolectaron a través de una encuesta que se aplicó a los colaboradores de Konecta, los datos se utilizaron de forma estadística para hacer conclusiones y validaciones de los supuestos.

13 Análisis y tratamiento de datos

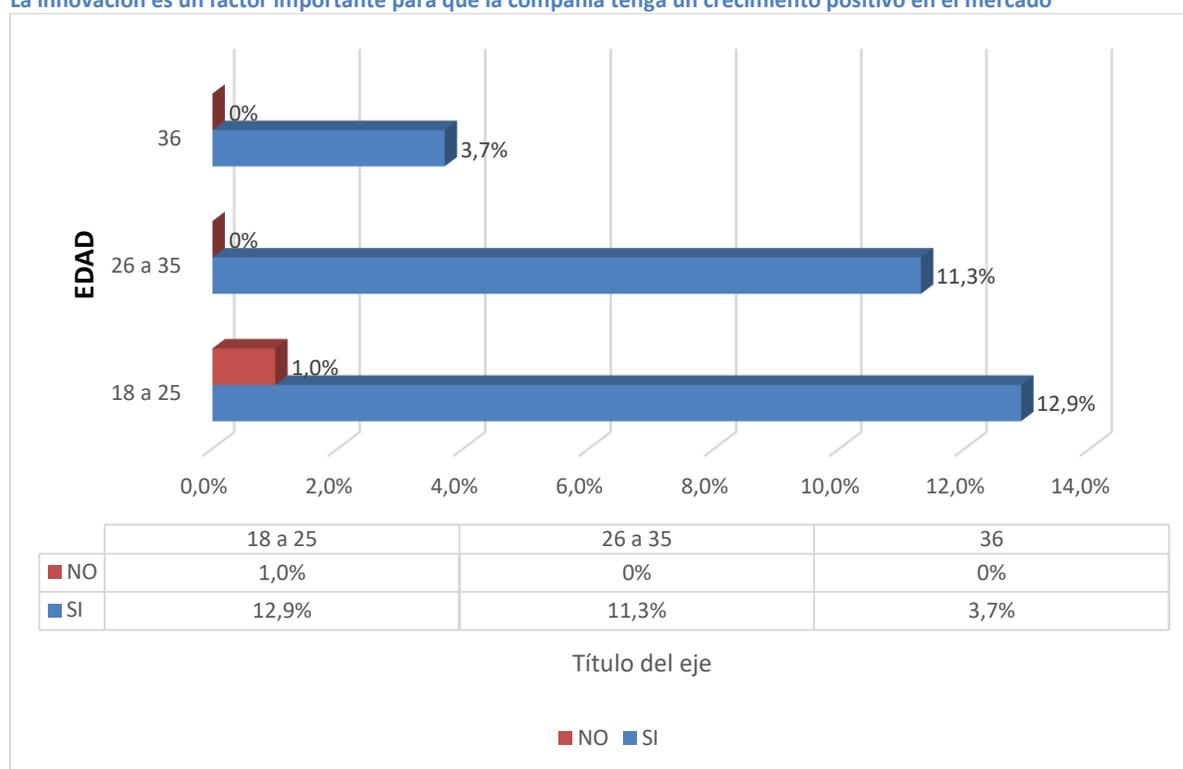
El análisis de los datos se hizo con fines académico e investigativo se analizaron cada una de las preguntas de la encuesta en el orden que se encontraba y posterior se hizo un análisis correlacional de las variables más importantes de la investigación los tratamientos de datos solamente son para fines académico.

14 Resultados

A través de una encuesta realizada a los colaboradores de la compañía Konecta ubicada en el valle de aburra en la sede Buro Itagüí, se puede evaluar varios factores internos en la compañía con el fin de observar el cumplimiento de objetivos en la presente investigación.

La investigación dará respuesta a los objetivos específicos que consisten en identificar cuáles son los elementos óptimos de la estructura organizacional y prospectiva de una organización.

Gráfica 1
La innovación es un factor importante para que la compañía tenga un crecimiento positivo en el mercado

