

Trabajo de Grado
Sistematización de la Experiencia Práctica Profesional en el Área de Experiencia
de Clientes de la Organización ManpowerGroup

Karen Dahiana Muñoz Palacio



Asesora Metodológica
Isis Miosotis Álvarez Flórez

Universidad Autónoma Latinoamericana
Facultad de Administración de Empresas
Medellín
2024

Resumen

El propósito central de este trabajo es presentar un informe con la sistematización de las actividades realizadas durante la práctica profesional en el área de Experiencia de Clientes de la organización *ManpowerGroup*. Para ello, se lleva a cabo la presentación de la empresa, quien, entre otras cosas, ofreciendo servicios y soluciones innovadoras de contratación de talento para puestos permanentes y temporales. Dentro del desarrollo del trabajo se desglosan las actividades ejecutadas durante los meses que duró la práctica profesional, funciones que han sido establecidas para apoyar el manejo del portal de clientes, el cual es una página web de *ManpowerGrop* en donde ingresan los empleados encargados de los clientes. Luego se desarrollan algunas consideraciones de la práctica profesional desde tres perspectivas, en primer lugar, desde el proceso o acompañamiento al área de *Customer Experience (CX)* encargados de los clientes a registrar la información de cada reunión o compromiso que sea asignado con el cliente; en segundo lugar, desde lo teórico, se pretende realizar un acercamiento al campo de la calidad al servicio al cliente y la experiencia de estos dentro de las organizaciones; finalmente, en tercer lugar, se reflexiona desde las acciones realizadas durante el desarrollo de la práctica profesional. Adicionalmente, se realiza recomendaciones con respecto a la organización y sobre las acciones que se realizaron en la práctica.

Palabras clave: práctica profesional; atención al cliente; experiencia del cliente; calidad de prestación del servicio; cliente interno; cliente externo.

Abstract

The main purpose of this work is to present a report with the systematization of the activities carried out during the professional practice in the area of Customer Experience of the ManpowerGroup organization. To this end, the presentation of the company is carried out, which, among other things, offers innovative services and solutions for hiring talent for permanent and temporary positions. Within the development of the work, the activities carried out during the months of the professional practice are broken down, functions that have been established to support the management of the client portal which is a ManpowerGrop web page where the employees in charge of the clients enter. Then, some considerations of the professional practice are developed from three perspectives, firstly, from the process or accompaniment to the Customer Experience (CX) area in charge of the clients to record the information of each meeting or commitment that is assigned with the client; secondly, from the theoretical, it is intended to make an approach to the field of quality to customer service and the experience of these within the Finally, and

thirdly, it reflects on the actions carried out during the development of professional practice. In addition, recommendations are made regarding the organization and the actions that were carried out in practice.

Keywords: *professional practice; customer support; customer experience; quality of service delivery; internal customer; External Client.*

Contenido

Resumen	2
Glosario	6
1. Introducción	7
1.1 Presentación de la organización	7
1.2 Presentación del área donde desarrolló la práctica	9
2. Desarrollo del proceso de práctica	10
2.1 Acciones ejecutadas en julio de 2023	10
2.2 Acciones ejecutadas en agosto 2023	15
2.3 Acciones ejecutadas en septiembre de 2023.....	19
2.4 Acciones ejecutadas en octubre de 2023	23
2.5 Acciones ejecutadas en noviembre de 2023.....	28
2.6 Acciones ejecutadas en diciembre de 2023.....	33
3. Reflexiones sobre la experiencia de práctica.....	36
3.1 Sobre el proceso o situación a resolver	36
3.2 Desde lo teórico y lo conceptual	37
3.3 Sobre las acciones del practicante	39
4. Recomendaciones	40
4.1 A la organización o al área sobre el proceso	40
4.2 A los procesos de práctica	40
Referencias	42

Lista de tablas

Tabla 1. Lista de los cursos obligatorios de ingreso.....	11
Tabla 2. Matriz con el resumen del mes 01.....	12
Tabla 3. Matriz con el resumen del mes 02.....	17
Tabla 4. Matriz con el resumen del mes 03.....	20
Tabla 5. Matriz con el resumen del mes 04.....	25
Tabla 6. Matriz con el resumen del mes 05.....	30
Tabla 7. Matriz con el resumen del mes 06.....	34

Lista de figuras

Figura 1. Imagen de diseño de Share Point	15
--	----

Glosario

Customer Experience (CX): área de ManpowerGroup encargada de realizar seguimiento a los clientes de la organización y velar por el buen servicio.

Payrolling: servicio especializado en la administración y pago de nóminas a quién lo contrata.

Permanent Placement (PERMS): Servicio de ManpowerGroup relacionado con la atracción y evaluación del talento humano.

Business Professionals: Servicio de ManpowerGroup relacionado al reclutamiento y selección de talento para puestos de media y alta gerencia.

Trade Marketing: Tercerización de servicios para el desarrollo de estrategias de venta relacionados con el talento humano.

Key Account Manager (Cuentas Clave): Puestos dentro de la organización encargados de brindar un servicio más personalizado a aquellos clientes potenciales.

Portal de clientes: Página de ManpowerGroup en la cual se registra la información de cada uno de los clientes, las reuniones que se tienen y compromisos que se dejan en la reunión.

Client Approach: Acta que se crea en donde se registra la información de las reuniones, reconocimientos si es el caso y compromisos.

E Card: Imágenes con diseños que realiza la analista de diseño para envío a los clientes.

Net Promoter Score (NPS): Métrica de medición del servicio que utiliza ManpowerGroup.

Customer Experience Report (CER): Informe que se centra en el análisis del portal de clientes

1. Introducción

El propósito central de este ejercicio es sistematizar las actividades realizadas durante la práctica profesional en la organización *ManpowerGroup*. Para ello, se representa a continuación una presentación de la organización y del área específica donde se lleva a cabo la práctica, las responsabilidades que se llevan a cabo en la misma y finalmente, algunas reflexiones que surgen al llevar a cabo las mismas.

1.1 Presentación de la organización

ManpowerGroup inicia su operación en el año 1948 en *Milwaukee, Wisconsin*, Estados Unidos, cuenta con oficinas en más de 80 países y en el mercado Colombiano lleva 44 años con presencia en más de 19 ciudades ofreciendo servicios y soluciones innovadoras de contratación de talento para puestos permanentes y temporales; además de brindar soluciones de capital humano mediante la atracción, selección, reclutamiento, contratación, evaluación, desarrollo, tercerización de servicios y gestión del talento de las personas proporcionando talento calificado a empresas de todos los tamaños, industrias y sectores impulsándolos al éxito de sus negocios a través de las marcas *Manpower*, *Experis* y *Talent Solutions*.

ManpowerGroup pertenece al sector terciario de la economía colombiana, el cual son los servicios que incluye toda actividad que produce un beneficio intangible, es decir, que no se pueden ver, tocar, oler o probar, tampoco almacenar, puede ser de corta duración, no se puede adquirir propiedad y, además, se puede decir que el sector de servicios es aquel donde se desarrollan oportunidades laborales muy importantes para cualquier país (Caballero, 2016).

