

**Plan de comunicación interna para el departamento de
inteligencia negocios de Webhelp S.A.S.**

**Trabajo de grado para optar por el título de
Comunicador y Periodista**

Brayan Restrepo Cano

Asesor

**Jorge Andrés Molina Benítez
Magíster en Educación y Desarrollo Humano**

**Corporación Universitaria Unilasallista
Facultad de Ciencias Sociales y Educación
Comunicación y Periodismo
Caldas-Antioquia
2023**

Tabla de contenido

| | |
|--|----|
| Introducción | 7 |
| Misión..... | 7 |
| Propósito | 7 |
| Valores | 7 |
| Justificación | 9 |
| Impacto tecnológico | 9 |
| Impacto social y económico | 10 |
| Objetivos..... | 11 |
| Objetivo general | 11 |
| Objetivos específicos | 11 |
| Marco Teórico..... | 12 |
| Comunicación | 12 |
| Comunicación organizacional | 14 |
| Inteligencia de negocios..... | 15 |
| Plan de comunicación interna | 16 |
| Metodología..... | 19 |
| Observación participante | 20 |
| Encuesta con enfoque cualitativo..... | 21 |
| Matriz FODA | 22 |
| Resultados..... | 23 |
| Fortalezas | 24 |
| Debilidades | 24 |
| Oportunidades..... | 24 |
| Amenazas | 24 |
| Plan estratégico de comunicación interna | 25 |
| Objetivo general | 25 |
| Objetivos específicos | 25 |
| Conclusiones y recomendaciones | 28 |
| Referencias | 30 |
| Apéndices..... | 32 |

Lista de tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1 FODA | 23 |
| Tabla 2 Objetivo 1 del Plan estratégico..... | 25 |
| Tabla 3 Objetivo 2 del Plan estratégico..... | 26 |
| Tabla 4 Actividades del objetivo 1 plan estratégico..... | 26 |
| Tabla 5 Actividades del objetivo 2 plan estratégico..... | 27 |

Lista de apéndices

| | |
|---|----|
| Apéndice A: Encuestas cualitativas | 32 |
| Apéndice B: Nuevos canales de comunicación..... | 48 |
| Apéndice C: Plantillas para campañas de bienestar | 49 |
| Apéndice D: Plantillas para vacantes | 53 |
| Apéndice E: Plantillas para formación..... | 55 |

Resumen

Webhelp S.A.S. es una Multinacional fundada en Francia en el año 2.000, la cual se ha especializado en ofrecer servicios de BPO como front, *middle* y *back office*, *chatbots*, inteligencia artificial y automatización a empresas de movilidad compartida, comercio electrónico, tecnología financiera, tecnología de fitness y aplicaciones de pago, soporte técnico, ventas, analítica de información, entre otras. Ahora hace presencia en diferentes países de Latinoamérica y el mundo, dándole la oportunidad a más de 120.000 personas de crecer profesionalmente apoyando los diferentes servicios que se prestan para grandes empresas como Claro, AT&T y Falabella.

El departamento de Inteligencia de Negocios es un área que cada día crece más dentro de la compañía, contando ahora con más de 40 colaboradores que se encargan de atender las diferentes necesidades de los clientes, dichos empleados trabajan remotamente desde sus casas, asistiendo al sitio físico únicamente en necesidades específicas o actividades de la organización. Debido a esto y a que son mas de 120.000 personas las que hacen parte de la compañía, el apoyo en del departamento de comunicaciones para realizar diseños, correcciones y atender las diferentes necesidades se queda corto, asimismo no todas las actividades bienestar tienen un alcance óptimo.

Para el análisis de la comunicación en el Área de Inteligencia de Negocios, se llevó a cabo la observación participante, la cual permite apreciar opiniones y diferentes perspectivas de sus miembros; la encuesta cualitativa permite conocer su situación específica y la matriz FODA ayuda a identificar falencias de comunicación y apoyo en actividades de diseño y soporte en temas de redacción u ortografía.

En conclusión, se propone la creación de un plan de comunicación interna que le permita al departamento de inteligencia de negocios mejorar sus tiempos de entrega de reportes e instructivos, asimismo, busca complementar las actividades de bienestar mediante la creación de piezas gráficas que resalten las fechas importantes, cumpleaños e invitaciones a eventos. También se crearon pausas saludables y tips que ayudan a mejorar la postura del cuerpo en las principales actividades cotidianas.

Palabras clave: Comunicación, comunicación organizacional, inteligencia de negocios, plan de comunicación interna.

Introducción

Cada día son más las organizaciones que buscan mejorar sus procesos mediante empresas especializadas en BPO como lo es Webhelp S.A.S. Gracias a su alta demanda dicha compañía creció significativamente en los últimos años alrededor del mundo y se posicionó entre las mejores en el sector.

El presente trabajo se desarrolló en la etapa práctica llevada a cabo en la compañía Webhelp S.A.S.

Misión

Hacer los negocios más humanos.

Propósito

“Hacer de la Tierra un Mundo Mejor” es el propósito que nos inspira todos los días.

Valores

En Webhelp S.A.S. hacemos los negocios más humanos incorporando nuestros valores en el día a día y en todo lo que hacemos.

Compromiso: Mantenemos nuestra palabra y cumplimos con cada compromiso o promesa hecha entre nosotros, a nuestros clientes o a sus clientes. La fuerza de nuestra palabra hace que Webhelp sea el exitoso partner estratégico que es.

Unidad: El trabajo en equipo es vital para nosotros. Así es como alcanzamos nuestras metas y las tareas diarias resultan más fáciles y agradables. Webhelp es un equipo – grande y dedicado. Nuestro éxito colectivo está por encima de los intereses personales. Trabajando juntos, logramos más.

Integridad: Ya sea que tratando con nuestros clientes o con cada uno de nosotros, siempre somos justos y positivos. Lideramos con el ejemplo; enfatizando la positividad y el juego limpio. Integridad significa hacer lo correcto para todos, cada minuto de cada día. Tratar a nuestros compañeros, a nuestros clientes y a los clientes de nuestros clientes de un modo que haga los negocios más humanos.

Reconocimiento: En Webhelp damos a cada uno el reconocimiento que merece. Desde directores hasta agentes, todos contribuimos de forma vital a nuestro éxito colectivo. Trabajar con nuestros clientes, servir a los clientes de nuestros clientes y que todo fluya sin problemas – es la columna vertebral de lo que hacemos. Y lo reconocemos, entendemos y celebramos todos los días.

WOW: Creemos en el poder del «WOW». «WOW» nos distingue y hace que Webhelp sea un lugar increíble en el que trabajar. Continuamente buscamos deleitar, sorprender e ir más allá con cada uno de nuestros clientes. Esforzarnos por el factor «WOW» nos permite avanzar y querer lograr más.

Este trabajo permite el análisis de la situación actual para la mejora de los flujos de comunicación en el área de inteligencia de negocios y crear estrategias que mejoren los tiempos de entrega y bienestar organizacional.

Justificación

Cada vez son más las compañías que se ven en la necesidad de apoyar sus procesos en las comunicaciones, puesto que estas permiten que la información circule de manera óptima y se creen estrategias para enriquecer el clima laboral, bienestar y la mejora continua; esto se ve reflejado en el rendimiento de los colaboradores y nivel de satisfacción al trabajar dentro de la organización.

Este trabajo de grado permitirá realizar en el Área de Inteligencia de Negocios de la empresa Webhelp S.A.S, un análisis del estado actual de la comunicación interna, crear estrategias para extender las campañas de bienestar y mejorar los tiempos de entrega de requerimientos de temas relacionados con diseños, redacción y corrección de textos.

Impacto tecnológico

Los canales de comunicación organizacionales permiten el intercambio de información entre las diferentes áreas de la empresa. Asimismo, facilitan el desarrollo de las funciones de la persona que esté a cargo y hace sentir a los colaboradores parte de la compañía. Sin embargo, al trabajar tantas personas en Webhelp S.A.S, ciertas actividades de bienestar no son suficientes y los tiempos de entrega en temas de diseño son extensos y finalmente terminan afectando las tareas de los demás integrantes del equipo.

