	INFORME FINAL DE PRACTICA	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 1 de 26

1

Nombre del estudiante	Óscar Alexander Ramírez Molina
Programa académico	Administración en Negocios Internacionales
Nombre de la Agencia o Centro de Práctica	Teleperformance Colombia SAS
NIT.	9003238537
Dirección	Calle 127 sur 42 47 Andalucía, Caldas
Teléfono	2780223
Dependencia o Área	Analista de mercado de Colombia y Perú
Nombre Completo del Jefe del estudiante	Johnatan Mendoza
Cargo	Analista de Gerencia
Labor que desempeña el estudiante	Procesamiento de bases de datos de las diferentes dependencias internacionales de la compañía para la realización de reportes, análisis y proyecciones para la toma de decisiones de la compañía a nivel del mercado de Colombia y Perú.
Nombre del asesor de práctica	Joan Esteban Moreno Hernández
Fecha de inicio de la práctica	10 de agosto de 2018
Fecha de finalización de la práctica	9 de febrero de 2019




	INFORME FINAL DE	Código: F-PD-46
	PRACTICA	Versión: 01
		Página 2 de 26

Tabla de Contenido

Nombre del estudiante.....	1
Tabla de Contenido	2
1.1 Centro de Práctica.....	4
1.2 Objetivo de la Práctica Empresarial.....	5
1.3 Funciones.....	5
1.4 Justificación de la Práctica Empresarial.....	6
1.5 Equipo de Trabajo.....	6
2. Propuesta para la agencia o centro de prácticas.....	6
2.1 Título de la Propuesta.....	7
2.2 Planteamiento del problema.....	7
2.3 Justificación.....	7
2.4 Objetivos.....	7
2.5 Diseño Metodológico.....	8
2.6 Cronograma de Actividades.....	8
2.7 Presupuesto.....	9
Tabla Propuesta Económica.....	9
3. Desarrollo de la propuesta.....	9
3.1 Marco de Referencia.....	9
3.2 Desarrollo y Logro de Objetivos.....	14
3.2.1. Sabana de Datos con Gráficos de Fácil Interpretación.....	14

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 3 de 26

3.2.2. Datos con Distintos Tipos de Análisis.....	16
3.2.3. - Reportes automáticos para la creación semanal de alertas para cada una de las empresas a las que se les presta el servicio de call center.	20
4. Conclusiones.....	22
5. Recomendaciones.....	22
6. Bibliografía	25
Ilustración 1 Cronograma de actividades	8
Ilustración 2 Matriz	15
Ilustración 3 formato de tabla	16
Ilustración 4 Dashboard dentro de la imagen	18
Ilustración 5 Alertas.....	20
Ilustración 6 Alertas Financieras	21
Gráfico 1 Torta de participación según criterios	19

	INFORME FINAL DE PRACTICA	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 4 de 26

1.1 Centro de Práctica.

Nombre o razón social: Teleperformance Colombia S.A.S

Misión: En Teleperformance ofrecemos en todo momento una experiencia única para el cliente, resultado de nuestro compromiso y pasión por la excelencia. Así, creamos oportunidades y valor para nuestros empleados, clientes, consumidores, accionistas y la Sociedad en general.

Visión: 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.

Objetivos institucionales: La compañía profesa los siguientes conceptos como objetivos principales y filosofía de desarrollo;

“Este es un lugar donde creemos en las personas, donde gana el trabajo en equipo.


Este es un lugar donde trabajamos para personas. Así es como ponemos nuestro compromiso en práctica.

Esta es la compañía que te inspira a aprender, a enseñar, a crecer; para hacer las cosas.

Esta es la compañía que te motiva; a ser feliz para marcar la diferencia.

Esto es lo que importa; su negocio es nuestro negocio. Juntos construimos la mejor alianza. Tenemos el conocimiento y los recursos para garantizar una experiencia de servicio al cliente excelente en todo el mundo.”

Estudio organizacional: La empresa tiene varias dependencias divididas en las siguientes áreas

	INFORME FINAL DE PRACTICA	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 5 de 26

- Gerencia
- Comité de gerencia
- Área Administrativa y de recursos humanos
- Operaciones por empresa
- Split u operaciones por compañía y división de servicios
- Personal administrativo de operación
- Personal operativo


1.2 Objetivo de la Práctica Empresarial.

Objetivos de la práctica empresarial:

Desarrollar un sistema que permita procesar, analizar y proyectar con datos certeros, en las operaciones internacionales de la compañía, para que la gerencia pueda tomar decisiones, basándose en valores cuantitativos, en relación a los resultados de todos sus agentes. Que la gerencia pueda llevar a la empresa a un crecimiento exponencial teniendo en cuenta las correcciones, mejoras y cambios en los procesos de cada una de las teles operaciones y generando optimizaciones de procesos ya existentes dentro de la compañía.

1.3 Funciones

Realizar alertas de bases de datos, generar reportes de fácil interpretación con todos los datos para proceder a la toma de decisiones por parte de la gerencia de la compañía, a nivel nacional e internacional.

	INFORME FINAL DE PRACTICA	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 6 de 26

1.4 Justificación de la Práctica Empresarial.

Dentro de la compañía se ve la necesidad de un practicante que realice las operaciones de análisis y síntesis de todos los procesos internos de las operaciones. La labor de proyectar los resúmenes en gráficas claras y datos concisos permite que la compañía esté al tanto de todos sus operadores. Por dichos motivos la compañía solicita la ayuda de un practicante que les facilite y les agilice los procesos de análisis pasando reportes diarios y ser así consecuentes con las mejores decisiones al interno de la compañía.