ManpowerGroup tiene como objeto misional creer que el talento es el elemento clave de diferenciación de las empresas en el medio, por esto ayuda a desarrollar el mundo del trabajo, dado que el capital humano es el recurso que permite superar los actuales retos del mercado y la capacidad de conectar los propios objetivos de negocio con la estrategia de talento, siendo esta cada vez más determinante para tener éxito. Así mismo, la organización se proyecta como líder en la creación, ejecución de servicios y soluciones innovadoras en la estrategia de talento que permitan a los clientes triunfar en el cambiante mundo del trabajo.

La estructura orgánica de *ManpowerGroup* para la prestación de los servicios se divide en tres marcas, la Marca Manpower se destaca por brindar soluciones que mejoren la agilidad y productividad para los clientes por medio de las habilidades y experiencias de las personas, además realiza servicios de temporalidad y selección permanente, complementarios como estudios de seguridad, visitas domiciliarias, pruebas de selección, outsourcing de nómina (*PAYROLLING*) que es un servicio especializado en la administración de nóminas, que de la mano de tecnología y personal experto, brinda administración, gestión y pagos a los empleados conforme a la normativa vigente y con plataformas que optimizan procesos.

Por último, ofrece los servicios de *Permanent Placement (PERMS)* que es el acompañamiento de manera integral en todo lo relacionado con la atracción y evaluación del talento humano para la vinculación, *Business Professionals* la cual hace referencia al reclutamiento y selección de talento para puestos de media y alta gerencia, *Trade Marketing* que es la tercerización de servicios para el desarrollo de estrategias de venta con talento humano capacitado que se enfoca en promoción y actividades de marca; y SS en Línea que son los procesos para la gestión de Seguridad Social.

La marca *Experis* se especializa en la tercerización de procesos para vinculación temporal o permanente de talento, soluciones de proyectos, administración de servicios con enfoque en tecnologías de la información (IT) y metodologías ágiles, a través del *Permanent Placement* que se encarga de la búsqueda e identificación del talento especializado en IT para vinculación, también, del *Interim IT* que es el talento especializado en IT para realizar una misión en un tiempo acordado, además, del *Project Solutions* que son aquellos encargados de implementar las mejores soluciones de tecnología para la empresa, entre otros.

Para finalizar, la marca *Talent Solutions* brinda soluciones integrales y a la medida basándose en datos para la atracción, adquisición, desarrollo, actualización de talentos y retención a una escala más efectiva, es decir, evalúa la totalidad del ciclo laboral con herramientas tecnológicas que brindan las soluciones que promueven la productividad por medio de *Reclutment Process Outsourcing (RPO)* que brinda los servicios especializados de Outsourcing de reclutamiento y selección para procesos masivos y de alta complejidad a la medida de las necesidades del cliente, con estructuras dedicadas a la implementación de última tecnología y *Right Management* que implementa las estrategias que contribuyen a desarrollar el talento interno, fidelizarlo o a cerrar los ciclos de una forma más humana.

1.2 Presentación del área donde desarrolló la práctica

En este mismo sentido, dentro del trabajo de sistematización se va a dar un enfoque en el área de *Customer Experience (CX)*, actualmente se encuentra conformada por la directora de Experiencia de Clientes y Cuentas Clave, el Coordinador de experiencia de clientes, la analista y practicante, la experiencia de clientes consiste en hacer seguimiento al conjunto de experiencias que tienen los clientes con las diferentes marcas y servicios que se brindan en *ManpowerGroup*, buscando detectar las oportunidades de mejora para poder tomar correctivos a tiempo siempre con la fiel intención de mejorar la experiencia brindada y así poder aumentar la probabilidad de que nos recomienden.

El área de experiencia de clientes es relevante para *ManpowerGroup*, ya que esta se da como el producto de las percepciones de un cliente después de interactuar racional, física, emocional y/o psicológicamente con cualquier parte de una empresa. Además, es una estrategia de negocios que se enfoca en lograr un beneficio económico gracias a la generación de vínculos emocionales entre los clientes y la marca.

Entre las funciones y responsabilidades del área de *Customer Experience (CX)* están en el conocimiento del cliente, para esto es necesario desarrollar herramientas y metodologías de innovación y diseño que permitan comprender los diferentes tipos de clientes, analizar la experiencia que estos viven con la compañía para transformar las interacciones y servicios a partir de la comprensión de las necesidades y preferencias de cada uno. El área de CX tiene relacionamiento directo con las marcas *Manpower*, *Experis* y *Talent Solutions*, ya que estas son las encargadas del relacionamiento con el cliente, y es a estas marcas a las cuales se les evalúa por medio de los clientes el desempeño, la agilidad y satisfacción que se tiene con el servicio.

2. Desarrollo del proceso de práctica

En el área de *Customer Experience (CX)* se realizan actividades operativas, las cuales se realizan día a día en Manpower. A continuación, se presentan las funciones propias de las cuales se encarga el practicante y adicional las que en un principio no fueron establecidas por el área, pero la operación requiere el apoyo.

Las funciones establecidas en las que va a apoyar la practicante durante los 6 meses, incluye el manejo del portal de clientes, el cual es una página web de *ManpowerGroup* en donde ingresan los empleados encargados de los clientes a registrar la información de cada reunión o compromiso que sea asignado con el cliente, Status del *Client Approach* es un excel que se descarga del portal de clientes para obtener una información en cuanto aquellas actas que se encuentran sin la información de la reunión o compromisos que ya cumplieron su fecha límite y aun no se le ha respondido al cliente, además, se realiza acercamiento con aquellos posibles clientes que serían las llamadas de preventa y llamadas de seguimiento para saber en qué estado se encuentra el servicio de *ManpowerGroup*.

También, se deben agendar los cumpleaños de los clientes para ser reconocidos y enviar una *Ecard* o imagen de felicitación por parte del área CX, por otra parte, del mismo portal de clientes se descarga otro informe con los reconocimientos semanales, cada viernes, y se reconocen a aquellas personas que internamente realizan bien su trabajo y brindan un buen servicio, por último, la exposición de informes como el *Customer Experience Report (CER)* que es un informe que se centra en el análisis del portal de clientes y NPS que también estarán a cargo de la practicante.

2.1 Acciones ejecutadas en julio de 2023

Para iniciar con la experiencia de práctica el profesional realiza unos cursos obligatorios que la organización exige al ingreso, los cuales son: Inducción Corporativa *ManpowerGroup* Colombia 2020/21, que tiene como objetivo profundizar los conocimientos acerca de los servicios que brinda ManpowerGroup Colombia; Ergonomía, el cual busca promover la seguridad, salud y bienestar de los empleados, así como la eficiencia productiva en el trabajo, y los últimos tres cursos de seguridad informática *Securing Your Email – Fundamentals*, *Securing Your Email – Advanced*, *Avoiding Dangerous Links – Colombia*, tienen como objetivo la protección de datos de la organización, como evitar enlaces y archivos adjuntos que pueden ser peligrosos y vulnerar la información de *ManpowerGroup*.