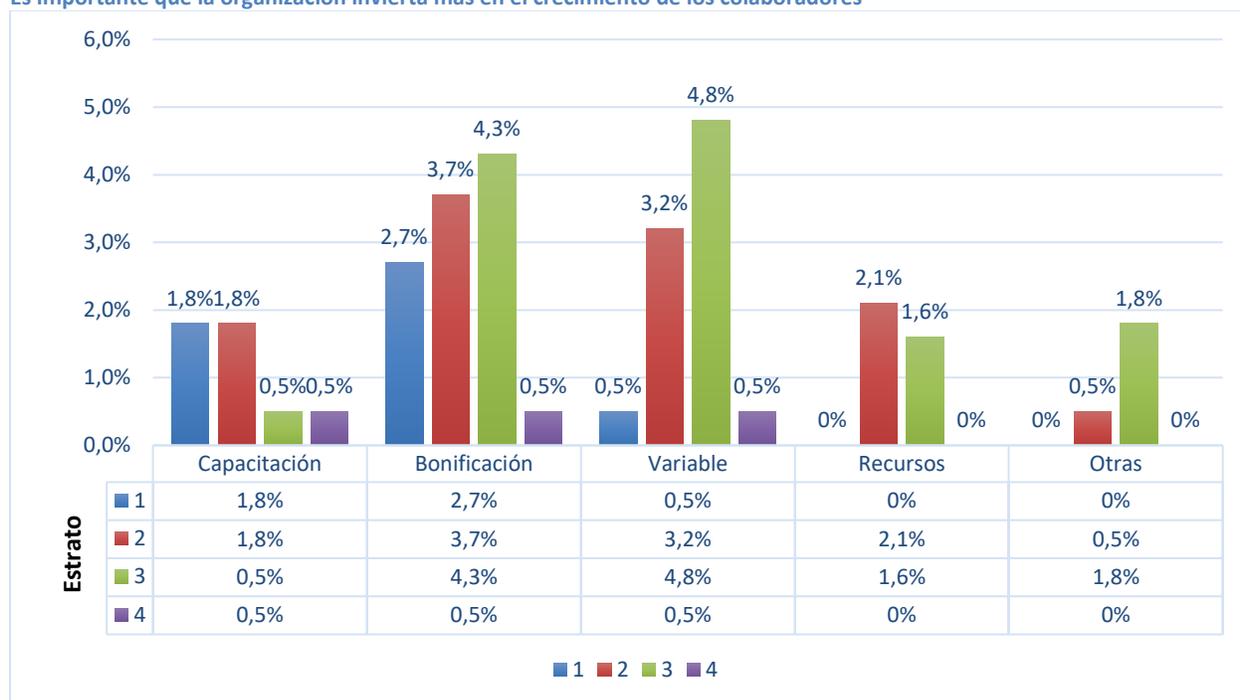


Fuente: Elaboración propia con base a información de la encuesta 2022

En el gráfico anterior muestra que los colaboradores que están entre los 18 y 25 años la innovación es un factor importante para que la organización se proyecte en el mercado con un 12.9% de todos los encuestados, entendiendo que para los empleados es importante que la empresa se posicione y busque crecimiento positivo.

Gráfica 2

Es importante que la organización invierta más en el crecimiento de los colaboradores

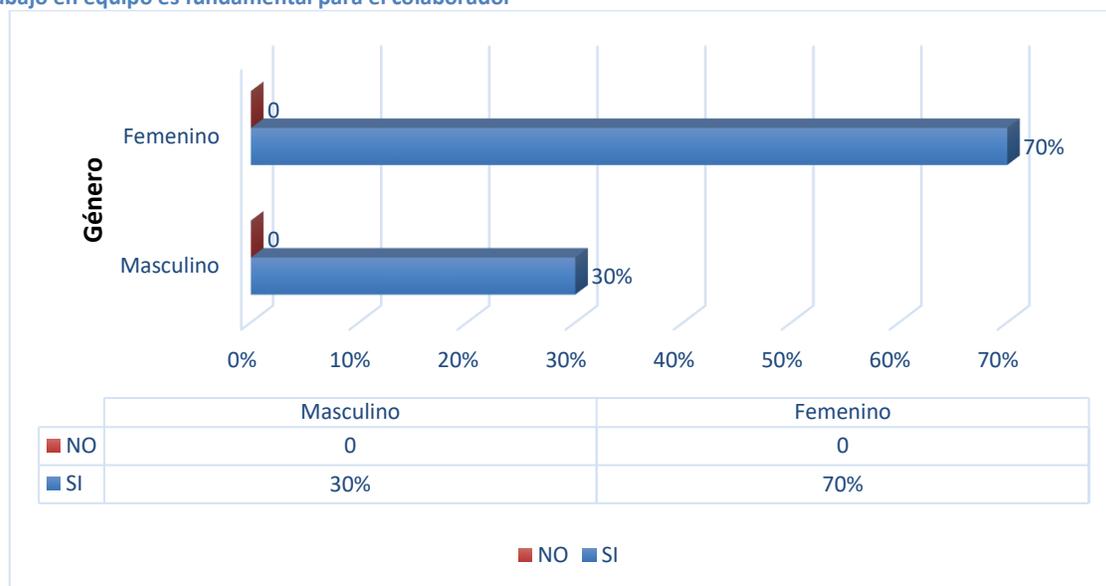


Fuente: Elaboración propia con base a información de la encuesta 2022

Se puede concluir con la gráfica anterior que los colaboradores tienen una necesidad en cuanto a las inversiones que está realizando la compañía, donde demuestran que para ellos es más importante los reconocimientos que esta les brinda, por lo que el 4,8% prefieren que la compañía invierta más en variable.

Según (mondy, 2010) La remuneración o compensación es el total de todas las retribuciones que se otorgan a los empleados a cambio de sus servicios. Los propósitos generales de la remuneración son atraer, retener y motivar a los empleados, para que realicen su trabajo más satisfactoriamente.