1.5 Equipo de Trabajo.


Dentro del área se forma un equipo de trabajo de 4 practicantes los cuales nos dividimos los trabajos de la siguiente manera para la realización de los diferentes reportes de forma rotativa:

1. Encargado de reporte general que implica la descarga de todos los datos de las operaciones y generación de reportes
2. Encargado del reporte de Auxiliares según semana, día, fecha y hora.
3. Encargado de la generación de diversos tipos de reportes para gerencia
4. Encargado de realizar las alertas y reportes generales.

De dichas responsabilidades y cargos según el encargado mi responsabilidad es el número 4.

En la cual desempeñaré mi labor y deberé potenciar mis capacidades.

2. Propuesta para la agencia o centro de prácticas

	INFORME FINAL DE PRACTICA	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 7 de 26

2.1 Título de la Propuesta

Creación de alertas según indicadores de productividad y desempeño de la compañía.


2.2 Planteamiento del problema.

La empresa tiene un sistema de consolidación y análisis de datos para los diversos centros de operaciones. La problemática se genera por la necesidad de generar alertas de manera más ágil y eficiente con el análisis de los datos y que los mismos ayuden a la toma de decisiones dentro de la compañía de forma diaria.

2.3 Justificación.

Para la empresa Teleperformance es de suma importancia la optimización del tiempo. El tiempo es uno de los factores que afectan el desarrollo y productividad y representa parte del corazón de la compañía, por ello los procesos deben realizarse con la mayor eficiencia posible. Unificar parámetros y estandarizar procesos de manera automática, ayuda a que la empresa disminuya estos tiempos para la toma de decisiones, evita errores en el cruce de matrices y forjar informes sólidos, consistentes, veraces, ágiles, eficientes y fáciles de interpretar. Las alertas constituirán una herramienta fundamental para el análisis de datos y para la toma de decisiones.

2.4 Objetivos

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo</p>	<p>INFORME FINAL DE</p> <p>PRACTICA</p>	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 8 de 26

Objetivo General: Crear alertas y análisis gráficos para el mercado de Colombia y Perú.

Objetivos específicos:


- Realizar la sabana de datos con gráficos de fácil interpretación.
- Cruzar datos con distintos tipos de análisis gráficos para la creación de las alertas.
- Consolidar los reportes de forma automática para la creación semanal de alertas para cada una de las empresas a las que se les presta el servicio de call center.

2.5 Diseño Metodológico.

Realizar la sabana de datos con los diferentes indicadores para cada una de las empresas indicando el tipo de alertas sea por rendimiento, procesos, utilización del tiempo, ocupación de los servicios físicos de la compañía, rendimiento en indicadores financieros y diversas categorías ya internas. Una vez realizada la sabana pasaría a crear las tablas dinámicas con el cruce de información y culminaría en el dashboard o tablero dinámico, con el análisis para cada una de las empresas.

2.6 Cronograma de Actividades.

Ilustración 1 Cronograma de actividades

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo	INFORME FINAL DE PRACTICA	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 9 de 26

Columna1	semana 1	semana 2	semana 3	semana 4	semana 5	semana 6	semana 7	semana 8	semana 9	semana 10
Realizar la sabana de datos con gráficos de fácil interpretación.										
Cruzar datos con distintos tipos de análisis gráficos para la creación de las alertas.										
Consolidar los reportes de forma automática para la creación semanal de alertas para cada una de las empresas a las que se les presta el servicio de call center.									sustentación en la empresa	sustentación en la universidad

2.7 Presupuesto


Tabla Propuesta Económica

1. Presupuesto global del proyecto	
Rubros	Fuente
	Institucional
Personal	\$1.200.000
Computadora y Software	\$2.500.000
TOTAL	\$3.700.000

3. Desarrollo de la propuesta

3.1 Marco de Referencia

Antes de comenzar con cualquier especificación se debe aclarar que es la “Creación de alertas según indicadores de productividad y desempeño de la compañía”. Se tomarán definiciones y

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 10 de 26


bases de conocimiento administrativo para definir con claridad lo que es la productividad y el desempeño. Sin embargo, todo lo descrito en el documento apunta a que se comprenda con facilidad y claridad, en cualquier nivel intelectual, cuál es el objetivo principal del proyecto que es presentar un desarrollo aplicable y práctico dentro de la empresa a la cual se está brindando el acompañamiento. Dentro de la investigación realizada no se encontró trabajos semejantes o iguales al informe de alertas desarrollado en tablas específicas.

Marco Conceptual

Alertas: La raíz etimológica de advertencia viene del latín que es “adventitius” que quiere decir venido de otro lugar y su construcción es ad de “hacia” que tiene una connotación privativa, “ventus” participio del verbo venir y “io”, prefijo que significa resultado. Alerta tiene una etimología similar que viene del italiano “a la erta” (Frias, 1985) que hace atribución al verbo “ergere” que significa erguir o levantar. Antiguamente usaban este verbo para subir a la torre de vigilancia. Ésta parte nos da una orientación a que una alerta o advertencia hace referencia a algo de suma importancia.

La creación de una alerta indica una advertencia que indicando un nivel crítico en algún aspecto determinado que se está evaluando. Dicha alerta puede darse por un bajo desempeño, una caída en ventas, una mala administración de un recurso sea económico, físico o intelectual. Un informe destinado a indicar cuales son las alertas en diferentes campos puede ayudar a tomar decisiones dentro de la empresa para ejecutar en acciones concretas.

Las alertas, en fin, de cuentas, ayudan a la analizar posturas frente los ítems más relevantes para la ejecución de estrategias que controlen o eliminen los factores que están causando


 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo</p>	<p>INFORME FINAL DE</p> <p>PRACTICA</p>	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 11 de 26

afectación. Todas las alertas tienen una afectación final que es la financiera y si no se controla con regularidad dichos ítems puede llegarse hasta una gran afectación patrimonial de la empresa.