Realizar los cursos y conocer acerca de los temas anteriormente mencionados es obligación de cada uno de los empleados de *ManpowerGroup*, aunque la actividad no esté relacionada directamente con las funciones establecidas para el practicante, tener el conocimiento de estas temáticas le permitirá familiarizarse con los procesos internos que realiza la organización.

Tabla 1. *Lista de los cursos obligatorios de ingreso*

Check	Curso
x	Inducción corporativa ManpowerGroup 2020/1
x	Ergonomía
x	Securing Your Email – Fundamentals
x	Securing Your Email – Advanced
x	Avoiding Dangerous Links - Colombia

Nota: Elaboración propia con información del área de *People and Culture* de *Manpower*

Posterior a esto, la practicante apoya a lectura y categorización de los comentarios que dejaron los clientes en la encuesta *Net Promoter Score* (NPS), ya que el área se encontraba con el cierre de esta métrica que utilizan para evaluar cómo se sienten los clientes con el servicio que ofrece cada una de las unidades de negocio y se actualiza el *Power BI* con la información ya clasificada.

Adicional, se realiza seguimiento a la línea de negocio llamada *Payrolling*, el cual es un servicio que se encuentra dentro de la marca *Manpower* de pago de nómina, el seguimiento se realiza con el apoyo y la explicación de cómo abordar a los clientes con la analista que se encontraba en el área, se llamaron aquellos clientes los cuales habían manifestado inconformidades con el servicio y del que salen mesas de servicio, las cuales tienen como objetivo hablar de las oportunidades de mejora que se deben implementar y el plan de acción a ejecutar para ofrecerle a una solución al cliente y que este esté satisfecho con la organización.

El resumen de las actividades del mes uno (1) se encuentra en la matriz 1 dispuesta a continuación:

Tabla 2. Matriz con el resumen del mes 01

Fecha	Actividades específicas que la entidad encargó	Tareas de esa actividad	Observaciones inquietudes intereses
4/07/23 - 21/07/23	Inducción general	Procesos de capacitación	La actividad es pertinente, ya que se brindó información importante acerca de Manpower, sus servicios y funcionamiento
		Módulo de capacitación 1: Inducción corporativa ManpowerGroup 2020/21	
		Módulo de capacitación 2: Ergonomía	
		Módulo de capacitación 3: Securing Your Email – Fundamentals	
		Módulo de capacitación 4: Securing Your Email – Advanced	
10/07/23 - 17/07/23	Apoyo categorización comentarios NPS	Leer cada respuesta de la encuesta NPS y clasificar los comentarios según las categorías ya establecidas	Si bien, la actividad estuvo un poco larga fue importante para conocer acerca de la métrica utilizada por la compañía para evaluar el servicio
Apoyo en la actualización de Power BI para presentación NPS	Con las categorías ya clasificadas, se actualiza el Power BI para la presentación por niveles del NPS a las diferentes unidades de negocio (ciudades)		
11/07/23	Asignación de actividades en el área		Conocer las actividades que se realizan en el área de formación es importante para el practicante, puesto que, son las bases para el desarrollo del proyecto que estará llevando a cabo durante sus seis (6) meses de practica
	Status Client Approach	Se descarga un informe del portal de clientes los lunes de cada semana y se clasifican aquellas actas vacías que se encuentran sin información y aquellos compromisos que se encuentran vencidos	
	Llamadas de preventa	Con la base de datos que envía la comercial de la compañía de aquellos posibles clientes, se realizan llamadas para evaluar la experiencia con el primer acercamiento	

Endomarketing - Servicio Excepcional	Se crea Forms de excel cada mes para que internamente los empleados postulen a aquellas personas que consideren hacen bien su trabajo	
Marketing Clientes - Cumpleaños	Revisar en la base de datos que comparte cada unidad de negocio con la información de los clientes y agendar el envío de Ecard por su cumpleaños	
Reconocimientos - Descargar de Client Approach	Los viernes de cada semana revisar del Client Approach los reconocimientos que los clientes hacen a los empleados de Manpower	
NPS	Actualización de base de datos: Números y contactos de los clientes de la compañía	
	Envío de avances de cómo va la calificación NPS Feedback, llamadas de retroalimentación, Pasivos y detractores que si permitan feedback	
Customer Experience Report (CER)	Lecturas cliente approach y clasificación por categorías Actualización de Power BI con la información ya clasificada	
PQRS	Revisar cada semana la aplicación Aranda que es donde se registran los casos con PQRS	
Mystery Shopping	Se envían correos como posibles clientes potenciales a cada ejecutivo de cuenta de varias unidades de negocio	
	Se realizan llamadas a las recepciones como posibles clientes potenciales	
	Se envían solicitudes internas a Teams a ejecutivos para evaluar el servicio Se envían correos a las áreas haciendo alguna solicitud	
12/07/23 -	Llamadas de preventa	Actividad pertinente, porque permitió aprender sobre cómo

20/07/23		Se inicia con las llamadas de preventa a los posibles clientes para evaluar la experiencia con el primer acercamiento - se sacan 40 muestras para el mes de junio	abordar a los clientes para evaluar ese primer acercamiento
21/07/23 - 26/07/23	Lecturas del Client del mes de junio	Lectura de las actas que fueron creadas en el mes de junio para clasificarlas y darles una categoría	Actividad un poco larga y rigurosa, pero fundamental para darle una categorización a las oportunidades de mejora mencionadas
27/07/23 - 31/07/23	Reconocimientos - Client Approach de la semana	Del portal de clientes se descarga las actas creadas en la semana y de ahí se sacan los reconocimientos si los hay	
	Apoyo con llamadas del Mystery a recepción	El equipo ya se encontraba terminando de realizar las muestras para el mystery, pero faltaban llamadas a la recepción	Se apoyo en la finalización de las muestras para presentar el informe del Mystery
	Diligenciamiento de Forms con encuesta de la llamada	Con cada llamada se debía llenar el Forms para evaluar la atención de las recepcionistas	

Nota: Elaboración propia con información del primer mes (2023).