Gráfica 3
El trabajo en equipo es fundamental para el colaborador

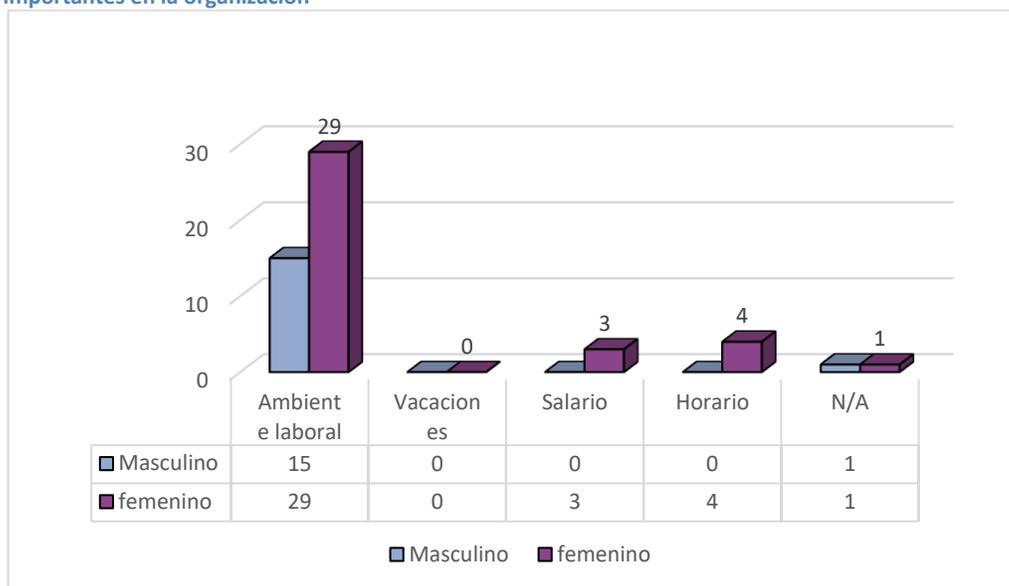


Fuente: Elaboración propia con base a información de la encuesta 2022

Según lo analizado en el gráfico anterior se puede concluir que tanto hombres como mujeres piensan que es importante que se trabaje en equipo para lograr resultados favorables en su trabajo y en la compañía, así mismo se evidencia que el 70% corresponden al género femenino y se puede deducir que la encuesta fue realizada por más mujeres que hombres.

También se logró diagnosticar el componente estratégico prospectivo para la variación de la rotación de la empresa Konecta.

Gráfica 4
Factores importantes en la organización

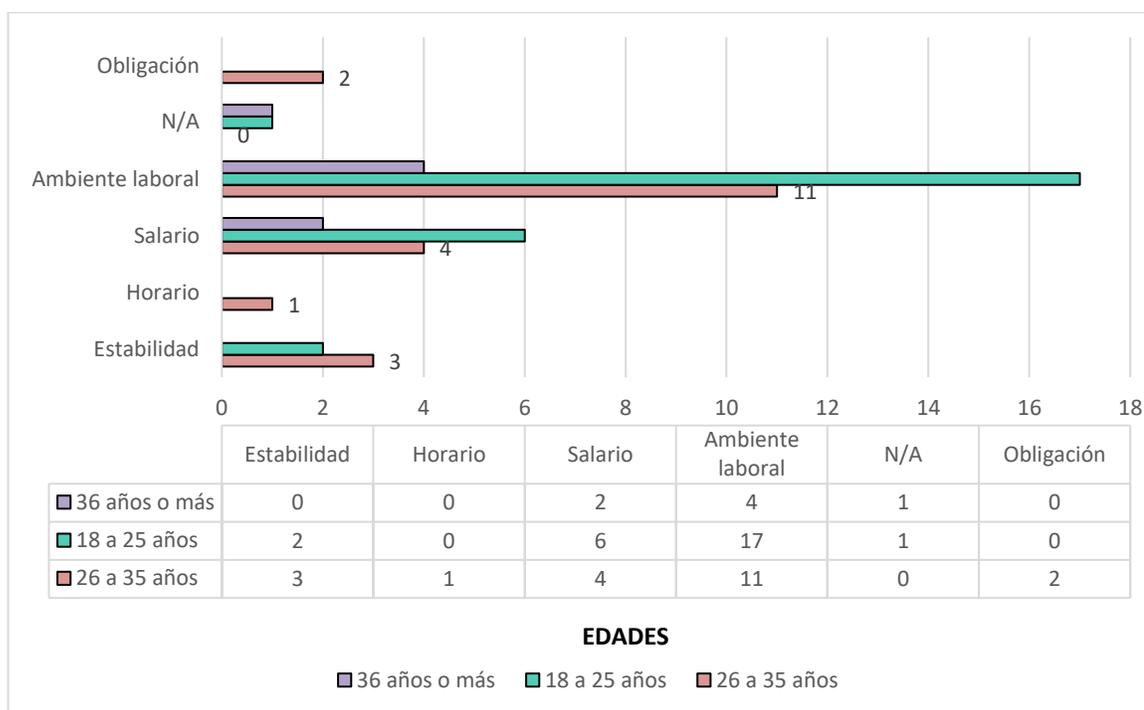


Fuente: Elaboración propia con base a información de la encuesta 2022

En el gráfico anterior se evidencia que para evitar la alta rotación, uno de los componentes estratégicos de los colaboradores de la empresa Konecta, es que disfrutan de la compañía, tanto para los hombres con un 15% y las mujeres con un 29%; es el Ambiente laboral, una gran apuesta para beneficiar la motivación y los buenos resultados.