El correo corporativo es el principal canal de comunicación, pero dado el alto flujo de correos que reciben cada día, dan prioridad a los que son relacionados con sus funciones

olvidando revisar los de comunicaciones. Según el análisis hecho de la encuesta realizada a inicios de la práctica académica, se tomó un grupo de WhatsApp en el que la mayoría participan constantemente, como un canal viable para compartir información únicamente de bienestar.

Impacto social y económico

En las organizaciones que están a la vanguardia, la comunicación interna es entendida como una función básica y prioritaria, que va tras la creación de condiciones idóneas para lograr la estrategia general de la compañía, sirviendo como un medio para que todos trabajen en un ambiente óptimo y con la motivación suficiente que les permita alcanzar sus objetivos.

Las organizaciones que se apoyan en procesos de comunicación para mejorar los flujos de información, se destacan porque sus colaboradores tienen las habilidades de resolver conflictos fácilmente, trabajan felices y tienen sentido de pertenencia por la empresa. Esto se refleja en los resultados, cumplimientos de los logros personales y grupales que conjuntamente aportan al crecimiento de la compañía.

En el proceso de práctica realizado en la empresa Webhelp S.A.S. se evidencia que, a raíz de que son muchos colaboradores y la mayoría trabajan desde sus casas, las actividades de bienestar en el sitio físico no aplican para todos y las virtuales se quedan cortas al ser muy esporádicas.

Objetivos

Objetivo general

Potenciar los flujos de comunicación dentro del Área de Inteligencia de Negocios de la empresa Webhelp, a través de un sistema de comunicaciones que mejore los tiempos de apoyo en los diferentes requerimientos del área y complemente las actividades de bienestar de la compañía.

Objetivos específicos

Definir los flujos de comunicación que son críticos para el desempeño del área.

Caracterizar las diferentes acciones de bienestar laboral que impacten el clima laboral de la compañía.

Estructurar las funciones y alcances del departamento de comunicación.

Marco Teórico

En este enunciado se reflejan conceptos claves que facilitan la comprensión y análisis de las estrategias de comunicación realizadas durante el transcurso de la práctica académica en el Área de Inteligencia de Negocios de la compañía Webhelp S.A.S.

Comunicación

Desde el inicio, el ser humano le comunicó a su madre sus necesidades y estados de ánimo por medio de gestos, gritos y diferentes posturas corporales con el fin de transmitir sus emociones o sentimientos logrando obtener su atención.

Los seres humanos somos sociales por naturaleza, y necesitamos comunicarnos para obtener información, compartir experiencias, intercambiar emociones, etc. Nos resulta imposible no comunicarnos, ya que nuestro cuerpo y nuestra expresión siempre transmiten algo a los demás. Pero la comunicación no es exclusiva de las personas, también se comunican los animales (Tejedor, 2019, p. 22).

Asimismo, Hernández Rosado, M., Lluesma Rojas, M. D. L. C., y De Veras Olivera, B. (2019, 1.2.1) plantean que mediante la comunicación se establecen roles interpersonales, se elaboran representaciones del mundo y también interactuamos con el entorno; es una cuestión importante ver que esto puede ser una necesidad, una herramienta, una filosofía, un objetivo, un medio, un fin, un comienzo.

Todo esto nos ha permitido crear lenguajes que nos posibilitan compartir y recibir información que durante toda la existencia ha evolucionado, marcando nuestros roles en

a tierra y permitiéndonos construir un entorno cambiante pero comprensible, por esto, (Tejedor, 2019, p. 28). Establece que los elementos de la comunicación que nos permiten desarrollarla de manera óptima son los siguientes:

Emisor: alguien que transmite un mensaje (información).

Receptor o destinatario: alguien a quien va dirigido el mensaje enviado por el emisor.

Mensaje: la información que el emisor transmite al receptor.

Código: conjunto de signos que se utiliza para crear el mensaje, como son el lenguaje, los símbolos o las normas compartidos entre emisor y receptor y que se perciben a través de los sentidos (oído, vista, tacto, olfato y gusto).

Canal: medio por el que se transmite el mensaje; puede ser el aire por el que circulan las ondas sonoras o la voz, el papel que sirve de soporte para la comunicación escrita.

Contexto: conjunto de circunstancias como el tiempo y el espacio, las características socioculturales que rodean el proceso comunicativo y que contribuyen a la interpretación del mensaje.

Feedback o retroalimentación, método de control que enriquece todo proceso comunicativo.

De acuerdo con lo anterior, se puede decir que la comunicación ha sido indispensable en el desarrollo del ser humano, la comprensión de su entorno y como se

relaciona con otros y de este modo seguirá siendo un canal necesario para la evolución de la vida.

Comunicación organizacional

Hoy las empresas tienen claro el papel fundamental que tienen las comunicaciones dentro y fuera de estas para su propio éxito.

Una posibilidad es definirla como el conjunto de actividades de comunicación desarrolladas por una organización, orientadas a la creación y mantenimiento de unas buenas relaciones con y entre sus miembros, mediante el uso de diferentes técnicas e instrumentos de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados, contribuyendo, a su vez, al logro de los objetivos organizacionales (Cuenca, J., & Verazzi, L. (2019, P.18)

Es por esto por lo que cada día las organizaciones se preocupan más por brindar un ambiente de calidad para sus colaboradores y de este modo fomentar el sentido de pertenencia por la compañía mediante campañas que hacen sentir al empleado importante y esto lo lleva a entregar lo mejor de sí. De este modo obtienen mejores resultados e impulsan la compañía de manera positiva.

Un clima positivo favorece el cumplimiento de los objetivos generales que persigue la organización a partir de la existencia de un mayor sentimiento de pertenencia hacia ella. Por el contrario, un clima negativo supone una falta de identificación con sus objetivos y metas, así como un deterioro del ambiente de trabajo, que ocasiona situaciones de conflicto, bajo

rendimiento, ausencias e ineficacia (Avilés Almeida , P., & Campos Vera , R. (2020, pag.4).

Cada día las empresas son mas conscientes de que sus colaboradores son sus principales prescriptores, que sus opiniones son demasiado importantes y tenerlas en cuenta ayuda a que ellos hagan suyos los objetivos de la organización. Los trabajadores son los embajadores más fieles de la marca si la empresa sabe darles su lugar. Por medio de la comunicación interna se crean canales de interacción entre la empresa y los colaboradores, allí la comunicación debe transformarse para tener éxito y debe ser bidireccional , ascendente y horizontal. Marín-Pérez, B. (2019).

Inteligencia de negocios

Aquí podemos evidenciar que la comunicación organizacional y la inteligencia de negocios tienen diferentes objetivos en común, entre ellos crear estrategias que mejoren el desempeño de los colaboradores y en consecuencia incrementar los resultados positivos generales de la compañía. Sin embargo, en el tiempo de práctica académica en Webhelp S.A.S se pudo evidenciar las falencias de comunicación que se tienen en esta área, pues la mayoría de profesionales son ingenieros en sistemas o carreras afines y administradores de empresas, por esto requieren asesoría constante en temas de diseño, redacción y corrección de textos.

La inteligencia de negocios es un proceso estratégico para generar ventajas competitivas en las organizaciones, a través de la comprensión de los datos generados en los procesos internos de las organizaciones,

llámense sistemas de información, tecnologías, herramientas informáticas, páginas web, redes sociales y todo tipo de datos, por esta razón, estos utilizan fuentes de datos heterogéneas para la predicción del comportamiento en los procesos empresariales (Khatibi, Keramati y Shirazi, 2020) y por consiguiente la toma de decisiones, estas deben generar valor con competencias en estos procesos, a través de la analítica de datos y los sistemas de información involucrados con la organización, los resultados obtenidos estimulan a los equipos de trabajo y generan mejores estrategias empresariales y una visión analítica de los datos (Niño, Niño, y Ortega, 2020)". Ramírez, E. B., Estrella, C. W., & Gárate, S. K. (2021).

Las PYMES de América Latina y el Caribe son las protagonistas al demostrar un crecimiento importante en la última década y generar alrededor del 63% de empleo, sin embargo, las investigaciones que se han realizado concluyen que dichas empresas carecen de preparación y recursos financieros para la implementación de estas tecnologías y esto no permite generar la información suficiente para la recolección de datos necesaria. Cerda-Leiva, L., Araya-Castillo, L., & Barrientos Oradini, N. (2019).