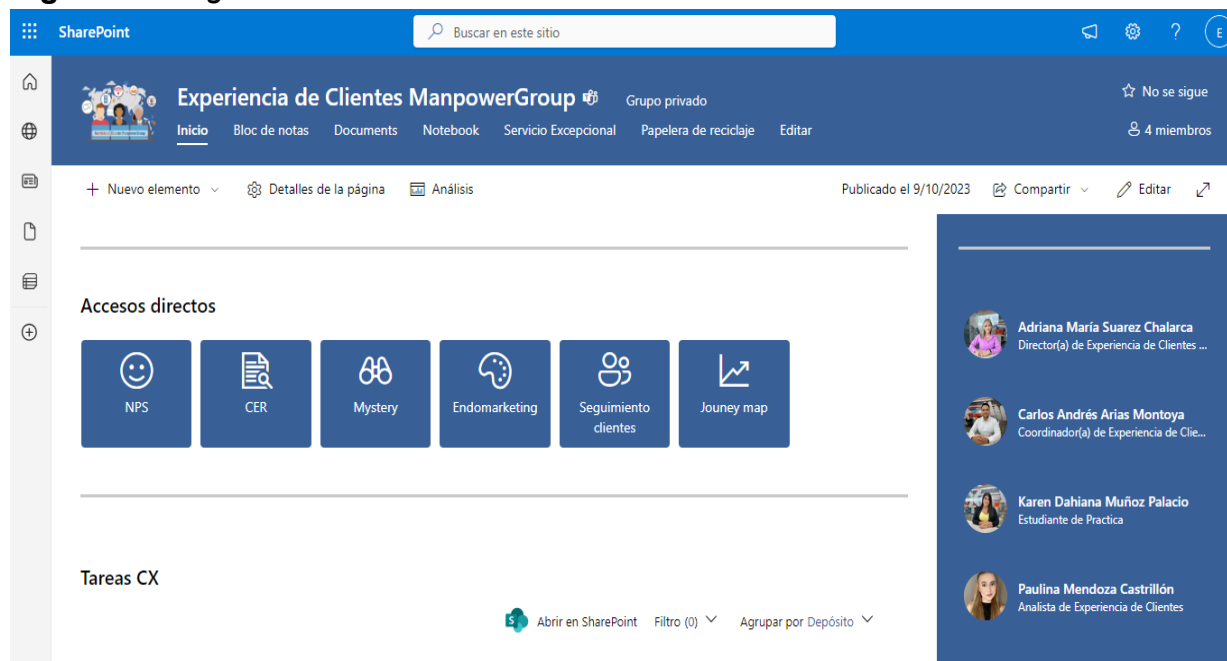
Para concluir, el primer mes en la organización fue un proceso que el practicante considera lleno de retos, pero también de aprendizaje, la adaptación a la organización fue de forma rápida dado que el ambiente laboral y el compañerismo de la compañía hizo lo posible para que así fuera. Así mismo, considera que el proceso de inducción que se realizó de manera virtual debió ser presencial porque varios conceptos o servicios que se manejan internamente en Manpower o demás marcas, los aprendió por otro medio y no por la inducción que se brindó.

2.2 Acciones ejecutadas en agosto 2023

El segundo mes de la práctica profesional inicia con el cambio del diseño de la herramienta de Share Point, actividad que represento un desafío, ya que la practicante no tenía conocimiento acerca del funcionamiento de esta herramienta, es así, como la practicante empieza a investigar y a explorar páginas en internet que le permitiera llevar a cabo la labor propuesta por el jefe.

A continuación, se anexa la imagen en donde se evidencia el diseño y la aplicación que realizó la practicante para la herramienta Share Point utilizada en el área.

Figura 1. Imagen de diseño de Share Point



Nota: Elaboración propia con información de *ManpowerGroup* (2023).

Seguido de esta actividad la practicante envía los reconocimientos semanales, los cuales se sacan de la página llamada Portal del Cliente y se

descarga un Excel en el cual se encuentran registradas las actas que fueron creadas por las personas de *ManpowerGroup* con cada reunión que se tuvo con los clientes y si revisa si en alguna de las actas se deja algún reconocimiento por el buen servicio.

La practicante realiza las 40 llamadas a los clientes que debe hacer cada mes, con el objetivo de evaluar el primer acercamiento o cómo califican el servicio que les brindó los comerciales de la compañía al momento de ofrecerles los servicios o portafolio. También, realiza el seguimiento a los clientes de la línea de negocio de *Payrolling*, algunos que manifestaron estar inconformes con el servicio y de aquí se agendan las mesas de servicio con algunos clientes con los cuales la situación es más crítica y están pensando cancelar el servicio. Estas dos actividades le dieron confianza a la practicante y mayor habilidad para resolver y abordar situaciones críticas de la organización.

Para finalizar, se envía los *Status* del *Client Approach* a cada gerente de unidad de negocio, con el motivo de que le den trazabilidad junto a su equipo de trabajo a aquellas actas de las cuales no se tiene información acerca de que trato la reunión que se tuvo con el cliente o aquellos compromisos que se encuentran vencidos, es decir, algún compromiso pactado con el cliente al cual no se le dio solución en la fecha establecida.

El resumen de las actividades del mes dos (2) se encuentra en la matriz 4 dispuesta a continuación.

Tabla 3. Matriz con el resumen del mes 02

Fecha	Actividades específicas encargadas	Tareas de esa actividad	Observaciones inquietudes intereses
1/08/23 - 8/8/23	Diseño de Share Point	Cambio de diseño de la herramienta	La actividad represento un desafío, dado que la practicante no tenía conocimiento acerca del manejo de la herramienta y sus funciones.
10/08/23 - 17/08/23	Reconocimientos - Client Approach de la semana	Del portal de clientes se descarga un excel en donde se registran las actas creadas con las reuniones que se tuvieron con los clientes en la semana y de ahí se sacan los reconocimientos si el cliente reconoció a alguien de la organización.	
11/08/23 - 17/08/23	Llamadas preventa	Se realizan las llamadas de preventa a los posibles clientes para evaluar la experiencia con el primer acercamiento - se sacan 40 muestras	
18/08/23 - 22/08/23	Seguimiento a clientes de Payrolling	Llamadas a clientes de la línea de negocio de Payrolling Creación de Client con cada una de las llamadas Agendamiento de mesa de servicio de ser necesario con los clientes más críticos	Aunque es una actividad que generaba nervios realizarla ya que se abordarían clientes que estaban molestos, se supo abordar y darle solución
28/08/23	Status Client Approach	Envío de actas vacías y compromisos vencidos a los gerentes de las unidades de negocio	
29/08/23 - 31/08/23	Mesa de servicio con el equipo de Payrolling	Se realiza mesa de servicio con el equipo de Payrolling para abordar las oportunidades de mejora mencionadas por el cliente y el plan de acción a ejecutar	Este espacio fue esencial para el aprendizaje acerca de los planes de acción que se deben tomar cuando el cliente se siente insatisfecho con el servicio.

Reconocimientos - Client Approach de la semana	Del portal de clientes se descarga las actas creadas en la semana y de ahí se sacan los reconocimientos si los hay
---	--

Nota: Elaboración propia con información del segundo mes (2023).

Para finalizar este segundo mes se le ha dado a la practicante más autonomía frente al manejo de los procesos de la organización, permitiéndole sentirse más apropiada de dichos temas como el manejo del portal de clientes y con más conocimiento.