Gráfica 5
Razones para permanecer en la compañía

16



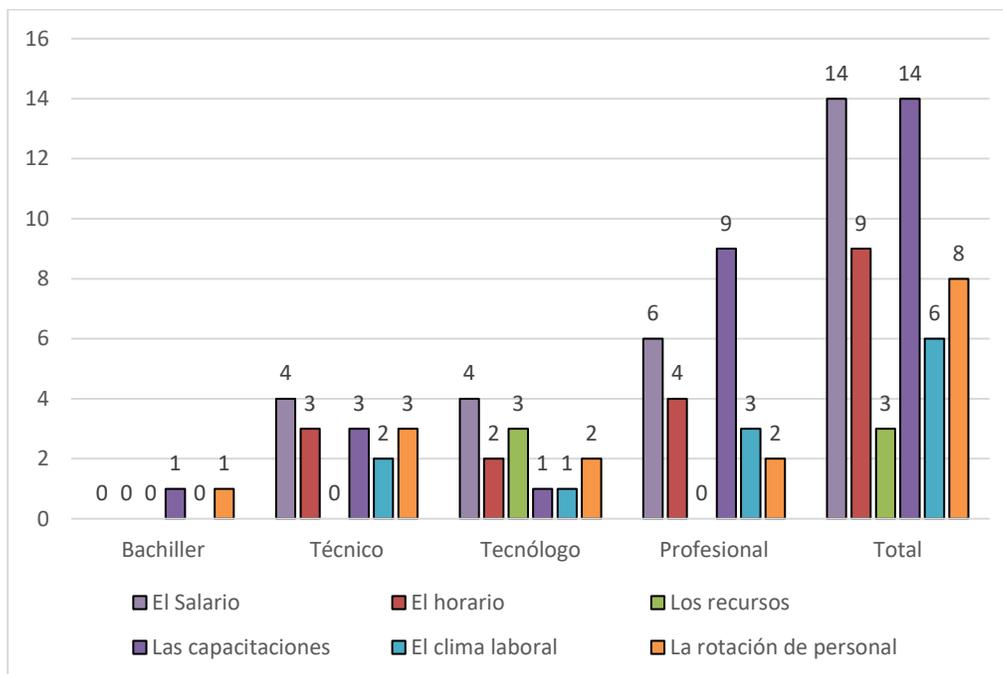
Fuente: Elaboración propia con base a información de la encuesta 2022

Se concluye que un mecanismo importante prospectivo para la variación de la rotación del personal de la empresa Konecta, del cual se puede mejorar y que sea una razón para que los colaboradores se queden no por obligación, como lo manifiestan las edades de 26 a 35 años; sino que sea por un buen horario, estabilidad y el salario. Para un futuro mejorará la imagen, reputación, motivación y se empieza a disminuir la alta rotación, así mejorando la productividad.

Según en la investigación que realizaron (Peralta & Lucio, 2013) dice que el salario emocional es afianzar las relaciones entre empleado, empleador y la empresa, sino propiciar un ambiente laboral sano y placentero que cree un vínculo emocional entre los tres sujetos mencionados, esto se puede lograr mediante la aplicación de un sistema de incentivos intangibles otorgando ciertos beneficios corporativos a los colaboradores, como agasajos, flexibilidad de horarios, oportunidades de ascensos, capacitaciones, etc., para lograr mejorar la productividad de una empresa.

Gráfica 6
Oportunidades de mejora en la empresa

17

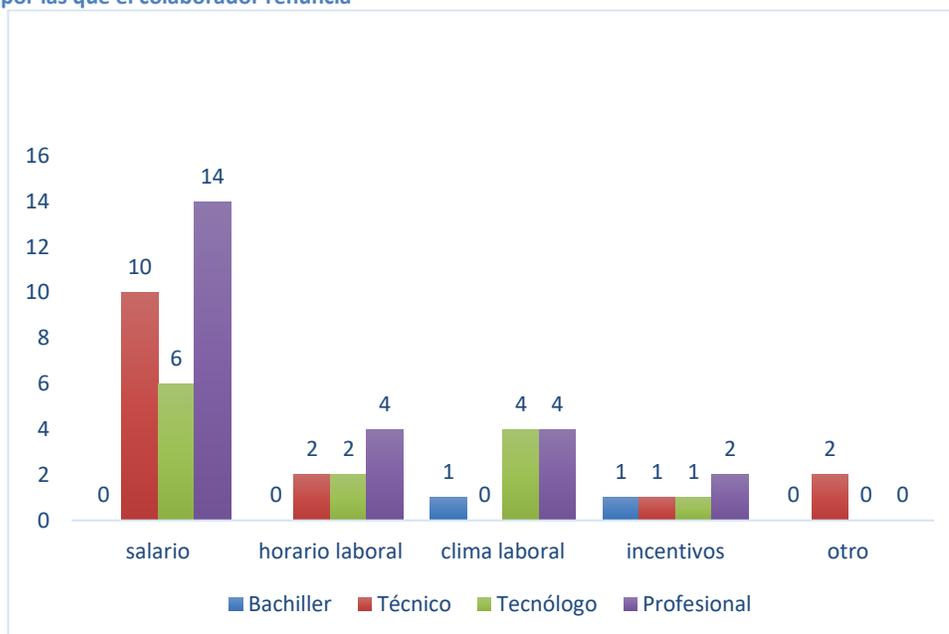


Fuente: Elaboración propia con base a información de la encuesta 2022

Según la gráfica anterior, se logra verificar aspectos prospectivos para la variación de la rotación de la empresa Konecta y las oportunidades de mejora que han brindado los colaboradores que son profesionales, tecnólogos y técnicos, en un 14% es el salario y las capacitaciones, esto implica a que tengan las herramientas necesarias para mejorar el desempeño y la motivación de seguir en la compañía.

Teniendo en cuenta el objetivo 3 se logra determinar las causas que generan la alta rotación en la empresa Konecta ubicada en el Valle de Aburra.