Plan de comunicación interna

La empresa Webhelp S.A.S tiene una excelente comunicación interna, sin embargo se queda corto al ser más de 120.000 colaboradores, por esto, en el Área de Inteligencia de Negocios se evidenció la necesidad de crear un plan que permitiera

extender los flujos de comunicación y atendiera las necesidades del departamento de manera oportuna.

Atendiendo a las prácticas empresariales, son cada vez más las organizaciones que implantan una estrategia de comunicación dirigida a sus públicos internos, de esta manera “aspiran a conseguir una plantilla sensibilizada y alineada con los objetivos estratégicos” (Cees Van 2012:82). Para generar ese alineamiento sus responsables de comunicación en coordinación con las áreas claves de la organización diseñan un plan estratégico con el fin de alinear personas con la estrategia empresarial. Transparencia, motivación y credibilidad son algunas de las ventajas de aplicar este plan estratégico. La comunicación estratégica aspira a mantener o incrementar el compromiso de los colaboradores internos y fortalecer su orgullo de pertenencia, así lo establece Zapata, L. (2020).

Las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES), de Colombia son trascendentales para el desarrollo y crecimiento del país, no solo porque intervienen en la disminución del desempleo sino también por los efectos positivos en cuanto a la economía. Hoy en día, “mientras este segmento de empresas que representan más de 90% del sector productivo nacional es responsable de 35% del Producto Interno Bruto (PIB) y genera 80% del empleo según el DANE” (Revista Dinero, 2017). No obstante, a este tipo de empresas se les dificulta crecer y permanecer en el mercado, evidenciando un promedio de utilidad menor al de las grandes organizaciones. Munevar Cubides, L. D. (2018). Este

obstáculo se ve reflejado en que la mayoría carecen de un plan de comunicaciones que le permita alinear sus objetivos con el de sus colaboradores e incentivar el sentido de pertenencia por la compañía haciéndolos sentir que hacen parte y son importantes para la misma.

Metodología

La metodología con la que se llevó a cabo este trabajo de grado realizado en el Área de Inteligencia de Negocios de la empresa Webhelp S.A.S es de carácter cualitativo, no experimental, definido por Salazar-Escorcía, L. (2020, p.105) como:

Una categoría de diseños de investigación que extraen descripciones a partir de observaciones que adoptan la forma de entrevistas, narraciones, notas de campo, grabaciones, transcripciones de audio y videocassettes, registros escritos de todo tipo, fotografías o películas y artefactos. Por tanto puede decirse que la investigación cualitativa centra su atención en buscar en los fenómenos todas esas cualidades, características y aspectos importantes que le permitan reconstruir la realidad observada y detectada por el investigador a partir de las diferentes técnicas de recolección de datos que la misma investigación presenta; este proceso debería de ser lo más objetivo posible de manera de que la información que emerge sea la más fidedigna.

También, Fidias Aria, autor del libro El Proyecto de Investigación, define la investigación experimental como: “la investigación experimental es un proceso que consiste en someter a un objeto o grupo de individuos en determinadas condiciones, estímulos o tratamiento (variable independiente), para observar los efectos o reacciones que se producen (variable dependiente)” (Arias, 2015, p.17)”. Como se citó en (Alban, Arguello y Molina, 2020)

El método escogido para la realización de este diagnóstico fue el estudio de caso, ya que permite analizar la situación real de la empresa, teniendo en cuenta que sus condiciones y su método de acción son particulares. En el caso de Webhelp S.A.S, el diagnóstico y plan de comunicaciones se basa en la satisfacción con el trabajo, en los resultados de las situaciones específicas y en el desarrollo de los objetivos de los colaboradores y la organización.

El estudio de caso permite indagar empíricamente sobre un fenómeno contemporáneo dentro de un contexto de la vida cotidiana y comprende el significado de una experiencia mediante un examen exhaustivo de diferentes aspectos de una situación en específico. (Fernández, Cortés, y Palacio. 2019, pág.423)

Observación participante

Durante el proceso de práctica académica realizado en el Área de Inteligencia de Negocios de Webhelp S.A.S, se observó el proceso de comunicación de la organización y la percepción de los colaboradores sobre este tema. Esta investigación, que se realiza sin interferir en el proceso, nos muestra como es manejo de la comunicación interna en la organización, dada por sus miembros y por la experiencia propia, lo que permitirá encontrar las dificultades, oportunidades, fortalezas y amenazas en el diagnóstico.

Según Zhang, Z. (2020, pág.10). “La observación participante, conocida también como interna o activa, es aquella en la que el investigador se involucra con un grupo o colectivo de personas y participa con ellas en su forma de vida y en sus actividades cotidianas con mayor o menor grado de implicación. Su finalidad genérica es obtener información sobre la cultura de ese grupo o población y, en lo concreto, pretende

descubrir las pautas de conducta y comportamiento (formas de relación e interacción, actividades, modos de organización, etc.). Permite captar no sólo los fenómenos objetivos y manifiestos, sino también el sentido subjetivo de muchos comportamientos sociales del grupo o actor social con el que se trabaja. (Francés García et al. 2015, p.105)".

Encuesta con enfoque cualitativo

Se realizó el análisis por medio de la encuesta con enfoque cualitativo, ya que Cisneros-Caicedo, A., Guevara-García, A., Urdánigo-Cedeño, J., & Garcés-Bravo, J. (2022, pág.423). Plantean que uno de los instrumentos que permite la recolección de datos es el cuestionario, se usa para investigaciones con enfoque cualitativo y cuantitativo, este permite obtener registro de datos a través de diferentes preguntas sobre hechos de interés para la investigación, esto la convierte en una herramienta de gran versatilidad. Hoy en día gracias al ámbito digital se facilita mucho más la recolección de datos ya que gracias al internet y la tecnología, se facilita su desarrollo y recolección de información.

Webhelp S.A.S es una multinacional con presencia en Colombia, allí trabajan más de 120.000 empleados de diferentes países de los cuales aproximadamente 35 trabajan en el departamento de inteligencia de negocios, población de la que se recolectó información por medio de una encuesta.

Tabla 1: Discriminación de muestra

| Áreas | Nº empleados |
|--------------------------|--------------|
| Inteligencia de negocios | 35 |

Las preguntas realizadas a los 35 empleados son:

- ¿Se siente motivado cada mañana para desarrollar las tareas asignadas?
- ¿Tiene una comprensión clara de las metas y objetivos estratégicos de nuestra empresa?
- ¿Conoce el manual de marca de Webhelp?
- En cuanto a la cultura corporativa, ¿Qué tanto la conoce?
- ¿Considera que las actividades de integración que realiza la compañía son suficientes o le gustaría que fuera posible complementar con otras para el departamento de BI? ¿Cuáles?
- Por favor cuéntanos cuál es tu percepción del clima laboral dentro el área.
- ¿Qué mejorarías del clima laboral?
- ¿Qué apoyos consideras prioritarios para una mejor comunicación interna?
- ¿Siente que sus opiniones son tomadas en cuenta?
- ¿Qué medio cree que tiene mayor posibilidad de ser leído?
- ¿Qué probabilidad hay de que recomiende la empresa a sus familiares o amigos como un excelente lugar para trabajar?
- Espacio para PQRSF (Peticiones, Quejas, Reclamos, Sugerencias, Felicitaciones).

Matriz FODA

El análisis FODA, también conocido en los países hispanohablantes como DAFO O DOFA y en los angloparlantes como SWOT, es una herramienta clave para hacer una

evaluación pormenorizada de la situación actual de una organización o persona sobre la base de sus debilidades y fortalezas, en las oportunidades y amenazas que ofrece su entorno. Es también una metodología de trabajo que facilita la toma de decisiones. Fue inventada por Albert S. Humphrey en la Universidad de Stanford (EE. UU.) en los años sesenta, y sigue estando plenamente vigente hoy. Cada sigla de un análisis FODA o DAFO representa uno de los 4 atributos o variables que se estudian: F de fortalezas, D de debilidades, O de oportunidades y A de amenazas. Hernández, J. M. M. (2020)

Resultados

La siguiente DOFA parte del estudio de los instrumentos de recolección de información mencionados previamente, observación participante y encuestas cualitativas realizadas a 35 miembros del área de inteligencia de negocios de Webhelp S.A.S.