2.3 Acciones ejecutadas en septiembre de 2023

El tercer mes se divide en dos grupos las actividades que se realizan, para iniciar la practicante comienza apoyando al equipo con el envío de las bases de datos que se tienen por cada encuesta de NPS que se realiza, es por esto, que se envían los correos a cada gerente que corresponde de la unidad de negocio con el fin de que regresen actualizada la base de datos con los clientes que tienen activos en el momento.

Además, de apoyar con la actualización del informe CER, se realiza la actualización del archivo de Excel con la información de los últimos dos meses en donde se ingresan las oportunidades de mejora que registran las reuniones con los clientes, las llamadas de preventa y las encuestas realizadas del servicio, por último, actualiza el *Power BI* con la información del archivo de Excel. Para finalizar el primer grupo de actividades lleva a cabo el agendamiento en el calendario que se tiene compartido con los demás integrantes del equipo los cumpleaños de cada uno de los clientes por todas las unidades de negocio, con el fin de que la analista de diseño cree una *E Card* y la envíe al cliente.

En esta misma línea, el segundo grupo de actividades están relacionadas con la encuesta NPS, ya que desde CX se habilita la encuesta y se envía a cada uno de los clientes de *ManpowerGroup* a nivel nacional permitiéndoles calificar y evaluar el servicio que ofrece la organización, así mismo, durante las dos semanas que permaneció habilitada se enviaron los avances para que cada gerente observe como van las calificaciones por su equipo de trabajo, es importante, mencionar que la escala de calificación se encuentra categorizada de la siguiente manera de 0 a 6 se consideran detractores, 7 a 8 como pasivos, 9 y 10 son promotores; con esta información aquellos clientes que calificaron como detractores y pasivos se les hace llamada desde CX para hacer el seguimiento del servicio y conocer un poco más a fondo la razón de la calificación o planes de mejora que se deben implementar.

El resumen de las actividades del mes tres (3) se encuentra en la matriz 5 dispuesta a continuación.

Tabla 4. Matriz con el resumen del mes 03

Fecha	Actividades específicas que la entidad encargó	Tareas de esa actividad	Observaciones inquietudes intereses
1/09/2023	Envío de correos para actualización de BD de Medallia	Se envían los correos adjuntando una base de datos en donde se encuentran los datos de los clientes que cada unidad de negocio debe actualizar con los clientes activos en el momento	Este espacio dio un acercamiento mayor acerca de cómo se empieza a enviar los correos a cada una de las unidades de negocio y como comienza la encuesta NPS en la organización
1/09/23 - 29/09/23	Lecturas del Cliente	Se realiza las lecturas y categorización de cada acta de las reuniones creadas en el mes	Actividad un poco larga pero pertinente, ya que fortalece la capacidad de analítica y clasificación de la practicante
4/09/23 - 8/09/23	Actualización informe CER (Customer Experience Report)	Se actualiza Excel y Power BI con la información de los últimos dos meses, se ingresan las oportunidades de mejora que dejaron los clientes, se ingresa la clasificación de las oportunidades de mejora y la muestra de las 40 llamadas realizadas	Este espacio dio un acercamiento mayor acerca del informe CER y como se debe clasificar u acomodar la información
4/09/23 - 8/09/23	Agendamiento cumpleaños clientes	Se agenda en el correo con el calendario compartido con el resto del equipo, los cumpleaños de los clientes hasta diciembre del presente año	
11/09/23 - 29/09/23	NPS	Se habilita encuesta NPS utilizada por la organización como métrica para medir cada una de las unidades de negocio en cuanto a la prestación del servicio <hr/> Cada semana se envían correos con los avances de respuestas e informar cómo van cada unidad de negocio frente a las calificaciones de los clientes	Actividad que permite dar un mayor conocimiento a la practicante acerca de la métrica que utiliza Manpower para medir la satisfacción de los clientes con los servicios de la empresa

		<p>Con los clientes que dieron una calificación menor a 6 se realizan llamadas de seguimiento con el fin de que brinden una retroalimentación y más información de la calificación</p> <hr/> <p>Por último, se actualiza el Power BI de NPS por niveles para realizar las presentaciones a cada unidad de negocio</p>	
13/09/23 - 15/09/23	Mesas de servicio	<p>Las mesas de servicio se asignan después de haber tenido la llamada de seguimiento cuando la situación con el cliente se encuentra crítica e insatisfechos con el servicio, se realiza con el equipo interno de Manpower encargado y se diseña un plan de acción para mejorar</p>	<p>Cada vez que se realizaban las mesas de servicio la practicante se sentía con más confianza y dominio de los procesos internos que realiza CX para llevar a cabo los planes de mejora</p>
1/09/23 - 20/09/23	Llamadas de preventa	<p>Se realizan las llamadas de preventa a los posibles clientes para evaluar la experiencia con el primer acercamiento - se sacan 40 muestras</p>	<p>Actividad dominaba por la practicante y de la cual aprendió a desarrollar habilidades frente a la comunicación asertiva con aquellos posibles clientes</p>
1/09/23 - 29/09/23	Creación de usuarios en el portal de empresa	<p>Se crean usuarios para empleados de Manpower y que estos puedan ingresar al portal de clientes</p> <hr/> <p>Se crean usuarios para los clientes de Manpower y que estos puedan ingresar al portal de clientes</p>	<p>Actividad que la practicante cada vez dominaba más y se sentía muy confiada al realizar</p>
18/09/23 - 21/09/23	Mystery	<p>Creación de correos para utilizarlos en la muestra del Mystery Shopping</p>	
1/09/23 - 29/09/23	Registro de información al Client Approach	<p>Registro de soluciones a compromisos en el Client Approach</p> <hr/> <p>Aprobación de soluciones en el Client Approach</p>	<p>Actividad que la practicante cada vez dominaba más y se sentía muy confiada al realizar</p>

**1/09/23 -
29/09/23**

Reconocimientos
semanales

Se continua como cada semana enviando
los reconocimientos de aquellos empleados
que fueron reconocidos por los clientes

Nota: Elaboración propia con información del tercer mes (2023).

En el tercer mes, la practicante adquirió conocimientos acerca de la encuesta NPS y la interpretación de esta, además, que le permitió fortalecer las habilidades de comunicación y resolución.

2.4 Acciones ejecutadas en octubre de 2023

El cuarto mes se divide en varios grupos las actividades que se realizan, para iniciar la practicante comienza con la identificación en el excel de las personas que se han postulado, y desde ese punto, analizar cuáles son las que más votos poseen, esto puede servir para ayudarlo a identificar los perfiles más destacables para futuras contrataciones potenciales, y permitiendo generar un valor agregado a los empleados, al darle a conocer los buenos conceptos y reconocimientos recibidos por parte de los clientes; es por ello, que la practicante favorece la actividad de comunicar dichos reconocimientos vía correo electrónico, dependiendo de los informes que arroja el excel.