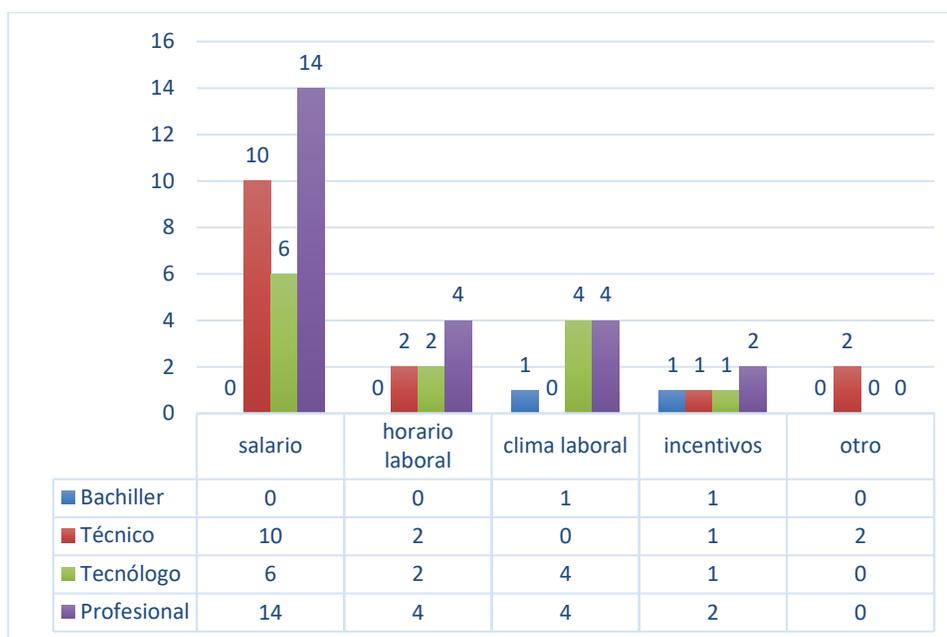
Gráfica 7
Motivos por las que el colaborador renuncia



Fuente: Elaboración propia con base a información de la encuesta 2022

Se puede evidenciar en la gráfica las principales causas de la alta rotación en el Call Center Konecta, las personas con el nivel de escolaridad ya sea una técnica, tecnología o profesión buscan principalmente mejorar el salario, tener mejor horario laboral y por último el clima laboral, los incentivos no son tan significativos para los colaboradores, el factor principal es el salario se da con un porcentaje del 30%.

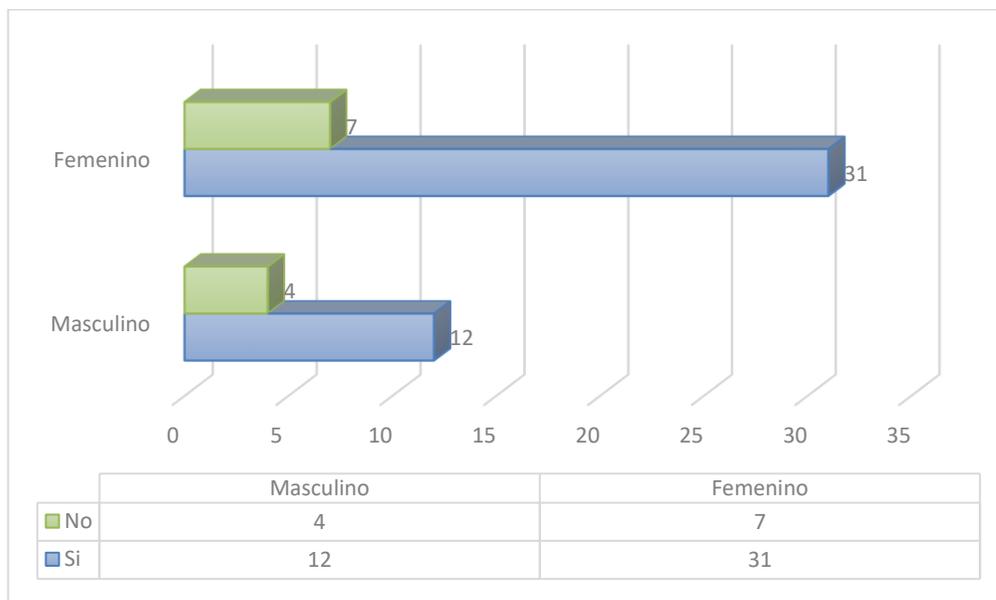
Gráfica 8
Factores que no satisfacen las necesidades del colaborador



Fuente: Elaboración propia con base a información de la encuesta 2022

En el gráfico anterior se puede observar que el rango de edad entre 18 a 25 años son los que tienen mayor porcentaje en clima laboral, las personas mas jovenes se van en busca de un ambiente laboral agradable en donde se sientan comodas a la hora de trabajar y este es un factor que genera la rotacion, el rango de edad de los 26 a 35 años buscan mejorar el salario y las de 36 años o más son las que se mantienen mas estables en el Call Center.