Indicadores: Indicar también tiene ascendencia etimológica del latín “in” (hacia dentro) y el verbo “dicare” que significa “señalar con el dedo” (Roca, 2015). Un indicador alude a un horizonte determinado y específico. Esto quiere decir que: los indicadores son números, fracciones o porcentajes que muestran un significado más grande que unos simples dígitos, el trasfondo por el cual la empresa puede estar pasando.

Un indicador en el área administrativa hace alusión a una característica específica observable y medible que puede ser utilizada para enseñar cambios y progresos, por los cuales está pasando la compañía, dentro de un programa específico, para alcanzar metas o alejarse de errores que se estén cometiendo. Los indicadores deben ser claros, específicos y enfocados a la medición de resultados.

Productividad y desempeño: La productividad indica la relación que existe entre los recursos invertidos en el proceso de producción y los resultados y frutos obtenidos con dicho uso. En cuanto sean menor el tiempo que se utilice y menos los recursos invertidos para lograr metas se dice que hay mayor productividad. No obstante dicha productividad también está relacionada con el rendimiento del personal operativo. El desempeño, juega un papel importante dentro de los análisis a presentar, es la forma en la cual se cataloga el cumplimiento de las obligaciones dentro de cada una de las áreas, es un dato que sirve para valorar, estimar y juzgar las competencias y excelencias de una persona en determinado cargo.

	INFORME FINAL DE PRACTICA	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 12 de 26


Estos dos ítems revelan, a nivel ejecutivo, valores agregados como el rendimiento real de cada uno de los recursos de la empresa dispuestos a disposición de los empleados. Éstos indicadores bien interpretados ayudan a tomar decisiones que pueden afectar directa o indirectamente el presupuesto de la empresa. La licencia de un programa en un computador genera un gasto mensual y el rendimiento del empleado que la utiliza debe ser suficiente para cubrir ese gasto mensual y poder mantener la balanza del PYG del lado positivo.

Como síntesis en esta parte, es importante considerar que las alertas hacen parte de un informe esencial para la valoración interna, en el aprovechamiento de todas las áreas, recursos y métodos utilizados al interno de la empresa para alcanzar un mayor rendimiento y utilidad financiera para la empresa y así incrementar las capacidades productivas de la empresa.

Las advertencias realizadas oportunamente ayudarán a que las falencias más críticas dentro de la empresa sean solucionadas con métodos más innovadores, ayudarán a que la gerencia sea más recursiva a la hora de motivar a los empleados, sea en la parte remunerativa o con beneficios alternativos como oportunidades académicas o de crecimiento personal.

Al interno de la empresa se manejan datos e información de alta confidencialidad, ligados a la parte financiera, al reclutamiento de personal, el manejo la salida del personal, entre otros. Todos estos datos también se ven reflejados dentro del informe general de alertas, que permite ver, de un vistazo y de fácil interpretación, los puntos críticos en los cuales la empresa está fallando y las posibles medidas que debe tomar para corregir los errores. No obstante, al ser información confidencial solamente se le asigna su manejo a personal de alta confianza.


Marco Legal

	INFORME FINAL DE PRACTICA	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 13 de 26

El 17 de octubre del 2012 fue aprobada una ley estatutaria, la ley No. 1581 de 2012, dedicada a la protección de datos y a la confidencialidad de la información perteneciente a terceros y a clientes internos a la empresa. La ley obliga a todas las entidades que manejan información personal como bancos, call centers, EPS, bolsas de empleo entre otros están obligadas a proteger los datos de cualquier forma de hurto o uso indebido de las mismas. Por ejemplo, en el caso de que los empleados utilicen la información de las datas de la empresa para beneficio propio se puede dar terminación del contrato por justa causa, dado que se trata de un delito con respecto a la información de terceros.

El incumplimiento de la normatividad de protección de datos puede ser sancionado por parte de las autoridades, se a personas e instituciones públicas como privadas, que vulneran la confidencialidad, e integridad de los datos pertenecientes a terceras personas. Una multa con relación a este delito puede llegar hasta los dos mil salarios mínimos mensuales legales vigentes, la cancelación temporal o suspensión de los servicios y actividades que brinda dicha entidad o persona por un lapso de tiempo de hasta 6 meses, como puede ser el cierre inmediato de las operaciones que involucran el manejo inadecuado de dichos datos.

Ésta normatividad garantiza que los colombianos tienen el derecho de tener bajo secreto sus datos personales y que solamente ellos pueden modificarlos o actualizarlos, en caso extremo cancelar sus datos en el momento que sea requerido. Toda empresa que administre datos debe certificar su protección y seguridad tanto al interno de la empresa por parte de los empleados realizando cláusulas de confidencialidad de la información como en la utilización de softwares de alta eficiencia que eviten cualquier tipo de robo cibernético.

	INFORME FINAL DE PRACTICA	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 14 de 26

Según el artículo 58 del código sustantivo del trabajo, segundo párrafo es obligación del trabajador:

2a. No comunicar con terceros, salvo la autorización expresa, las informaciones que tenga sobre su trabajo, especialmente sobre las cosas que sean de naturaleza reservada o cuya divulgación pueda ocasionar perjuicios al empleador, lo que no obsta para denunciar delitos comunes o violaciones del contrato o de las normas legales del trabajo ante las autoridades competentes. (Colombia, 2011)

El incumplimiento de este artículo comprende penas legales que deberán ser asumidas por parte del empleado en caso de que incurra en la divulgación de información privada.