Dentro de esta misma línea, la labor de esta fase realizada es *Ecard* de felicitación internamente, por lo que es importante la utilización de sistemas creativos por medio de *Teams* a las personas reconocidas, para ello se identifica cuáles son los empleados con mejores calificaciones y mejores votados, para hallar los puntajes más altos que además de una notificación vía correo, se les hace llegar un reconocimiento excepcional.

Por otro lado, otra actividad importante por parte de la practicante es darle seguimiento a los a clientes de NPS, es decir aquellos clientes pasivos y detractores para tener una retroalimentación y más información de la calificación, la labor realizada por la practicante requiere llamadas vía telefónicas, o envió de correos, con el fin de buscar un espacio para que los clientes puedan aportar dicha información sobre los empleados de *ManpowerGroup* a nivel nacional permitiéndoles calificar y evaluar el servicio que ofrece la organización.

Pero la actividad no sólo se aplica a clientes ya reconocidos, la labor de la prácticamente es que a través de *Mystery Shopping* es realizar las respectivas llamadas a los que han sido identificados como clientes potenciales dependiendo de cada unidad de negocio y marcas para evaluar la atención; pero también la labor radica en el envió de correos a dichos clientes potenciales solicitando una cotización del servicio para verificar la trazabilidad del servicio prestado por *ManpowerGroup* a nivel nacional.

Otra fase de las actividades realizadas es que la practicante por medio de Teams debe solicitar a los ejecutivos de cuenta información del cliente, ello con el objetivo de que se pueda actualizar todas las bases de datos de contacto; además, se envían correos a las respectivas áreas para que soporten información necesaria para dichas actualizaciones para terminar con una encuesta de servicio.

A partir de dicha encuesta, se crean palabras NPS y Campañas, por lo que la practicante debe leer y analizar las categorías que se asignaron a los clientes para que clasifique las palabras más repetidas, también, las frases con aspectos positivos y negativos; esto permitirá encontrar los conceptos de los clientes sobre los servicios prestados por *ManpowerGroup* a nivel nacional.

Luego, la practicante realiza las llamadas de preventa a una muestra de clientes potenciales, con el objetivo principal de evaluar la experiencia con el primer acercamiento; luego, con toda la información recolectada, en especial con la encuesta de NPS se realizó en PowerPoint una presentación con los resultados con el fin de ser presentados a por la directora del área a los demás directores de la compañía.

Finalmente, se realiza la solicitud de logos de las empresas para los reconocimientos que se hicieron en NPS, por lo que la practicante solicita datos personales para el respectivo envío.

Tabla 5. Matriz con el resumen del mes 04

Fecha	Actividades específicas que la entidad encargó	Tareas de esa actividad	Observaciones inquietudes intereses
2/10/23 - 4/10/23	Servicio Excepcional	Se saca del Excel donde los empleados postulan a las personas con más votos y se reconocen	Esta actividad como las demás sirvieron para fortalecer habilidades ofimáticas en este caso en la herramienta Excel
2/10/23 - 31/10/23	Reconocimientos semanales	Se continua como cada semana enviando los reconocimientos de aquellos empleados que fueron reconocidos por los clientes	
5/10/23 - 20/10/23	Seguimiento a clientes de NPS	Se realiza llamadas a los clientes que calificaron como pasivos y detractores para tener una retroalimentación y más información de la calificación	Con las llamadas la practicante se sintió muy bien haciéndolas ya que se siente con más capacidad de abordar una conversación con los clientes
6/10/2023	Solicitud de fotos para reconocimientos de servicio excepcional	Se escribe por medio de Teams a las personas reconocidas solicitando la foto de cada uno para enviar la Ecard de felicitación internamente	
2/10/23 - 31/10/23	Mystery Shopping	Se realiza llamadas como clientes potenciales a las recepciones de cada unidad de negocio y marcas para evaluar la atención	Esta actividad en particular fue de las mejores que realizo la practicante ya que aprendí como se maneja y se evalúa un cliente oculto en la empresa, permitiéndole así poner en práctica los conocimientos teóricos que tenía al contexto empresarial
		Se envían correos como clientes potenciales a los ejecutivos de cuenta con un caso en específico o solicitando una cotización del servicio	
		Se envían correos como clientes potenciales a los comerciales de la empresa con un caso en	

		<p>específico o solicitando una cotización del servicio</p> <hr/> <p>Se realizan solicitudes por medio de Teams a los ejecutivos de cuenta solicitando información del cliente, actualizaciones de contacto, etc.</p> <hr/> <p>Se envían correo a las áreas preguntando información de clientes que el área maneja</p> <hr/> <p>Por último, se realiza la encuesta evaluando cada una de las actividades realizadas</p>	
5/10/2023	Palabras NPS y Campaña de lo que dicen nuestros clientes	Se leen las categorías que se asignaron a los comentarios de los clientes que calificaron la encuesta de NPS y se clasifican las palabras más repetidas, también, las frases con aspectos positivos y negativos	
6/10/23 - 20/10/23	Llamadas de preventa	Se realizan las llamadas de preventa a los posibles clientes para evaluar la experiencia con el primer acercamiento - se sacan 40 muestras	Actividad dominaba por la practicante y de la cual aprendió a desarrollar habilidades frente a la comunicación asertiva con aquellos posibles clientes
10/10/2023	Presentación de lideres	Con los resultados de la encuesta de NPS se actualiza una presentación de Power Point la cual es presentada por la directora del área a los demás directores de la compañía	
2/10/23 - 20/10/23	Actualización informe CER	Se actualiza el Excel y Power BI con la información obtenida durante los dos últimos meses, se ingresa la clasificación de las oportunidades de mejora y la muestra de las 40 llamadas realizadas	

20/10/23 - 31/10/23	Presentación de NPS por niveles: Nivel Crítico, Calidad y Excelencia	Se presenta con el equipo de CX los resultados obtenidos en la encuesta NPS a cada uno de los niveles en que se clasifico según su calificación la unidad de negocio, se presentaron nivel crítico y calidad	Esta actividad, aunque genero nervios en la practicante dado que debía hablar a un público grande, le ayudo a superar aquellos temores y a fianza la expresión en público
20/10/23 - 31/10/23	Solicitud de logos de las empresas para los reconocimientos que se hicieron en NPS	Se solicita por Teams a los ejecutivos de cuenta el logo de las empresas por las cuales fueron reconocidos También se solicitan datos personales para el envío de un detalle por el reconocimiento y su labor	

Nota: Elaboración propia con información del cuarto mes (2023).

En el cuarto mes, la practicante adquirió conocimientos prácticos sobre el uso de la encuesta NPS y la interpretación de esta, además, que le permitió fortalecer las habilidades de comunicación y resolución, así como habilidades para la comunicación masiva de información y la práctica de programas para la creación de contenido.