Tabla 1 Tabla 2 FODA

| | |
|--|---|
| <p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los empleados se sienten motivados para desarrollar sus funciones. • Tienen constante comunicación con sus empleados mediante comunicados con información útil, ya que se les informa sobre temas como cambios en los procesos, bienestar para el empleado, campañas de educación, salud física y mental, cuidado del medio ambiente, información sobre la cultura organizacional, entre otros. • Realizan campañas de integración y sensibilización como siembra de árboles, días laborales en pijama y encuentros recreativos. • Los canales internos establecidos para la comunicación entre los miembros de la organización son directos y efectivos. Se establecen los siguientes medios: Correo electrónico, línea telefónica, asimismo, aplicaciones como teams y WhatsApp. • La organización cuenta con convenios, beneficios y actividades de bienestar que aportan al salario emocional del empleado y brindan bonos para cambiar por efectivo por cumplimiento de metas. • Realizan actividades virtuales para evaluar el conocimiento de los colaboradores acerca de la empresa. • Los colaboradores pueden elegir si trabajan desde sus casas o van a la oficina. • Existe un plan carrera que permite a los colaboradores continuar sus estudios para luego mejorar sus posiciones dentro de la compañía. (Algunos cursos los brinda la empresa) | <p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • El área de comunicaciones no puede brindar atención oportuna a los requerimientos debido a que son mas de 120.000 colaboradores y esto conlleva a que los tiempos de entrega no son los adecuados para las necesidades del departamento de inteligencia de negocios • Al ser un área que maneja demasiada información, los colaboradores a veces no prestan atención a los correos de comunicaciones, por eso se buscaron alternativas más efectivas como WhatsApp. • Algunos empleados son indiferentes al manual de marca y valores de la compañía. |
| <p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las actividades de clima organizacional y el teletrabajo permiten que los colaboradores trabajen con mayor motivación y esto se refleja en el crecimiento de la compañía y el área de inteligencia de negocios, que cada mes se ve en la necesidad de incluir más personas en su equipo. • Cada vez son más las empresas que quieren trabajar con Webhelp S.A.S debido a los excelentes resultados que brinda en lo diferentes servicios que ofrece. • Después de la pandemia, más empresas empezaron a incluir analítica de datos, tecnología y diferentes estrategias que permiten mejorar los procesos, tomar decisiones y predecir situaciones específicas, esto le ha permitido al área de inteligencia de negocios estar en crecimiento constante lo que se traduce en beneficios para la compañía. | <p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Con el crecimiento de la compañía, el área de comunicaciones no puede atender los requerimientos de las diferentes áreas y esto retrasa algunos procesos. • Que no todos sus empleados se identifiquen con los valores de la compañía. |

Plan estratégico de comunicación interna

Objetivo general

Diseñar un plan de comunicación interna que mejore los tiempos de apoyo en los diferentes requerimientos del área de inteligencia de negocios en la empresa Webhelp S.A.S y complemente las actividades de bienestar de la compañía.

Objetivos específicos

Explicar mediante piezas gráficas información sobre bienestar laboral.

Establecer tiempos de entrega cortos en los diferentes requerimientos.

Definir estrategias que permitan mejorar los flujos de comunicación

Tabla 3 Objetivo 1 del Plan estratégico

| Objetivo | Estrategia | Táctica | Descripción de táctica |
|--|--|---|---|
| | Analizar falencias en la comunicación en los diferentes canales. | Creación de nuevos canales de comunicación. | A pesar de que la empresa cuenta con diferentes canales de comunicación, como correo electrónico, intranet y teams, se incluyó WhatsApp con el fin de reforzar los comunicados de bienestar y cultura organizacional, |
| 1. Definir los flujos de comunicación que son críticos para el desempeño del área. | Establecer calendario de envío de información. | Creación de calendario para envío de piezas gráficas. | Se creó un calendario en el que se establecieron las fechas para enviar los comunicados como fechas especiales, cumpleaños e información de bienestar. |

Tabla 4 Objetivo 2 del Plan estratégico

| Objetivo | Estrategia | Táctica | Descripción de táctica |
|--|---|--|---|
| 2. Caracterizar las diferentes acciones de bienestar laboral que impacten el clima laboral de la compañía. | Complementar información con temas diferentes. | Diseñar piezas gráficas con información complementaria de bienestar. | Investigar y diseñar diferentes piezas gráficas que ayuden a mejorar el bienestar de los colaboradores. |
| | Incluir fechas especiales, cumpleaños y crear perfiles de los colaboradores para resaltar su labor. | Diseñar piezas gráficas según la necesidad. | Compartir comunicados con fechas especiales, felicitaciones de cumpleaños y perfiles de colaboradores. |

Tabla 5 Objetivo 3 del Plan estratégico

| Objetivo | Estrategia | Táctica | Descripción de táctica |
|---|--|---|--|
| 3. Estructurar las funciones y alcances del departamento de comunicación. | Especificar con que apoyo se puede contar oportunamente. | Establecer funciones de área de comunicaciones y practicante de inteligencia de negocios. | Dividir tareas para permitir un mejor flujo de comunicación y mejorar significativamente los resultados en el área de inteligencia de negocios |

Actividades para el Plan Estratégico de Comunicaciones

Tabla 5 Actividades del objetivo 1 plan estratégico

| Indicador de éxito | Actividad | Tiempo de Producción | Responsable |
|---|---|----------------------|---|
| Los colaboradores interactúan con el contenido y expresan su agradecimiento por la información. | Creación de nuevos canales de comunicación. | Una semana. | Practicante de comunicación en el área de inteligencia de negocios. |
| | Creación de calendario para envío de piezas gráficas. | 6 meses. | Practicante de comunicación en el área de inteligencia de negocios. |

Tabla 6 Actividades del objetivo 2 plan estratégico

| Indicador de éxito | Actividad | Tiempo de Producción | Responsable |
|---------------------------------|---|----------------------|---|
| Mayor satisfacción al trabajar. | Complementar información con temas diferentes. | 6 meses. | Practicante de comunicación en el área de inteligencia de negocios. |
| | Incluir fechas especiales, cumpleaños y crear perfiles de los colaboradores para resaltar su labor. | 6 meses. | Practicante de comunicación en el área de inteligencia de negocios. |
| | | | |
| | | | |

Tabla 7 Actividades del objetivo 3 plan estratégico

| Indicador de éxito | Actividad | Tiempo de Producción | Responsable |
|---|--|----------------------|---|
| Tiempos óptimos de entrega y mejores resultados | Especificar con que apoyo se puede contar oportunamente. | 1 mes | Practicante de comunicación en el área de inteligencia de negocios. |

Conclusiones y recomendaciones

La comunicación organizacional beneficia la gestión empresarial a través de la generación de estrategias y canales de comunicación efectivos que posibilitan, a nivel interno, una mayor productividad, calidad, integración del colectivo y mejores resultados; y, a nivel externo, se genera una mejor impresión.

La comunicación organizacional favorece la interacción, mejora los flujos de información, se orienta en lograr un óptimo clima laboral que se refleja en el reconocimiento y posicionamiento en mercados locales, regionales, nacionales e internacionales.

Darle al colaborador la importancia que se merece e innovar siempre en búsqueda de que trabaje feliz y su sentido de pertenencia sea cada día mayor es fundamental porque ayuda a que todos entreguen lo mejor de sí.

Webhelp S.A.S es una organización que reconoce el valor de sus colaboradores y por eso cada día se preocupa más porque sus empleados disfruten trabajar, esto lo hacen mediante diferentes campañas en las cuales todos aman participar. Sin embargo, el Área de Inteligencia de Negocios requiere de apoyo extra del departamento de comunicaciones para lograr sus objetivos sin retrasos y complementar algunas actividades de bienestar.