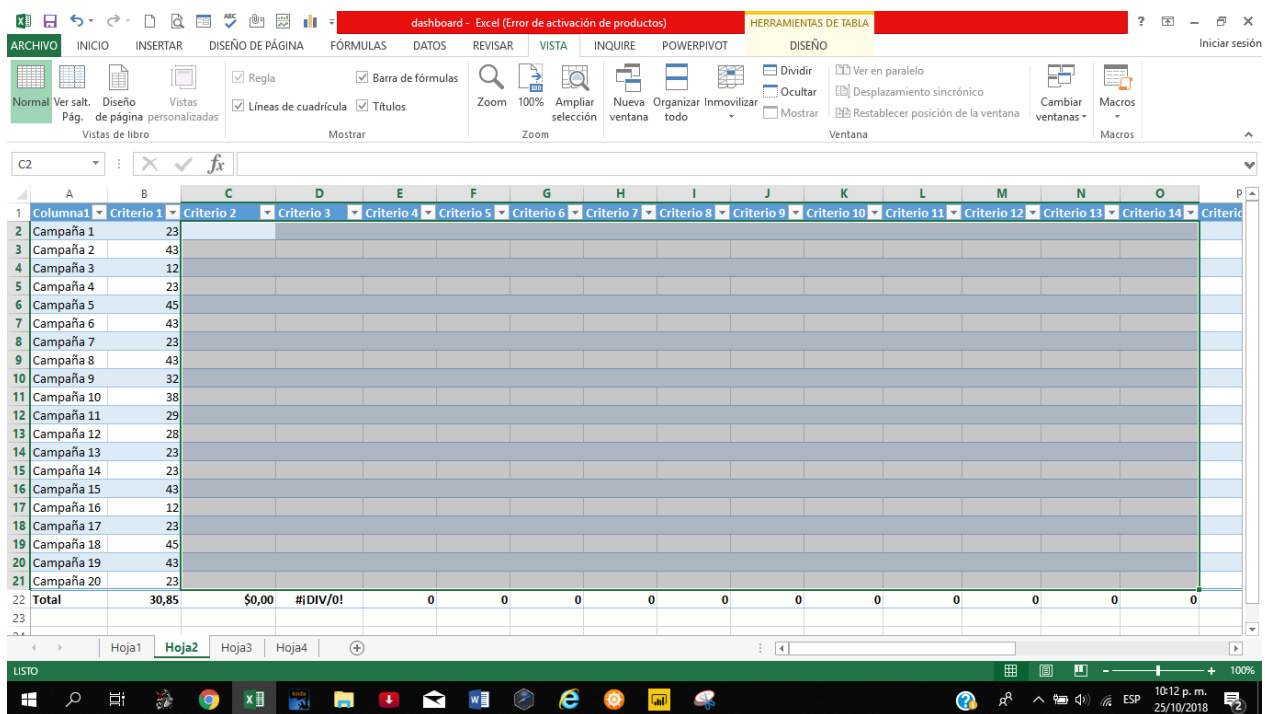
3.2 Desarrollo y Logro de Objetivos

3.2.1. Sabana de Datos con Gráficos de Fácil Interpretación

Respecto al desarrollo de los objetivos se ha cumplido con claridad cada uno de los puntos. La sabana de datos se construyó de la siguiente manera. Se tomaron todos los criterios que conformarían las alertas en las áreas financieras, de desempeño, calidad y eficiencia en cuanto al personal y a la ocupación de la planta los cuales tienen nombres propios como C-sag (es el indicador que indica los reportes con respecto a las calificaciones de los usuarios en las llamadas), NPS (es el indicador que indica la satisfacción por parte del cliente en la encuesta final net promoter score, FCR (indica si se dio solución al requerimiento del cliente en la primer llamada first call resolution), entre otros. Una vez todos los criterios fueron discriminados se


construyó la matriz en Excel, que se ilustra en el pantallazo posterior a este párrafo, indicando los criterios correspondientes de cada una de las campañas de Medellín, Bogotá y Lima. Ya realizado el listado de criterios dentro de la matriz se procedió a crear la tabla alimentadora con más de 190 columnas y 50 rangos de filas. Cuando la tabla en Excel ya estuvo realizada se pasó a escribir las formulas anidadas correspondientes a cada una de las celdas con relación a los criterios de alertas que fueron tomados en cuenta.

Ilustración 2 Matriz



Columna1	Criterio 1	Criterio 2	Criterio 3	Criterio 4	Criterio 5	Criterio 6	Criterio 7	Criterio 8	Criterio 9	Criterio 10	Criterio 11	Criterio 12	Criterio 13	Criterio 14	Criterio 15
Campaña 1	23														
Campaña 2	43														
Campaña 3	12														
Campaña 4	23														
Campaña 5	45														
Campaña 6	43														
Campaña 7	23														
Campaña 8	43														
Campaña 9	32														
Campaña 10	38														
Campaña 11	29														
Campaña 12	28														
Campaña 13	23														
Campaña 14	23														
Campaña 15	43														
Campaña 16	12														
Campaña 17	23														
Campaña 18	45														
Campaña 19	43														
Campaña 20	23														
Total	30,85	\$0,00	#DIV/0!	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

La matriz está constituida por los campos básicos de columnas y filas donde en cada columna se indica una característica o criterio que se desea tener en cuenta para la construcción

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia , educación y desarrollo</p>	<p>INFORME FINAL DE</p> <p>PRACTICA</p>	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 16 de 26