2.5 Acciones ejecutadas en noviembre de 2023

El quinto mes se divide en varios grupos las actividades que se realizan, para iniciar la practicante comienza con la presentación nivel de excelencia, consiste en la presentación con el equipo de CX de los resultados obtenidos en la encuesta NPS, indicando cómo se clasificó la unidad de negocio; luego pasa para la actividad *Mystery shopping* que contiene varias actividades por hacer por la practicante, como, por ejemplo:

- Se hace una serie de llamadas y envió de correos a clientes potenciales.
- Se realiza solicitudes por medio de *Teams* a los ejecutivos de cuenta solicitando información del cliente, con el fin de tener información para la actualización de los datos.
- Por último, se realiza la encuesta evaluando cada una de las actividades realizadas.

Dentro de otras actividades mensuales realizados por la prácticamente se continua cada semana con él envió a aquellos empleados de los reconocimientos que fueron reconocidos por los clientes; del mismo modo, dentro del mes de noviembre se debe realizar la lectura de las actas para que se puedan clasificar y darles una categoría respectiva, se debe sistematizar la actividad para dejar evidencia.

Otra actividad destacable realizada por la practicante es el agendamiento capacitación portal del cliente, esta actividad debe contener el agendamiento de las capacitaciones por el correo del área de CX para los clientes que necesitan una capacitación sobre cómo usar el portal que esta creado y dirigido para ellos; así mismo, se hace la presentación *Power Point* sobre las nuevas actualizaciones y opciones que tiene el portal de clientes y las necesidades de capacitación por parte de los clientes.

Nuevamente, al igual que el mes pasado, se hace por la identificación en el excel de las personas que se han postulado para poder analizar cuáles son las que

más votos poseen, es por ello, que la practicante favorece la actividad de comunicar dichos reconocimientos vía correo electrónico, dependiendo de los informes que arroja el excel.

Finalmente, durante el mes, se realizaron capacitaciones realizadas por la empresa a la practicante, en varias áreas de trabajo, para perfeccionar el comportamiento laboral dentro de la organización, así como los conocimientos que le son útiles para el campo laboral y educativo, las áreas de las capacitaciones fueron:

- Acerca del manejo del portal, *Power BI*, *CX* entre otros.
- Consolidado de lecturas tanto de actas como demás documentos organizacionales.
- Status del cliente, actualización de datos, análisis de referencias y comentarios.
- Reconocimientos semanales: proceso, formas de presentación y notificaciones.
- Actas vacías y compromisos vencidos.
- Llamadas de preventa, procesos, horarios, turnos.

En el quinto mes la practicante adquirió conocimientos prácticos sobre el uso de la encuesta NPS, manejo del portal, *Power BI*, *CX* entre otros gracias a la labor realizada y las capacitaciones, además se adquiere experiencia en la interpretación de estos sistemas, gracias a cada tarea asignada se permitió fortalecer las habilidades de comunicación y resolución, así como habilidades para la comunicación masiva de información y la práctica de programas para la creación de contenido.

Tabla 6. Matriz con el resumen del mes 05

Fecha	Actividades específicas que la entidad encargó	Tareas de esa actividad	Observaciones inquietudes intereses
1/11/2023	Presentación nivel de excelencia	Se presenta con el equipo de CX los resultados obtenidos en la encuesta NPS a cada uno de los niveles en que se clasifico según su calificación la unidad de negocio	Esta actividad, aunque genero nervios en la practicante dado que debía hablar a un público grande, le ayudo a superar aquellos temores y a afianzar la expresión en público
1/11/23 - 30/11/23	Mystery shopping	Se realiza llamadas como clientes potenciales a las recepciones de cada unidad de negocio y marcas para evaluar la atención	Esta actividad en particular fue de las mejores que realizo la practicante ya que aprendí como se maneja y se evalúa un cliente oculto en la empresa, permitiéndole así poner en práctica los conocimientos teóricos que tenía al contexto empresarial
		Se envían correos como clientes potenciales a los ejecutivos de cuenta con un caso en específico o solicitando una cotización del servicio	
		Se envían correos como clientes potenciales a los comerciales de la empresa con un caso en específico o solicitando una cotización del servicio	
		Se realizan solicitudes por medio de Teams a los ejecutivos de cuenta solicitando información del cliente, actualizaciones de contacto, etc.	

		<p>Se envían correo a las áreas preguntando información de clientes que el área maneja</p> <p>Por último, se realiza la encuesta evaluando cada una de las actividades realizadas</p>	
1/11/23 - 30/11/23	Reconocimientos semanales	Se continua como cada semana enviando los reconocimientos de aquellos empleados que fueron reconocidos por los clientes	
1/11/23 - 30/11/24	Lecturas del Client	Lectura de las actas que fueron creadas en el mes de noviembre para clasificarlas y darles una categoría	Actividad un poco larga pero pertinente, ya que fortalece la capacidad de analítica y clasificación de la practicante
6/11/2023	Agendamiento capacitación portal del cliente	Se agendan las capacitaciones por el correo del área de CX a aquellos clientes que necesitan una capacitación sobre cómo usar el portal de clientes	
6/11/2023 - 9/11/23	Presentación del portal	Se actualiza la presentación de Power Point con las nuevas actualizaciones y opciones que tiene el portal de clientes para presentar en las capacitaciones	Este espacio realizado por la practicante le dio un mayor conocimiento acerca de las capacitaciones que se les da a los clientes del manejo del portal
13/11/23 - 20/11/23	Llamadas de preventa	Se realizan las llamadas de preventa a los posibles clientes para evaluar la experiencia con el primer acercamiento - se sacan 40 muestras	Actividad dominaba por la practicante y de la cual aprendió a desarrollar habilidades frente a la comunicación asertiva con aquellos posibles clientes
15/11/23	Customer Satisfacción	Es una encuesta que se encuentra en la recepción de cada unidad de negocio, con cada respuesta se debe buscar a la persona que se evalúa a que ciudad pertenece	
16/11/23	Tasting NPS	En la aplicación de Medallia se hace una prueba del lanzamiento de la encuesta NPS	

17/11/23	Creación de usuario para ingreso al portal	Se realiza apoyo con las creaciones de usuarios tanto para empleados como para los clientes	
23/11/23	Servicio excepcional	Se saca del Excel donde los empleados postulan a las personas con más votos y se reconocen	Esta actividad como las demás sirvieron para fortalecer habilidades ofimáticas en este caso en la herramienta Excel
24/11/23 - 30/11/23	Capacitación a la practicante	<u>Acerca del manejo del portal</u> <u>Consolidado de lecturas</u> <u>Status del Client</u> <u>Reconocimientos semanales</u> <u>Actas vacías y compromisos vencidos</u> <u>Llamadas de preventa</u>	Se capacita a la nueva practicante que ingreso a Manpower acerca del manejo y los procesos que lleva el área de CX
30/11/2023	Envío de encuesta NPS	envió de Links personalizados	

Nota: Elaboración propia con información del quinto mes (2023).