Debido a lo mencionado, se desarrolló el plan de comunicación interna para el Área de Inteligencia de Negocios en Webhelp S.A.S. Los objetivos, estrategias y tácticas planteados son derivados de la experiencia de observación participante durante los seis meses de periodo de práctica empresarial, en la que la interacción con los demás

miembros y la experiencia propia, llevaron a un conocimiento y análisis profundo de la comunicación y los procesos de bienestar y formación de esta organización.

La recomendación más importante es que para tener un flujo permanente y que los objetivos planteados sigan en continuo desarrollo y mejora es que tengan un profesional de comunicaciones permanente en el área de inteligencia de negocios.

Se deben seguir creando mecanismos que permitan reforzar el conocimiento de los colaboradores acerca de los valores de la compañía

Continuar con el calendario de distribución de la información para llevar control y orden de los comunicados.

Referencias

- Alban, G. P., Arguello, A. E., & Molina, N. E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo*, 4(3), 163-173.
- Cerda-Leiva, L., Araya-Castillo, L., & Barrientos Oradini, N. (2019)
- Cisneros-Caicedo, A. J., Guevara-García, A. F., Urdánigo-Cedeño, J. J., & Garcés-Bravo, J. E. (2022). Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos que apoyan a la Investigación Científica en tiempo de Pandemia. *Domino de las Ciencias*, 8(1), 1165-1185.
- Cuenca, J., & Verazzi, L. (2019). *Guía fundamental de la comunicación interna*. Editorial UOC.
- Fernández, B. C., Cortés, D. F., & Palacio, E. V. (2019). El estudio de caso como alternativa metodológica en la investigación en educación física, deporte y actividad física. Conceptualización y aplicación. *Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación*, (35), 428-433.
- Hernández Rosado, M., Lluesma Rojas, M. D. L., & De Veras Olivera, B. (2019). Hacia una comunicación eficaz. *Revista Cubana de Educación Superior*, 38(2).
- Hernández, J. M. (2020). La matriz FODA y su aplicación al trading e inversión en los mercados financieros: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/4051>. *Yachana Revista Científica*, 9(2).

- Marín-Pérez, B. (2019). Convertir a los colaboradores en embajadores de la marca: plan de comunicación interna para la televisión autonómica valenciana À punt. *Profesional de la información*, 28(5).
- Munevar Cubides, L. D. (2018). Plan de comunicación organizacional en las pymes dedicadas a la comercialización y/o distribución de pinturas.
- Ramírez, E. B., Estrella, C. W., & Gárate, S. K. (2021). La inteligencia de negocios y la analítica de datos en los procesos empresariales. *Revista científica de sistemas e informática*, 1(2), 38-53.
- Salazar-Escorcía, L. S. (2020). Investigación Cualitativa: Una respuesta a las Investigaciones Sociales Educativas. *CIENCIAMATRIA*, 6(11), 101-110.
- Tejedor, I. S. (2019). *La comunicación y las empresas (CEAC)*. Editex.
- Zapata, L. (2020). El plan estratégico de comunicación interna, herramienta para alinear al personal. *Rosario Puertas-Hidalgo Mónica Abendaño Cesibel Valdiviezo-Abad*, 29.
- Zhang, Z. (2020). Técnicas de investigación cualitativa como instrumentos de enseñanza-aprendizaje de la competencia comunicativa e intercultural de estudiantes sinohablantes de ELE. *marcoELE. Revista de Didáctica Español Lengua Extranjera*, (30).

Apéndices

Apéndice A: Encuestas cualitativas

1. ¿Se siente motivado cada mañana para desarrollar las tareas asignadas?

21 Respuestas

| ID ↑ | Nombre | Respuestas |
|------|-----------|---|
| 1 | anonymous | Sii |
| 2 | anonymous | Si |
| 3 | anonymous | Si, muy motivado :D |
| 4 | anonymous | Si |
| 5 | anonymous | Super motivado |
| 6 | anonymous | Sí, siento motivación por mis tareas y por mis metas, ya que cada día es un paso más para poder acercarme a cumplir mis objetivos |
| 7 | anonymous | Si |
| 8 | anonymous | Si |
| 9 | anonymous | Si |



1. ¿Se siente motivado cada mañana para desarrollar las tareas asignadas?

21 Respuestas

| | | |
|----|-----------|--------------------|
| 10 | anonymous | si |
| 11 | anonymous | Si |
| 12 | anonymous | totalmente animado |
| 13 | anonymous | Si |
| 14 | anonymous | Si |
| 15 | anonymous | Si |
| 16 | anonymous | Si |
| 17 | anonymous | Si |
| 18 | anonymous | Si |
| 19 | anonymous | Sí |

| | | |
|----|-----------|-----------|
| 20 | anonymous | Demasiado |
| 21 | anonymous | Sí |

2. ¿Tiene una comprensión clara de las metas y objetivos estratégicos de nuestra empresa?

[Más detalles](#)



3. ¿Conoce el manual de marca de Webhelp?

21 Respuestas

| ID ↑ | Nombre | Respuestas |
|------|-----------|---|
| 1 | anonymous | No |
| 2 | anonymous | No |
| 3 | anonymous | No |
| 4 | anonymous | No |
| 5 | anonymous | si |
| 6 | anonymous | Lo conozco, pero no he indagado mucho en él |
| 7 | anonymous | No |
| 8 | anonymous | No |
| 9 | anonymous | Si |
| 10 | anonymous | no |
| 11 | anonymous | Si |

3. ¿Conoce el manual de marca de Webhelp?

21 Respuestas

| | | |
|----|-----------|-----------------------|
| 11 | anonymous | Si |
| 12 | anonymous | si |
| 13 | anonymous | No |
| 14 | anonymous | No |
| 15 | anonymous | si |
| 16 | anonymous | No del todo |
| 17 | anonymous | La verdad no |
| 18 | anonymous | Si |
| 19 | anonymous | No completamente |
| 20 | anonymous | Eventualmente conozco |
| 21 | anonymous | No |

4. En cuanto a la cultura corporativa, ¿Qué tanto la conoce?

[Más detalles](#)
[Información](#)

| | |
|-------------------------|----|
| ● Muy bien | 0 |
| ● Bien | 13 |
| ● Poco | 8 |
| ● No lo tengo muy claro | 0 |



5. ¿Considera que las actividades de integración que realiza la compañía son suficientes o le gustaría que fuera posible complementar con otras para el departamento de BI? ...

21 Respuestas

| ID ↑ | Nombre | Respuestas |
|------|-----------|--|
| 1 | anonymous | Están bien |
| 2 | anonymous | Considero que se puede realizar mas frecuentes las mismas actividades que se vienen realizando |
| 3 | anonymous | Si seria bueno tener un poco mas de actividades para BI, Salidas grupales |
| 4 | anonymous | Espacio para integración y compartir más, que nos permitan conocernos mejor. |
| 5 | anonymous | Las actividades me parecen geniales, ojala fueran más |
| 6 | anonymous | Desde mi perspectiva considero que una actividad al mes estaría bien, ya que con el trabajo remoto el contacto con los compañeros se dificulta en ocasiones, y poder compartir al menos un día al mes ayudaría a fortalecer esos lazos y mejorar aún más el entorno laboral, en lo personal me gustan las actividades temáticas, acordes a la época del año y festividades |
| 7 | anonymous | Hasta el momento me ha parecido que implementan varias actividades de integración. |

5. ¿Considera que las actividades de integración que realiza la compañía son suficientes o le gustaría que fuera posible complementar con otras para el departamento de BI? ...