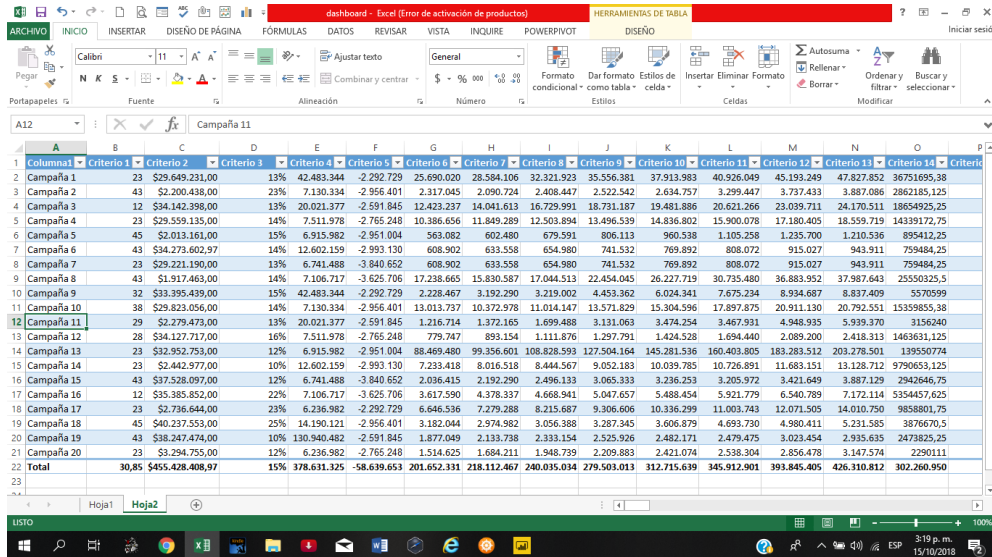
completa de la sábana de datos. Algunas de las columnas tienen nombres como: Campaña, Ciudad, Nómina, Penalización, Formadores... éstos campos van indicando, según la fila, los criterios que se deben diligenciar a través de las formulas realizadas en Excel. Las fórmulas más usadas son la función si, si.error, buscarv, coincidir, concatenar, suma, promedio.si entre otras. (Ilustración de elaboración propia)

En el siguiente punto se anexarán pantallazos de modelos semejantes al realizado dentro con cambio de datos por protección de información y confidencialidad.

3.2.2. Datos con Distintos Tipos de Análisis

La ventaja de pasar la matriz a tabla inteligente es que dicho formato permite la actualización automática de todos los datos que se van añadiendo y así facilita los procesos de copiado y pegado en las distintas tablas dinámicas. Esto permitió dentro del reporte automatizar procesos que podrían tardar horas pasándolos manualmente.

Ilustración 3 formato de tabla



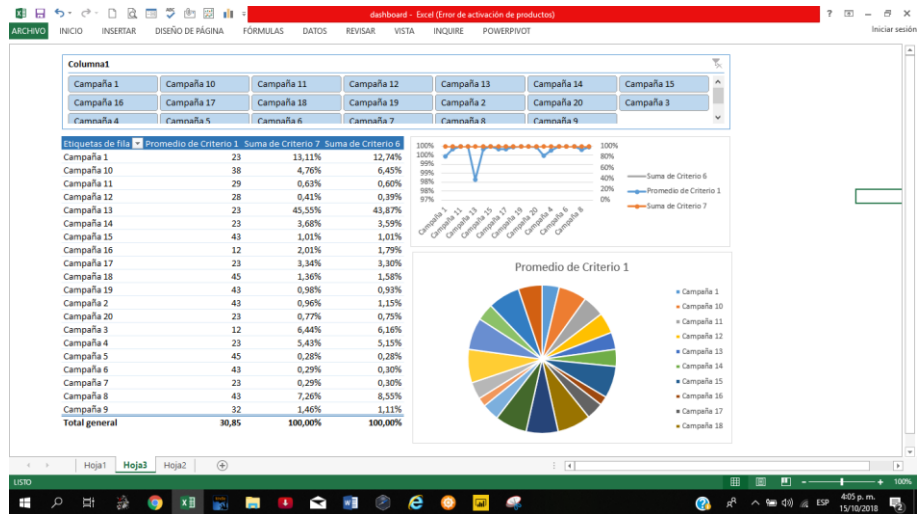
Campaña	Criterio 1	Criterio 2	Criterio 3	Criterio 4	Criterio 5	Criterio 6	Criterio 7	Criterio 8	Criterio 9	Criterio 10	Criterio 11	Criterio 12	Criterio 13	Criterio 14	Criterio 15
Campaña 1	23	\$29.649.231,00	13%	42.483.344	-2.292.729	25.690.020	28.584.106	32.321.923	35.556.381	37.913.983	40.926.049	45.193.249	47.827.852	36751695,38	
Campaña 2	43	\$2.200.438,00	23%	7.130.334	-2.956.401	2.317.045	2.090.724	2.408.447	2.522.542	2.634.757	3.299.447	3.737.433	3.887.086	2862185,125	
Campaña 3	12	\$34.142.398,00	13%	20.021.377	-2.591.845	12.423.237	14.041.613	16.729.991	18.731.187	19.481.886	20.621.266	23.039.711	24.170.511	18654925,25	
Campaña 4	23	\$29.559.135,00	14%	7.511.978	-2.765.248	10.386.656	11.849.289	12.503.894	13.496.539	14.836.802	15.900.078	17.180.405	18.559.719	14339172,75	
Campaña 5	45	\$2.013.161,00	15%	6.915.982	-2.951.004	563.082	602.480	679.591	806.113	960.538	1.105.258	1.235.700	1.210.536	895412,25	
Campaña 6	43	\$34.273.602,97	14%	12.602.159	-2.993.130	608.902	633.558	654.980	741.532	769.892	808.072	915.027	943.911	759484,25	
Campaña 7	23	\$29.221.190,00	13%	6.741.488	-3.840.652	608.902	633.558	654.980	741.532	769.892	808.072	915.027	943.911	759484,25	
Campaña 8	43	\$1.917.463,00	14%	7.106.717	-3.625.706	17.238.665	15.830.587	17.044.513	22.454.045	26.227.719	30.735.480	36.883.952	37.987.643	25550325,5	
Campaña 9	32	\$33.395.439,00	15%	42.483.344	-2.292.729	2.228.467	3.192.290	3.219.002	4.453.362	6.024.341	7.675.234	8.934.687	8.837.409	5570599	
Campaña 10	38	\$29.823.056,00	14%	7.130.334	-2.956.401	13.013.737	10.372.978	11.014.147	13.571.829	15.304.596	17.897.875	20.911.130	20.792.551	15359855,38	
Campaña 11	29	\$2.279.473,00	13%	20.021.377	-2.591.845	1.216.714	1.372.165	1.699.488	3.131.063	3.474.254	3.467.931	4.948.935	5.939.370	3156240	
Campaña 12	28	\$34.127.717,00	16%	7.511.978	-2.765.248	779.747	893.154	1.111.876	1.297.791	1.424.528	1.694.440	2.089.200	2.418.313	1463631,125	
Campaña 13	23	\$32.952.753,00	12%	6.915.982	-2.951.004	88.469.480	99.356.601	108.828.593	127.504.164	145.281.536	160.403.805	183.283.512	203.278.501	139550774	
Campaña 14	23	\$2.442.977,00	10%	12.602.159	-2.993.130	7.233.418	8.016.518	8.444.567	9.052.183	10.039.785	10.726.891	11.683.151	13.128.712	9790653,125	
Campaña 15	43	\$37.528.097,00	12%	6.741.488	-3.840.652	2.036.415	2.192.290	2.496.133	3.065.333	3.236.253	3.205.972	3.421.649	3.887.129	2942646,75	
Campaña 16	12	\$35.385.852,00	22%	7.106.717	-3.625.706	3.817.590	4.378.337	4.668.941	5.047.657	5.488.454	5.921.779	6.540.789	7.172.114	535457,625	
Campaña 17	23	\$2.736.644,00	23%	6.236.982	-2.292.729	6.646.536	7.279.288	8.215.687	9.306.606	10.336.299	11.003.743	12.071.505	14.010.750	9858801,75	
Campaña 18	45	\$40.237.553,00	25%	14.190.121	-2.956.401	3.182.044	2.974.982	3.056.388	3.287.345	3.606.879	4.693.730	4.980.411	5.231.585	3876670,5	
Campaña 19	43	\$38.247.474,00	10%	130.940.482	-2.591.845	1.877.049	2.133.738	2.333.154	2.525.926	2.482.171	2.478.475	3.023.454	2.935.635	2478825,25	
Campaña 20	23	\$3.294.755,00	12%	6.236.982	-2.765.248	1.514.625	1.684.211	1.948.739	2.209.883	2.421.074	2.538.304	2.856.478	3.147.574	2290111	
Total	30,85	\$455.428.408,97	15%	378.631.325	-58.639.653	201.652.331	218.112.467	240.035.034	279.503.013	312.715.639	345.912.901	393.845.405	426.310.812	302.260.950	