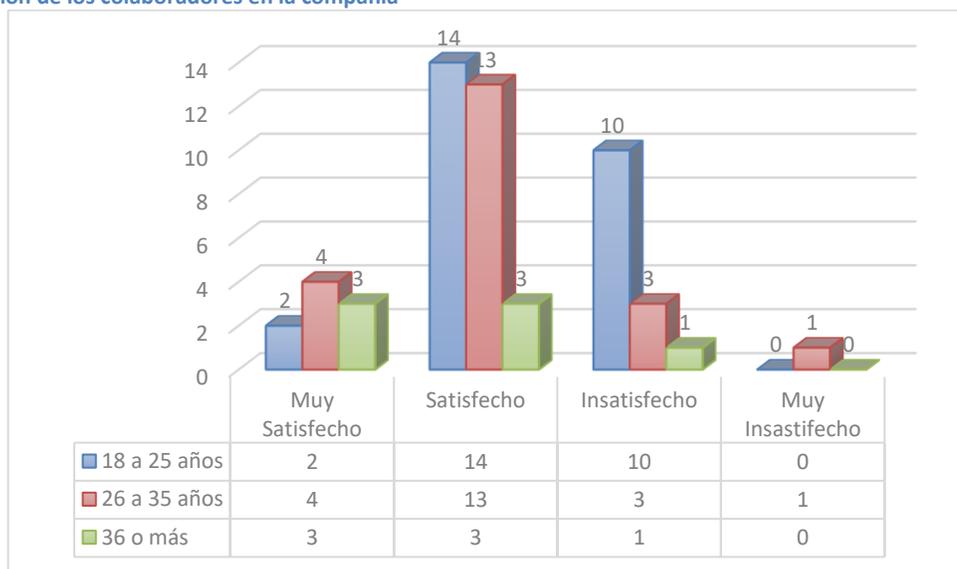
Gráfica 9
Es importante el acompañamiento del supervisor hacia el colaborador



Fuente: Elaboración propia con base a información de la encuesta 2022

En conclusión con la grafica anterior la respuesta tanto para ambos generos el factor que genera la renuncia en los colaboradores en la empresa Konecta de la sede Buro, influye mucho en la falta de acompañamiento de los superiores dando un porcentaje en general del 43% mientras que el 11% no lo considera como un factor de renuncia a la compañía.

Gráfica 10
Satisfacción de los colaboradores en la compañía



Fuente: Elaboración propia con base a información de la encuesta 2022

Según lo analizado en el gráfico la rotación no se da por la satisfacción o insatisfacción del rol de los colaboradores en la empresa Konecta, se evidencia que los colaboradores se encuentran satisfechos con el rol que desempeñan en la compañía el rango de edades todas se encuentran satisfechas con el cargo y son muy pocos los colaboradores que se encuentren insatisfechos.

El autor (Weller, 2003) menciona que la acumulación de la experiencia laboral en los jóvenes da un impacto negativo en las organizaciones, dando una hipótesis donde explica el desempleo en los jóvenes que se da por diferentes variables en cuanto a educación, género, ciclo económico, buscan otro ambiente laboral etc. Provocando una mayor rotación de los jóvenes en las empresas.

18 Conclusiones

Con este trabajo tuvimos la finalidad de explorar las causas que dan la alta rotación en la empresa Konecta de la sede de Buro, así mismo, la empresa Konecta necesita mejorar en términos del reconocimiento de los colaboradores en cuanto a las bonificaciones que se les brinda, clima laboral y en el acompañamiento de los supervisores hacia los asesores.

Como resultado la investigación realizada se demostró que la desmotivación de los colaboradores en un Call Center está afectada por el ambiente laboral, donde se puede afirmar que son los principales motivos para que se dé la rotación del personal, pero queda demostrado que la rotación se manifiesta de manera diferente dependiendo de la edad y el nivel de escolaridad que tiene el colaborador, las personas más jóvenes son las que fluctúan más en la empresa, en el caso de la motivación laboral y las personas de mayor edad son las más estables en la compañía.

Se concluye que otro de los causales de los motivos de renuncia de los empleados de Konecta por un mejor salario, falta de más motivación a la hora de los incentivos, por tal motivo prefieren renunciar y cambiar de compañía. Esto determina que es importante que el departamento de recursos humanos y jefes miren la gravedad de la alta rotación, hagan un estudio cuánto pagan la competencia, esto con el fin de pagar un salario justo y más favorable con el fin de buscar una mejor estabilidad económica.

El dinero es un factor muy importante que mueve e impulsa la potencia para que el empleado trabaje con más ganas, sin embargo, no lo es todo, otros factores que se deben tener en cuenta, es el clima organizacional, las oportunidades de crecimiento que tenga la empresa.

Por otra parte, los procesos de capacitación han cumplido un papel muy importante en las organizaciones, es la base fundamental para que el asesor tome todo el conocimiento, empiece a demostrar todas las capacidades, además se den cuenta que esto hace parte de los incentivos que

ayudan a mantener motivado y retener el personal, esto contribuye a tener más eficiencia, mejor comunicación entre los compañeros, sintiéndose más seguro de lo que están haciendo y así transmitiendo una información verídica a los clientes.

El área encargada debe realizar esfuerzos permanentes para mantener un excelente clima organizacional, esto implica el salario, horario, bonificaciones y reconocer en todas las formas posibles el desempeño de sus empleados para lograr y mantener un compromiso laboral que permita el logro de todos los objetivos institucionales y así evitar la alta rotación en el Call center de Konecta.