21 Respuestas

| | | |
|----|-----------|--|
| 8 | anonymous | Debido a la virtualidad, sería muy bueno tener más actividades de integración, al menos cada 2 meses, o más recurrentes al año. Actividades como trabajar todos juntos en un determinado lugar, o actividades por fuera del trabajo como ir todos a comer, ir a un parque recreativo, un museo, películas, etc |
| 9 | anonymous | Sí me parecen suficiente las actividades. |
| 10 | anonymous | una salida fuera de la empresa, puede ser a un parque para compartir |
| 11 | anonymous | Sin comentarios |
| 12 | anonymous | creo que son suficientes, son espacios hechos para compartir como equipo |
| 13 | anonymous | Sí |
| 14 | anonymous | Me gustaría poder utilizar más las que GH tiene como un café con tu líder |
| 15 | anonymous | me gustaría que eventos como el del jardín botánico se vuelvan periódicos. también tener integraciones mensuales en el site |
| 16 | anonymous | Seguir implementando actividades |
| 17 | anonymous | yo creo que han puesto las actividades adecuadas |

| | | |
|----|-----------|--|
| 18 | anonymous | Están bien |
| 19 | anonymous | Actividades de integración más frecuentes |
| 20 | anonymous | Las que ofrece la compañía son muy enriquecedoras, pero siento que es necesario generar más espacio de dialogo en un entorno más enfocado a el día a día de cada persona |
| 21 | anonymous | Sí. |

6. Por favor cuéntanos cuál es tu percepción del clima laboral dentro el área.

21 Respuestas

| ID ↑ | Nombre | Respuestas |
|------|-----------|--|
| 1 | anonymous | Excelente! |
| 2 | anonymous | Muy bueno |
| 3 | anonymous | Excelente |
| 4 | anonymous | Excelente |
| 5 | anonymous | Excelente ambiente laboral, recomendadisimo |
| 6 | anonymous | Se siente un ambiente laboral excelente, dónde el compañerismo y solidaridad abunda, dentro del área siento que somos una gran familia que estamos para apoyarnos en todo y no dejar a ninguna persona atrás |
| 7 | anonymous | Muy buen clima, existe bastante trabajo en equipo y comunicación |
| 8 | anonymous | Me encanta, el ambiente laboral es muy alegre, de mucha unión, apoyo, de constante mejora, pero también de amistad, en parte ayuda mucho a tener un día motivado en el trabajo |

6. Por favor cuéntenos cuál es tu percepción del clima laboral dentro el área.

21 Respuestas

| | | |
|----|-----------|---|
| 9 | anonymous | Que es un excelente clima , todos los apoyamos mutuamente. |
| 10 | anonymous | excelente, me parece que es el mejor |
| 11 | anonymous | muy bueno |
| 12 | anonymous | un excelente clima laboral, el mejor en el que podido ser parte |
| 13 | anonymous | Excelente |
| 14 | anonymous | Muy bueno |
| 15 | anonymous | EL clima laboral es muy bueno |
| 16 | anonymous | Excelente |
| 17 | anonymous | Es muy agradable |
| 18 | anonymous | Muy positivo |
| 19 | anonymous | Excelente clima laboral |

| | | |
|----|-----------|--|
| 20 | anonymous | Siento que apesar de que estemos en constante crecimientos y cambios siempre dentro del equipo hemos llevado las situaciones de la mejor manera posible, siempre unidos y dispuestos a ayudar , lo cual hace que siempre se tenga un excelente clima laboral |
| 21 | anonymous | Excelente, un equipo muy colaborativo, siempre dispuesto a ayudar. |

7. ¿Qué mejorarías del clima laboral?

21 Respuestas

| ID ↑ | Nombre | Respuestas |
|------|-----------|--|
| 1 | anonymous | Todo bien |
| 2 | anonymous | Mas salidas para interactuar un poco con los compañeros que no interactuamos tanto en el día a día |
| 3 | anonymous | . |
| 4 | anonymous | Reforzar nuestra relación personal |
| 5 | anonymous | Esta muy bien |
| 6 | anonymous | Poder compartir más con los compañeros en otros espacios. |
| 7 | anonymous | Integración de todos los que hacen parte del área |
| 8 | anonymous | nada |
| 9 | anonymous | De momento nada |
| 10 | anonymous | nada |

7. ¿Qué mejorarías del clima laboral?

21 Respuestas

| | | |
|----|-----------|--|
| 11 | anonymous | El salario |
| 12 | anonymous | por el momento esta bien |
| 13 | anonymous | Nada |
| 14 | anonymous | Quizá más espacios de encuentro |
| 15 | anonymous | me gustaria ver nuevas formas de saber que hacen los otros compañeros o sub grupos, seria bueno tener espacio tipo un café con tu líder pero para otras ramas del equipo, ej: tener un día para tomar un cafe con algunas personas que están con otro coordinador y asi poder conocerlos mejor |
| 16 | anonymous | Nada por el momento. |
| 17 | anonymous | de momento nada |
| 18 | anonymous | Nada |
| 19 | anonymous | N/A |
| 20 | anonymous | Mejorar nada, pero si me gustaría compartir más espacio |

| | | |
|----|-----------|--|
| 21 | anonymous | Por el momento no percibo oportunidades de mejora. |
|----|-----------|--|

8. ¿Qué apoyos consideras prioritarios para una mejor comunicación interna?

21 Respuestas

| | | |
|----|-----------|---|
| 1 | anonymous | Todo bien |
| 2 | anonymous | Realizar reuniones virtuales con las cuales se fortalezcan las relaciones en el área |
| 3 | anonymous | . |
| 4 | anonymous | Espacios de equipo |
| 5 | anonymous | hasta el momento el acompañamiento esta bien |
| 6 | anonymous | Honestidad, respeto y solidaridad. |
| 7 | anonymous | . |
| 8 | anonymous | todo apoyo dado de buena forma es bien recibido, el apoyo de los superiores y de otras áreas pueden ser los más influyentes |
| 9 | anonymous | De momento nada |
| 10 | anonymous | tener un directorio con todos los procesos y los responsables para poder identificar con quien podemos comunicarnos cuando es necesario |

8. ¿Qué apoyos consideras prioritarios para una mejor comunicación interna?

21 Respuestas

| | | |
|----|-----------|--|
| 11 | anonymous | Sin comentarios |
| 12 | anonymous | creo que esta bien |
| 13 | anonymous | Más espacios grupales |
| 14 | anonymous | Siento que se viene manejando bien el tema de la comunicación interna |
| 15 | anonymous | Seria bueno tener un directorio interno del grupo, para poder identificar y agregarlo al whatsapp. |
| 16 | anonymous | Más atención de los lideres |
| 17 | anonymous | Más actividades en conjunto |
| 18 | anonymous | Mejorar el uso de Teams |
| 19 | anonymous | N/A |
| 20 | anonymous | Pienso que enfocarse más en el que por que pasaron las cosas, que en el que pasó, aunque tratemos de hacer las cosas lo más perfecto posible nunca será de esta manera |

| | | |
|----|-----------|--|
| 21 | anonymous | Sería bueno una reunión mensual donde las diferentes coordinaciones y células del equipo presenten de forma breve en qué se ha estado trabajando para saber en qué están las demás personas. |
|----|-----------|--|

X

9. ¿Siente que sus opiniones son tomadas en cuenta?

21 Respuestas

| | | |
|----|-----------|---|
| 1 | anonymous | Completamente |
| 2 | anonymous | Si |
| 3 | anonymous | Totamente |
| 4 | anonymous | Si |
| 5 | anonymous | totalmente |
| 6 | anonymous | Sí, me he dado cuenta que los puntos de vista de todos en el área son valiosos y son tenidos en cuenta a la hora de tomar decisiones. |
| 7 | anonymous | Si |
| 8 | anonymous | Si, para ello es importante estar en la misma página |
| 9 | anonymous | Si, siempre |
| 10 | anonymous | si |
| 11 | anonymous | si |

| | | |
|----|-----------|----|
| 12 | anonymous | si |
| 13 | anonymous | Si |
| 14 | anonymous | Si |
| 15 | anonymous | si |
| 16 | anonymous | Si |
| 17 | anonymous | Si |
| 18 | anonymous | Si |
| 19 | anonymous | Sí |
| 20 | anonymous | Si |
| 21 | anonymous | Sí |

10. ¿Qué medio cree que tiene mayor posibilidad de ser leído?

[Más detalles](#)

[Información](#)

- Correo electrónico 4
- WhatsApp 17



11. ¿Qué probabilidad hay de que recomiende la empresa a sus familiares o amigos como un excelente lugar para trabajar?