En la ilustración se muestra la sabana ya diligenciada con las formulas correspondientes y los datos necesarios para la elaboración del tablero dinámico o dashboard. (Ilustración de elaboración propia)

Una vez terminados los procesos de diligenciamiento de fórmulas se inició el paso de la presentación gráfica de las mismas. Se realizaron varias pruebas con gráficos dinámicos de barras, columnas, anillos, gráficos cruzados y segmentadores de datos. Sin embargo, las dimensiones eran muy extensas para la presentación de todos los informes. En total fueron 14 informes en una sola presentación, por ello se debía sintetizar aún más la presentación de los datos y se optó por un tablero móvil dependiente de una lista desplegable y relacionada a cada una de las campañas correspondiente a las ciudades. Esto permitió reducir de 14 informes por

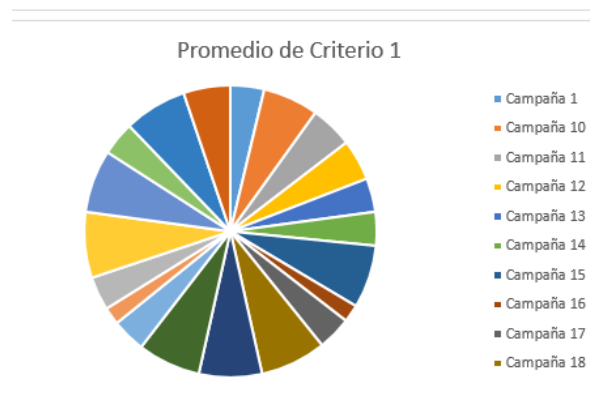
campana relacionados a 40 campañas, o sea, un aproximado de 300 informes diferentes en un solo pantallazo con fácil diligenciamiento de datos para la presentación de los mismos.

Ilustración 4 Dashboard dentro de la imagen



El dashboard es el tablero dinámico que se puede modificar según los criterios que se presionen en los segmentadores de criterios superior, según se presionen los datos la tabla cambia su figura. (Ilustración de elaboración propia)

Gráfico 1 Torta de participación según criterios



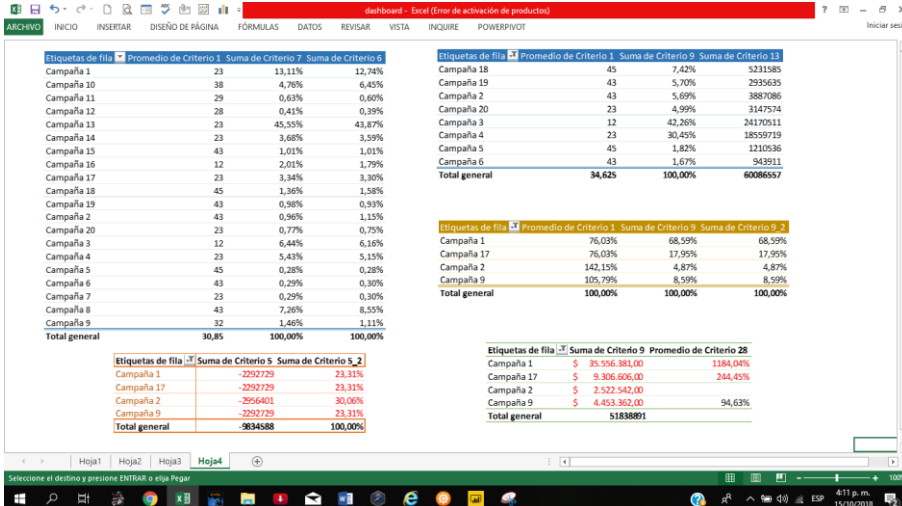
El gráfico de la torta muestra la participación según el criterio que se seleccione para el análisis o según el indicador que se esté revisando en el momento para poder tener presente su participación al interno de la empresa y tomar la decisión más acertada respecto a un plan de acción que se pueda trazar. (Gráfico de elaboración propia)