19 Referencias

- Westreicher, G. (2020). Direccion Empresarial. *Economipedia haciendo facil la economia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/direccion-empresarial.html#:~:text=La%20direcci%C3%B3n%20empresarial%20es%20el,para%20cumplir%20las%20metas%20trazadas>.
- Agudelo, G., Aignere, M., & Ruiz, J. (2008). *DISEÑOS DE INVESTIGACIÓN EXPERIMENTAL Y NO-EXPERIMENTAL*. Obtenido de https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/2622/1/AgudeloGabriel_2008_DisenosInvestigacionExperimental.pdf
- Aquise, L., & Mendoza, s. (2020). *Calidad de vida laboral y el nivel de rotación del personal en la empresa call center Konecta*. Obtenido de https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3244/Sonia%20Aquise_Liliana%20Mendoza_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ardila, C. (2018). *Proyecto de Ley ___ de 2018 Cámara*. Obtenido de Proyecto de Ley ___ de 2018 Cámara: https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:EL_IcTdj1YJ:https://www.camara.gov.co/sites/default/files/2020-03/P.L.239-2018C%2520%2528CALL%2520CENTERS%2529.docx&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=co
- Bravo, P. (4 de noviembre de 2014). *Prospectiva: la empresa colombiana que vas más allá del concepto contact center*. Obtenido de Prospectiva: la empresa colombiana que vas más allá del concepto contact center: <https://pascualbravo.edu.co/prospectiva-la-empresa-colombiana-que-vas-mas-alla-del-concepto-contact-center/>

- Cáceres, M. J. (19 de noviembre de 2019). *Pontificia Universidad Javeriana*. Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/48188/TG-%20Va%CC%81squez%20Ca%CC%81ceres%20Mari%CC%81a%20Jose%CC%81.pdf?sequence=1>
- Cardenas, J., Marquez, P., Orjuela, J., & Rodriguez, A. (2015). *Universidad piloto de colombia*. Obtenido de Universidad piloto de colombia: <http://polux.unipiloto.edu.co:8080/00002102.pdf>
- Centeno, J., Lourdes, K., Chavéz, R., & Zuñiga, L. (2018). *Plan de negocios para la creación de un call center de cobranzas*. Obtenido de https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1399/2018_MATP16-5_01_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- da Silva, D. (2020). ¿Qué es call center? Conoce cómo funciona y su importancia en la experiencia del cliente. *Blog de Zendesk*, 12.
- Da Silva, D. (29 de Julio de 2021). Historia del call center: tecnología de ayer y de hoy. *Blog de Zendesk*, 4. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/call-center-historia/>
- DRIVING FUNDAMENTALS. (2022). CGS. Obtenido de <https://www.cgsinc.com/es/resources/5-tendencias-claves-de-bpo>
- Gonzale Avendaño, D., & al, e. (2020). *Trabajo de grado* . Obtenido de <http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/8144/Trabajo%20de%20Grado.pdf?sequence=2>
- Hernández, J. C., & Ramírez, O. E. (2020). *Universidad EAFIT*. Obtenido de https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/24647/Jose%CC%81Carlos_Zun%CC%83igaHernandez_OscarEduardoMarinRodriguez_2020MBA%20FINAL.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Hualde, A., & Micheli, J. (2018). *CALL CENTER EN MÉXICO: DINÁMICAS DEL TRABAJO Y*. Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/anuarioiet/anuarioiet_a2018v5/anuarioiet_a2018v5p257.pdf

- Ibarra Velez, S. L., & al", ". (2015). *DERECHO AL BUEN NOMBRE Y HABEAS DATA - Marco constitucional, legal*. Obtenido de [https://www.procuraduria.gov.co/relatoria/media/file/flas_juridico/1386_CE-Rad-2015-00506-01\(AC\).pdf](https://www.procuraduria.gov.co/relatoria/media/file/flas_juridico/1386_CE-Rad-2015-00506-01(AC).pdf)
- LATAM, I. (8 de mayo de 2022). *Las mejores estrategias de retención de personal para un contact center*. Obtenido de *Las mejores estrategias de retención de personal para un contact center*: <http://usecim.net/2020/12/13/las-mejores-estrategias-de-retencion-de-personal-para-un-contact-center/>
- Leyva, C., Vela, R., & Brangel, K. (2016). *ROTACIÓN DE PERSONAL EN LOS CALL CENTER*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/6740/674070978003.pdf>
- López, J. (2021). Proceso Administrativo . *Economipedia hacienda facil la economia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/proceso-administrativo.html>
- López, P. (2004). POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO. *Scielo*, 8.
- Martinez, J. (2012). *UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE*. Obtenido de UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE: <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/2993/TAD00931.pdf;jsessionid=5E40BBDF97F1B650C17DBDED5A943631?sequence=1>
- Mateus, J. A. (2017). *Universidad de Santander – UDES*. Obtenido de Universidad de Santander – UDES: <https://repositorio.udes.edu.co/bitstream/001/1508/1/Analisis%20de%20las%20causas%20que%20generan%20rotacion%20en%20el%20call%20center%20de%20Telebucaramanga.pdf>
- Micheli Thiri6n, J. (5 de Mayo de 2007). *Redalyc.Los call centers y los nuevos trabajos del siglo XXI*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/633/63300505.pdf>
- Micheli, J. (2007). Los call centers y los nuevos trabajos del siglo XXI. *Scielo*, 5.

Mineducación. (2021). *Mineducación*. Obtenido de

<https://www.mineducacion.gov.co/portal/Educacion-superior/Sistema-de-Educacion-Superior/235585:Sistema-de-aseguramiento-de-la-calidad-de-la-educacion-superior>

mondy, w. (2010). *administración de recursos humanos*. Obtenido de administración de recursos humanos.

Ovalle, S. D. (Mayo de 2020). *Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano*. Obtenido de

<https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/9755/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Peña, L. L. (2019). *CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS*. Obtenido de

https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/10443/1/T.A_LopezPen%CC%83aLeonardo_2019.pdf

Peralta, J., & Lucio, T. (2013). *Determinación de las variables que forman el salario emocional y diseño de estrategias para potencializarlo. Caso personal administrativo UPS sede Quito - Campus Girón*.