21 Respuestas

| ID ↑ | Nombre | Respuestas |
|------|-----------|---|
| 1 | anonymous | 100% |
| 2 | anonymous | Alta |
| 3 | anonymous | Probabilidad del 100%, la empresa es muy buena. |
| 4 | anonymous | Muy probable |
| 5 | anonymous | Mucha |
| 6 | anonymous | Constantemente recomendando la compañía, ya que es un espacio donde te valoran, respetan y además tienes muchas posibilidades de crecer personal y profesionalmente |
| 7 | anonymous | 10 |
| 8 | anonymous | Completamente recomendada |
| 9 | anonymous | Al 100% |
| 10 | anonymous | total |

11. ¿Qué probabilidad hay de que recomiende la empresa a sus familiares o amigos como un excelente lugar para trabajar?

21 Respuestas

| | | |
|----|-----------|--|
| 11 | anonymous | 100% |
| 12 | anonymous | 100% |
| 13 | anonymous | Alta |
| 14 | anonymous | Mucha |
| 15 | anonymous | Muy alta |
| 16 | anonymous | Mucha |
| 17 | anonymous | Alta |
| 18 | anonymous | Muy alta |
| 19 | anonymous | Alta probabilidad |
| 20 | anonymous | Mucha! ya he recomendado a varios amigos |
| 21 | anonymous | 10 |

12. Espacio para PQRSF (Peticiones, Quejas, Reclamos, Sugerencias, Felicitaciones)

21 Respuestas

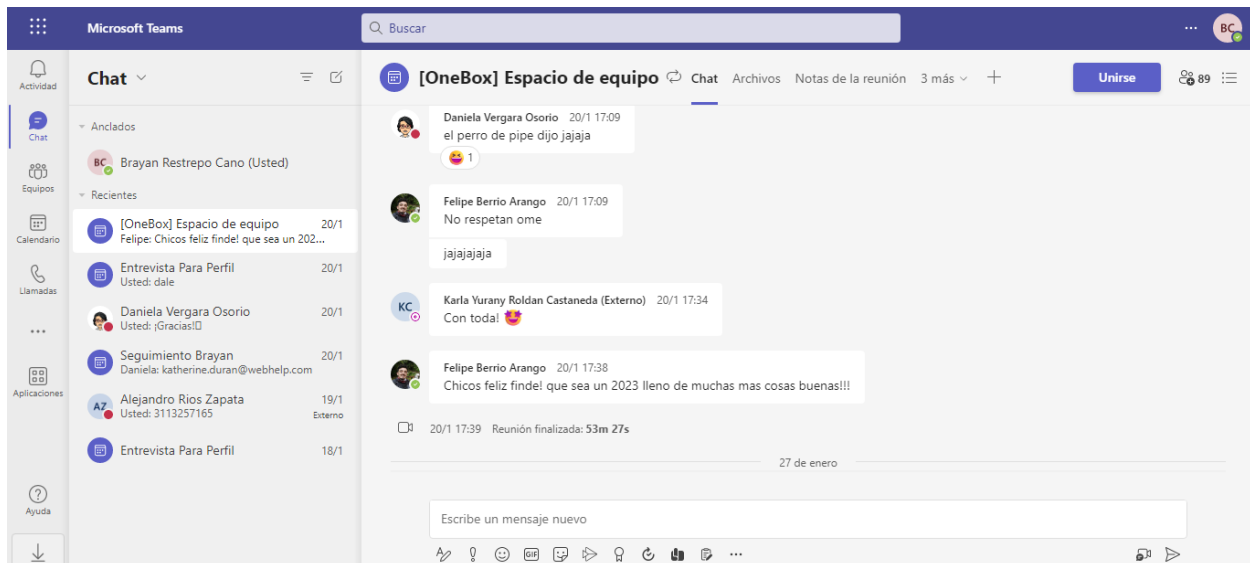
| | | |
|----|-----------|---|
| 1 | anonymous | Felicitaciones por apoyarnos siempre |
| 2 | anonymous | Ninguna por ahora |
| 3 | anonymous | No los conozco. |
| 4 | anonymous | Felicitaciones por todos los logros alcanzados |
| 5 | anonymous | Todo muy bien, |
| 6 | anonymous | Felicitar y agradecer a todas las personal del área por su calidez y su trato humano impecable. |
| 7 | anonymous | Es un gran equipo, se siente el soporte de todos |
| 8 | anonymous | Gracias por ser el mejor equipo! |
| 9 | anonymous | Solo felicitar a la excelente labor que se está desarrollando en el grupo. |
| 10 | anonymous | Me gustaría que exista la oferta de curso orientados a certificaciones correspondientes al ámbito de especialización de cada cargo, seria una buena motivación y mecanismo para subir el nivel técnico de algunos miembro del equipo. |

12. Espacio para PQRSF (Peticiones, Quejas, Reclamos, Sugerencias, Felicitaciones)

21 Respuestas

| | | |
|----|-----------|--|
| 11 | anonymous | Sin comentarios |
| 12 | anonymous | felicitaciones por lograr un equipo tan solido como lo es BI |
| 13 | anonymous | Gracias! |
| 14 | anonymous | NA |
| 15 | anonymous | Felicitaciones al quipo por el crecimiento e estos años. y a los equipos de cultura y vida por brindar apoyo constante |
| 16 | anonymous | No |
| 17 | anonymous | Si tenemos esos espacios |
| 18 | anonymous | Excelente trabajo de todo el equipo |
| 19 | anonymous | Excelente, keep it up! |
| 20 | anonymous | Que gran equipo y área han construido |
| 21 | anonymous | Excelente la gestión en el equipo, el compañerismo, etc. |

Apéndice B: Nuevos canales de comunicación



Apéndice C: Plantillas para campañas de bienestar

Así cuidas tus ojos. 

 Parpadea varias veces hasta que los ojos estén húmedos.

Frota ambas manos entre sí para calentarlas y luego colócalas sobre tus ojos cerrados. 

Manteniendo la cabeza recta y evitando moverla, cubre tus ojos con tus manos. Sin hacer presión y manteniendo los ojos abiertos Realiza el siguiente procedimiento:

  Mira hacia el lado derecho durante 6 segundos y regresa al centro. Después hacia el lado izquierdo durante el mismo tiempo y vuelve a regresar al centro.

Mira hacia arriba, sostén 6 segundos y regresa al centro. Luego mira hacia abajo, sostén durante el mismo tiempo y regresa al centro. 

  Realiza movimientos circulares con tus ojos, primero realiza 2 círculos hacia la derecha y luego 2 hacia la izquierda.

Retira las manos de tus ojos. Mira hacia el frente y acerca el dedo índice a tu nariz, luego aléjalo y muévelo en diferentes direcciones durante 10 segundos. 

Ejercicios de estiramiento.



Levanta tu brazo izquierdo y flexiónalo poniendo la mano detrás del cuello, después pasa la mano derecha por encima de tu cabeza tomando el codo del brazo izquierdo y empujándolo hacia atrás, sostén por 5 segundos y descansa. Repite el mismo estiramiento con el brazo derecho



De pie o sentado y con la mano recta, levanta el brazo izquierdo al frente a la altura del pecho, ubica la mano contraria por encima del codo y empuja el brazo hacia el lado derecho. Sostén por 5 segundos, descansa y hazlo con el otro brazo.

Así cuidas tus hombros.

Ejercicios de calentamiento.



Coloca tus manos sobre los hombros y dibuja con ambos codos 5 círculos grandes hacia atrás de forma lenta y suave.

Repite el movimiento dibujando círculos hacia adelante.



Con los brazos relajados al lado del cuerpo, eleva ambos hombros intentando tocar las orejas.

Repite el movimiento 6 veces.



Estira ambos brazos a lado y lado de tu cuerpo con las manos empuñadas y de forma pausada dibuja simultáneamente 5 círculos grandes hacia adelante.

Repite el movimiento dibujando círculos hacia atrás.



¿Tu postura es apropiada al caminar?

La postura corporal correcta es necesaria no solo por una cuestión de estética, sino también por cuidar nuestra salud a largo plazo. Caminando adecuadamente podremos obtener los siguientes beneficios:

- * Mantener tus huesos y articulaciones alineados correctamente.
- * Disminuir el gasto de las articulaciones, los músculos y los ligamentos.
- * Prevenir el dolor de espalda, cadera, cuello y piernas.
- * Reducir los dolores musculares y la fatiga.
- * Disminuir el riesgo de lesiones.
- * Mejorar el equilibrio y la estabilidad.