Una vez realizado los procesos anteriores pasamos a cruzar datos para distintos tipos de análisis, esto permitió que a la hora de relacionar las alertas fueran más objetivas utilizando algunos indicadores estadísticos como el coeficiente de variación o a relación entre la proporción de agentes por puesto. Estos análisis permiten valorar el rendimiento de cada uno de los recursos dentro de la empresa y verificar si el rendimiento económico de la empresa está en su punto óptimo o hay factores mejorables dentro de cada uno de los reportes a los cuales se hace alusión dentro del informe general de alertas.

3.2.3. - Reportes automáticos para la creación semanal de alertas para cada una de las empresas a las que se les presta el servicio de call center.

Las alertas quedan reflejadas al interno del informe con datos en color rojo y valores únicos que tienen una representación en datos numéricos, porcentuales, decimales y datos en miles de millones. Según corresponda la alerta correspondiente. Con todos los procesos, anteriormente descritos, el sistema alcanza objetivo de que sea de fácil diligenciamiento por parte de la persona que introduce los datos, de fácil análisis y ubicación de los puntos críticos para la persona que debe interpretar el dashboard de las alertas. Estos informes se deben de pasar de manera semanal y lo que anteriormente podía tardar días ya basta con un par de horas para diligenciar la información, con solidar los datos y pasar el reporte.

Ilustración 5 Alertas



The screenshot shows an Excel spreadsheet with several tables of data. The tables are organized into sections, each with a header row and a total row. The data is presented in a clear, tabular format with alternating row colors for readability.

Etiquetas de fila	Promedio de Criterio 1	Suma de Criterio 7	Suma de Criterio 6
Campaña 1	23	13,11%	12,74%
Campaña 10	38	4,76%	6,45%
Campaña 11	29	0,63%	0,60%
Campaña 12	28	0,41%	0,39%
Campaña 13	23	45,55%	43,87%
Campaña 14	23	3,68%	3,59%
Campaña 15	43	1,01%	1,01%
Campaña 16	12	2,01%	1,79%
Campaña 17	23	3,34%	3,30%
Campaña 18	45	1,36%	1,58%
Campaña 19	43	0,98%	0,93%
Campaña 2	43	0,96%	1,15%
Campaña 20	23	0,77%	0,79%
Campaña 3	12	6,44%	6,16%
Campaña 4	23	5,43%	5,15%
Campaña 5	45	0,28%	0,28%
Campaña 6	43	0,29%	0,30%
Campaña 7	23	0,29%	0,30%
Campaña 8	43	7,28%	8,55%
Campaña 9	32	1,46%	1,11%
Total general	30,85	100,00%	100,00%

Etiquetas de fila	Promedio de Criterio 1	Suma de Criterio 9	Suma de Criterio 21
Campaña 18	45	7,42%	5231583
Campaña 19	43	5,70%	2935635
Campaña 2	43	5,69%	3887086
Campaña 20	23	4,99%	3147574
Campaña 3	12	42,26%	24170511
Campaña 4	23	30,45%	18559719
Campaña 5	45	1,82%	1210536
Campaña 6	43	1,67%	943911
Total general	34,625	100,00%	60086557

Etiquetas de fila	Promedio de Criterio 1	Suma de Criterio 9	Suma de Criterio 9 2
Campaña 1	75,03%	68,59%	68,59%
Campaña 17	75,03%	17,95%	17,95%
Campaña 2	142,15%	4,87%	4,87%
Campaña 9	105,79%	8,59%	8,59%
Total general	100,00%	100,00%	100,00%

Etiquetas de fila	Suma de Criterio 5	Suma de Criterio 5 2
Campaña 1	-2292729	23,31%
Campaña 17	-2292729	23,31%
Campaña 2	-2956401	30,06%
Campaña 9	-2292729	23,31%
Total general	-9834588	100,00%

Etiquetas de fila	Suma de Criterio 9	Promedio de Criterio 28
Campaña 1	\$ 35.556.381,00	1184,04%
Campaña 17	\$ 9.306.606,00	244,45%
Campaña 2	\$ 2.522.542,00	
Campaña 9	\$ 4.453.362,00	94,63%
Total general	51838801	


En el tablero se presentan las alertas según criterio y prioridad de las campañas. Las tablas dinámicas se modifican semana a semana con la información que se va actualizando en la sábana de datos y esto permite que el rastreo de información sea generalmente de datos cuantitativos para pasar a planes de acción dentro de las áreas del call center. (Ilustración de elaboración propia)

Ilustración 6 Alertas Financieras

Etiquetas de fila	Suma de Criterio 5	Suma de Criterio 5_2
Campaña 1	-2292729	23,31%
Campaña 17	-2292729	23,31%
Campaña 2	-2956401	30,06%
Campaña 9	-2292729	23,31%
Total general	-9834588	100,00%

En las alertas principales son aquellas que están relacionadas con los factores financieros de la empresa y su participación al interno de la misma. Se expresan en color rojo dado que son pérdidas financieras por diferentes criterios al interno de las campañas u operaciones. (Ilustración de elaboración propia)

Respecto al cumplimiento de los objetivos específicos se describen claramente a lo largo del proceso realizado. La realización de la sábana de datos con gráficos es una de las partes más importantes dado que el archivo permanecerá como una herramienta fácil de manejar y de interpretar para que los directivos de la empresa puedan tomar decisiones frente a las circunstancias internas que se pueden estar presentando. Adicionalmente su diligenciamiento está sincronizado con los distintos informes generales para que los datos sean actualizados cada semana con toda la facilidad del caso.