Obtenido de Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana:

<http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/5815>

Perez Porto, J., & Gardey, A. (2014). *definicion.de*. Obtenido de definicion.de: <https://definicion.de/call-center/>

QuestionPro. (2022). *QuestionPro*. Obtenido de QuestionPro:

<https://www.questionpro.com/es/tama%C3%B1o-de-la-muestra.html>

Quintero, D. (2009). Obtenido de Pontificia Universidad Javeriana:

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9200/tesis277.pdf?sequence=1>

Quiroa, M. (2021). Economipedia.com. *Economipedia haciendo facil la economia*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/coordinacion-en-administracion.html>

- Resource, H. (2 de Noviembre de 2015). *randstar*. Obtenido de <https://www.randstad.es/tendencias360/reducir-la-tasa-de-rotacion-el-desafio-del-contact-center/>
- Roldán, P. N. (2017). Organización. *Economipedia haciendo facil la economia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/organizacion.html>
- Ruiz, L. (5 de Julio de 2012). *Estrategias de inversión*. Obtenido de <https://www.estrategiasdeinversion.com/actualidad/noticias/bolsa-espana/que-son-los-indicadores-y-para-que-sirven-n-229166>
- Runow, M. (15 de Enero de 2018). *Las diez razones por las que un trabajador se queda en la empresa*. Obtenido de Las diez razones por las que un trabajador se queda en la empresa: <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/como-combatir-la-rotacion-de-personal-en-mi-empresa-513267>
- Saavedra, H., & Portilla, P. (24 de noviembre de 2018). *Repositorio academico UPC*. Obtenido de Repositorio academico UPC: https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625195/Hoyos_sf.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- sampieri, R. (2017). *Metodología de Investigación*. Obtenido de Metodología de Investigación: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Silva, D. (28 de Abril de 2021). *Blog de Zendesk*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/atencion-al-cliente-que-es/>

- Suarez, D. (2022). *UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO*. Obtenido de UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO:
http://repositorio.uan.edu.co/bitstream/123456789/6675/1/2022_DiegoAndresSuarezUrriago.pdf
- superintendencia, i. y. (2022). *Gov.co*. Obtenido de <https://www.sic.gov.co/constitucion-nacional>
- Uniminuto. (2022). *Administración de Empresas*. Obtenido de
<https://www.uniminuto.edu/programas/soacha/administracion-de-empresas>
- Uniminuto. (2022). *Grupo de investigacion en ciencias economicas (GICEA)*. Obtenido de
<https://www.uniminuto.edu/gicea-antioquia-choco>
- UNIR. (20 de Julio de 2021). *UNIR*. Obtenido de UNIR: <https://ecuador.unir.net/actualidad-unir/clima-laboral-organizacional/>
- Uriarte, M. (2020). Call Center: qué es, cómo funciona, principales tipos y desafíos. *Amnia*.
- Uriarte, M. (2020). *omnia*. Obtenido de <https://omniawfm.com/blog/indice-de-rotacion-de-personal-call-center.php#:~:text=Se%20considera%20que%20del%203,de%20rotaci%C3%B3n%20se%20considera%20excesivo.>
- Valdes, C. (7 de Abril de 2020). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestiopolis:
<https://www.gestiopolis.com/motivacion-concepto-y-teorias-principales/>
- Vásquez, F., Napan, A., & Miranda, N. (2022). *Clima laboral y su relación con la rotación del personal en la empresa de call center teleatento del Perú, Lima 2021*. Obtenido de
<https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2022.009.02.029>
- Weller, J. (diciembre de 2003). *La problemática inserción laboral de los y las jóvenes*. Obtenido de
https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/5391/S0312870_es.pdf

20. Anexos

Preguntas de perfil

1. Edad

- 18 a 25 años
- 26 a 35 años
- 36 o más

2. Género

- Femenino
- Masculino
- Otros

3. Nivel de escolaridad

- Bachillerato
- Técnico / Tecnólogo
- Profesional
- Posgrado

4. Estrato socioeconómico

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6

5. ¿Cuál de las siguientes opciones es la que más influye a la hora de renunciar el colaborador?

- A. Clima laboral
- B. Salario
- C. Incentivos
- D. Horario Laboral
- E. Otras

6. Describe que no te gusta del trabajo

7. ¿Crees que la innovación sea un factor importante para que la compañía tenga un crecimiento positivo y favorable en el mercado?

- Si
- No

8. ¿Crees que la falta de acompañamiento de los superiores es un factor para que los colaboradores renuncien?

- Si
- No

9. ¿Cuál sería la principal razón por la que te quedarías en la empresa?

10. ¿Qué es lo que más disfrutas de la compañía?

11. De acuerdo a tu necesidad y estabilidad crees que la organización debe invertir más en:

- A. Capacitación
- B. Bonificación
- C. Variable
- D. Recursos
- E. Otro

12. Consideras que el trabajo en equipo da una parte fundamental para el crecimiento del colaborador

- Si
- No

13. ¿Cuál sería la principal oportunidad de mejora para la empresa?

14. ¿Qué tan satisfecho estas con tu rol en esta compañía?

- Muy Satisfecho
- Satisfecho
- Insatisfecho
- Muy Insatisfecho

15. Esta información será solamente utilizada para fines académicos autorizas la ley de tratamiento de datos

- Si
- No