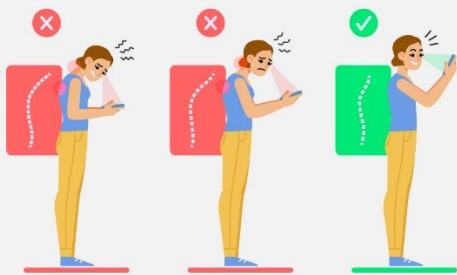
¿Te sientas adecuadamente para trabajar?

Una postura incorrecta al trabajar puede acarrear problemas en forma de dolor y molestias musculares, especialmente tras largas jornadas frente al ordenador. Algunas consecuencias de este mal hábito son las siguientes: Cervicalgia, lumbalgia, hiperlordosis, hernia discal.



¿Tu postura es correcta cuándo usas tu celular?

La cabeza humana pesa entre 4 y 5 kilos. Cuanto más se inclina la cabeza hacia delante para mirar la pantalla aumenta su peso y se ejerce más tensión sobre la columna, alcanzando los 27 kilos si se dobla el cuello unos 60 grados. Esta posición provoca una tensión sobre la columna que con el paso del tiempo puede traducirse en dolores de cabeza, debilidad muscular en cuello, hombros y espalda. Rigidez en la base del cuello, hombros y parte alta de la espalda.



Gracias por tu compromiso en desarrollar tus tareas y apoyarnos para lograr nuestras metas como equipo este año. Te deseamos una






¿Estás listo?

Pronto tendrás la **oportunidad** de expandir tus conocimientos y en el equipo de **BI** estamos **felices** de hacer parte del proceso.

COMING SOON

A graphic with a dark teal background, a brain icon in a circle, and a network diagram with nodes and lines. The text "COMING SOON" is in a glowing font. A white heart icon is at the bottom.


Apéndice D: Plantillas para perfiles



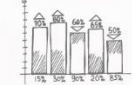
César Hernández
Regional Quality & Training Manager

INFORMACIÓN PERSONAL

Tiene 36 años, vive en Medellín en el barrio Calazans. Es casado hace aproximadamente 3 años, sin hijos, tiene tres hermanos y tres sobrinos. Es muy optimista y posee una personalidad muy alegre, además, tiene un enfoque muy claro en los resultados. Sus Hobbies son jugar fútbol, deporte que practica de tres a cuatro veces por semana y lleva casi toda su vida disfrutándolo. También, se divierte escuchando música, saliendo de paseo con su esposa o gozando de un día de sol en la playa.



FORMACIÓN ACADÉMICA



Es Ingeniero de Productividad y Calidad del Politécnico colombiano
Jaime Isaza Cadavid

TRAYECTORIA

Desde los 18 años labora en empresas de BPO, iniciando en el 2005 como agente y ha desempeñado diferentes cargos como servicio al cliente, formador, supervisor, coordinador de líderes, coordinador de operaciones, jefe de servicio al cliente y experiencia. También, ha desarrollado proyectos de inclusión social por medio de fundaciones. Asimismo, ha trabajado en instituciones de educación superior, en el sector de la salud y cooperativas financieras. Desde 2019 inició en Webhelp como gerente de calidad y formación para Rappi y hace aproximadamente 3 meses es gerente regional de calidad y formación. En total son 17 años trabajando en BPO.

SU MOTIVACIÓN

La familia significa todo para él y lo incentiva a entregar lo mejor de sí. También, disfruta ser un apoyo en el crecimiento personal y profesional de las personas que lo rodean y se siente orgulloso de poder ayudar a sus compañeros en el desarrollo profesional dentro de la empresa.



Rodrigo Vásquez.
Coordinador de estándares y mejora continua.

Ver las mejoras que nacen a partir de las iniciativas que ayudo a implementar junto a mi equipo me motiva a entregar lo mejor.

TRAYECTORIA

Ha trabajado durante 15 años en empresas de BPO. Inició como asesor de servicio al cliente para una compañía de seguros y ha desarrollado cargos como: analista de calidad, estandarización de procesos y supervisor de calidad. Trabaja en Webhelp desde 2021 como coordinador de estándares y mejora continua.

PROYECTOS

Su equipo implementó el programa Shift para la gestión del bajo desempeño, por medio del cual brindan los lineamientos y el soporte a los líderes de las operaciones y así gestionar los Gamechanger que tienen bajo desempeño y de este modo mejorar considerablemente los resultados de sus métricas.

Logros 2022

- Acompañamiento en implementación del programa Bootcamp.
- Liderar implementación de programa SHIFT
- Soporte a documentación de procesos clave.

GROWTH









TRAYECTORIA

Inició en Webhelp como representante de soporte técnico para líneas fijas en Claro durante 2 meses, luego desempeñó el cargo de soporte técnico y analista de workforce en Sitel Nicaragua por 5 años. Después regresó a Webhelp en 2017 como analista de workforce. Posteriormente fue coordinador de workforce, gerente de Workforce y ahora vive en Bogotá y es gerente regional de workforce.

PROYECTOS

Desarrolló call center logistics, el cual se encarga de revisar la ocupación de sillas por piso, site, país y ciudad para revisar si tienen un posible crecimiento de cuenta o venta y ordenar la logística.

PROPÓSITOS 2023

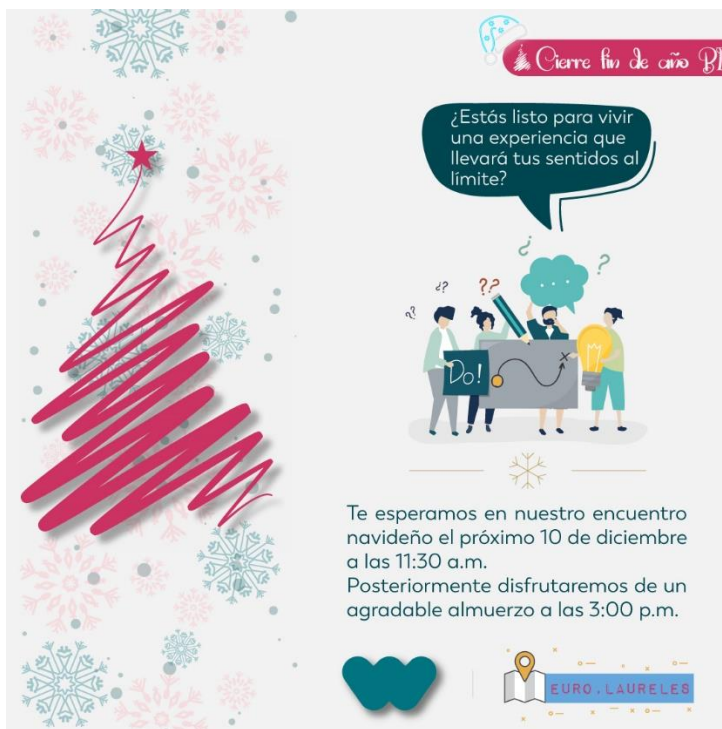
Mapear las sillas y ocupación de salas de formación y analizar horas extras programadas vs horas pagadas con el equipo de auditoría.

Roger Cerda.
Gerente regional de workforce.

Ingeniero en sistemas, 36 años, nicaragüense, tiene dos hijos. Disfruta escuchar música, jugar basquetbol y ver fútbol americano.

Me motiva entregar las cosas íntegras y ayudarle a mi equipo a crecer.

Apéndice E: Plantillas para invitaciones e informativas.



Si **actualizas** o **creas** un usuario con dominio **diferente** a Onelinkbpo.com, este recibirá un correo electrónico con su **contraseña temporal** y la guía para el inicio de sesión.

¡RECUÉRDALO!

Inicio de sesión paso a paso

1. Da click en el ícono de la derecha y selecciona la opción "Sign in with Onelink".
2. Ingresa con tu nuevo correo y la contraseña enviada.

Correo guía



Queremos compartir contigo un momento muy especial, **¡sería genial qué nos acompañes!**

HAPPY Valentine's DAY

Looking For An Answer?
CLICK HERE >