	INFORME FINAL DE PRACTICA	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 22 de 26

4. Conclusiones

A lo largo del periodo de las prácticas los conocimientos aprendidos han sido amplios en el campo de la informática, análisis e interpretación de datos. Excel es la herramienta principal en la cual se alcanzaron niveles de conocimiento avanzados iniciando desde el diligenciamiento de matrices hasta al manejo de dashboard y principios de macros para la presentación de informes a nivel ejecutivo. El principal apoyo obtenido para el mejoramiento de las habilidades en Excel fueron decenas de tutoriales vistos en youtube como herramienta para la comprensión del programa. Éste aprendizaje se evidencia en los resultados presentados en los informes que ahora son más fáciles de diligenciar y que de manera fácil alimentan los gráficos de manera automática disminuyendo considerablemente el tiempo de elaboración de los mismos y facilitando la relación e interpretación.

El principal valor agregado del proyecto es la optimización de los tiempos que se dedicaban anteriormente a realizar, de forma parcial, cada informe, unificados en un solo informe. Esto también permite que el foco de trabajo se pueda centrar en otros informes que tengan una mayor complejidad y no se les esté dando la importancia debida por su difícil interpretación.

5. Recomendaciones


	INFORME FINAL DE PRACTICA	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 23 de 26

Según lo observado dentro de la empresa y viendo las necesidades de todas las áreas, principalmente del área de calidad, sería impartir capacitaciones en la herramienta de Excel con el objetivo de que las 11 personas que deben enviar reportes constantes a diferentes áreas optimicen su tiempo y puedan dedicar una mayor parte de su jornada laboral al monitoreo y menos tiempo a la elaboración de informes que se pueden automatizar y optimizar en su diligenciamiento y presentación a nivel ejecutivo. Ésta propuesta permitirá que, de manera escalonada, se realicen informes ligados unos entre sí dentro de todas las áreas y se estandaricen las presentaciones gráficas de las mismas. Todo esto permitirá un mejor desempeño laboral de cada uno de los empleados en sus cargos específicos.


Él curso debe iniciar con las bases del programa que serían: diligenciamiento de matrices, manejo de tablas, elaboración de fórmulas que brinden soluciones certeras, consolidación de tablas dinámicas e interpretación de datos, presentación de gráficos dinámicos desde la relación de los datos hasta la forma, los colores y la ubicación dentro de un dashboard que sea ejecutivo y de fácil manejo para los directivos de la empresa.

Éste proceso puede tardar varias semanas hasta alcanzar un alto nivel de manejo en Excel como apoyo principal en todas las áreas de la empresa.

El trabajo desarrollado en la creación del informe de alertas generales, más que requerir una continua transformación, es una plataforma para ayudar a las demás áreas que alimentan los informes a mejorar la estructuración de los mismos. De esta manera la empresa se beneficiará de más personas capacitadas que multipliquen los conocimientos al interno de las campañas y áreas encargadas de los reportes.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia , educación y desarrollo</p>	<p>INFORME FINAL DE</p> <p>PRACTICA</p>	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 24 de 26

Como conclusión final se observa que, de forma objetiva, se alcanzó el objetivo principal y los objetivos específicos descritos a lo largo del proyecto y que, satisfactoriamente, los niveles de conocimiento alcanzados son una herramienta poderosa que hace la diferencia en cualquier área de trabajo en la que se desempeñe la labor, dado que la optimización del tiempo siempre será un factor esencial dentro de cualquier empresa.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo</p>	<p>INFORME FINAL DE</p> <p>PRACTICA</p>	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 25 de 26

6. Bibliografía

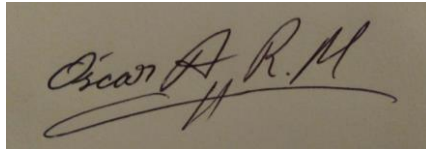
- Colombia, G. d. (2011). www.secretariassenado.gov.co. Obtenido de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/codivo_sustantivo:trabajo.html:
- http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/codivo_sustantivo:trabajo.html.
- Frias, D. S. (1985). Etimologías Galias Latinas. En D. S. Frias, *Etimologías Galias Latinas* (pág. 43). Nuevo León: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Roca, M. Y. (5 de 2015). <https://escritoresquenadielee.files.wordpress.com>. Obtenido de <https://escritoresquenadielee.files.wordpress.com>:
- https://escritoresquenadielee.files.wordpress.com/2015/05/diccionario_etimologyico_de_la_lengua_castellana_1400021846.pdf

**INFORME FINAL DE
PRACTICA**

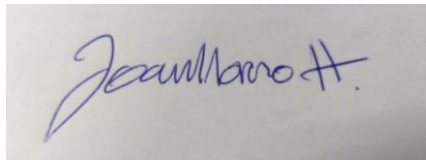
Código: F-PD-46

Versión: 01

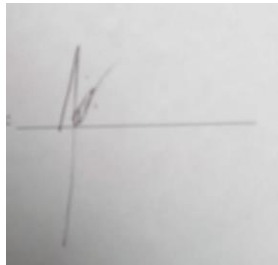
Página 26 de 26



Firma del estudiante: _____



Firma del asesor _____



Firma del jefe en el Centro de Práctica: _____