2.6 Acciones ejecutadas en diciembre de 2023

El sexto mes, desarrollado en diciembre, se divide en varios grupos las actividades, dentro de las que se destacan el de primer avance de respuestas de NPS con los avances de respuestas, con el fin de poder informar cómo van cada unidad de negocio frente a las calificaciones de los clientes; por otro lado por ser época de navidad, una de las actividades fue empacar detalles que serían enviados a cada una de las unidades de negocio para que sean entregadas a los clientes, como obsequio de navidad.

Así mismo, otras actividades realizadas fueron:

- La creación del ranking de encuestas octubre -noviembre con la información del portal de clientes, con el fin de filtrar y crear una tabla dinámica la información que resulto de las encuestas y actas.
- Nuevo segmento de amadas de preventa a partir de 40 muestras el Status del Cliente.
- Se envió y compromisos vencidos a los gerentes de las unidades de negocio con el propósito de dar trazabilidad a las actas del mes.

Finalmente, en el sexto mes la practicante adquirió conocimientos y habilidades ofimáticas en este caso en las herramientas Excel y *Power Point*, además de habilidades frente a la comunicación asertiva con aquellos posibles clientes.

Tabla 7. Matriz con el resumen del mes 06

Fecha	Actividades específicas que la entidad encargó	Tareas de esa actividad	Observaciones inquietudes intereses
1/12/23 - 5/12/23	Envío de primer avance de respuestas de NPS	Se envían correos con los avances de respuestas e informar cómo van cada unidad de negocio frente a las calificaciones de los clientes	Esta actividad como las demás sirvieron para fortalecer habilidades ofimáticas en este caso en las herramientas Excel y Power Point
1/12/23 - 15/12/23	Empaque de detalles	Junto al equipo de CX se empacan unas botellas de vino que serían enviadas a cada una de las unidades de negocio para que sean entregadas a los clientes, como obsequio de navidad.	
7/12/2023	Segundo avance de respuestas	Se envían correos con los avances de respuestas e informar cómo van cada unidad de negocio frente a las calificaciones de los clientes	Esta actividad como las demás sirvieron para fortalecer habilidades ofimáticas en este caso en las herramientas Excel y Power Point
19/12/23 - 21/12/23	Ranking de encuestas octubre -noviembre	Del portal de clientes se descarga un Excel en donde se debe filtrar y crear una tabla dinámica para clasificar aquellos empleados que más realizaron encuestas y actas	Esta actividad como las demás sirvieron para fortalecer habilidades ofimáticas en este caso en la herramienta Excel
1/12/23 - 18/12/23	Llamadas de preventa	Se realizan las llamadas de preventa a los posibles clientes para evaluar la experiencia con el primer acercamiento - se sacan 40 muestras	Actividad dominaba por la practicante y de la cual aprendió a desarrollar habilidades frente a la comunicación asertiva con aquellos posibles clientes
1/12/23 - 28/12/23	Status del Cliente	Envío de actas vacías y compromisos vencidos a los gerentes de las unidades de negocio con el fin de que les den trazabilidad a estas actas	

1/12/23 - 28/12/23	Reconocimientos semanales	Cada semana se envían los reconocimientos de aquellos empleados que fueron reconocidos por los clientes	
25/12/23 - 28/12/23	Actualización presentación de líderes	Se actualiza la presentación en Power Point con la información de la encuesta NPS para que la directora la presente a los demás directores de la organización	Esta actividad como las demás sirvieron para fortalecer habilidades ofimáticas en este caso en la herramienta Power Point

Nota: Elaboración propia con información del sexto mes (2023).

3. Reflexiones sobre la experiencia de práctica

En este apartado se presentan algunas consideraciones de la práctica profesional desde tres perspectivas, en primer lugar, desde el proceso o acompañamiento al área de *Customer Experience (CX)* encargados de los clientes a registrar la información de cada reunión o compromiso que sea asignado con el cliente; en segundo lugar, desde lo teórico, se pretende realizar un acercamiento al campo de la calidad al servicio al cliente y la experiencia de estos dentro de las organizaciones, tomando en cuenta que este aspecto es muy relevante para *ManpowerGroup*, con teorías aportadas entre otros, por Macias (2017) y Couso (2015); finalmente, en tercer lugar, se reflexiona desde las acciones realizadas durante el desarrollo de la práctica profesional.

3.1 Sobre el proceso o situación a resolver

El proceso en el cual se participa durante el desarrollo de práctica profesional es el de acompañar el área de *Customer Experience (CX)*, encargados de los clientes a registrar la información de cada reunión o compromiso que sea asignado con el cliente, hacerle seguimiento al cliente y realizar acercamiento con aquellos posibles clientes que serían las llamadas de preventa y llamadas de seguimiento para saber en qué estado se encuentra el servicio de *ManpowerGroup*.

Se identifica que dentro de la empresa el cliente es una parte fundamental, pero las acciones no sólo deben enfocarse a identificarlas como posibles clientes mediante llamadas de preventa y llamadas de seguimiento sólo como potenciales ingresos, sino que todas las actividades deben estar enfocadas responder a sus necesidades y así mismo satisfacerlas; si bien se toma en cuenta sus experiencias con los servicios prestados incluso de forma directa con los empleados, siempre se deben aceptar sus sugerencias y reclamos, tomando en consideración que son ellos la parte esencial de cualquier empresa, porque sus recomendaciones son pilares para seguir en proceso de crecimiento y no se estanque y quede por debajo de la competencia.

Además, se debe priorizar el trabajo del cliente interno, si bien parte de las actividades se enfocan en el cliente externo, el interno es aquel que satisface sus necesidades personales, es decir el talento humano, estos también requieren de estrategias dirigidos a potencializar y dar oportunidades de crecimiento, autoestima, profesional con miras a que este sea una estrategia organizacional para mejorar la experiencia con el cliente externo; en este punto, se destaca que *ManpowerGroup* realiza un constante seguimiento al conjunto de experiencias que tienen los clientes

con las diferentes marcas y servicios, pero también debe involucrar al talento humano, buscando detectar las oportunidades de mejora y así poder mejorar o tomar correctivos a tiempo siempre con la fiel intención de mejorar la experiencia de los clientes.

3.2 Desde lo teórico y lo conceptual

Desde el componente teórico y conceptual, se pretende realizar un acercamiento al campo de la calidad al servicio al cliente y la experiencia de estos dentro de las organizaciones, tomando en cuenta que este aspecto es muy relevante para *ManpowerGroup*.

En ese orden de ideas, el servicio al cliente debe considerarse no solo como una acción dirigida hacia ellos, sino la forma en que se le presta los servicios, todo ello porque el cliente valora la calidad en la atención que recibe, de ahí que la calidad de su experiencia se refleja en la percepción que ofrece de la empresa (Botero & Peña, 2008); en ese sentido, las empresas deben realizar acciones para atender las sugerencias o consejos que ofrece el cliente para poder mejorar la prestación del servicio, esto significa que toda acción empresarial debe estar dirigida a lograr la satisfacción de la experiencia del cliente (Macías, 2017).

En relación con eso, la calidad de la forma en que se presta el servicio al cliente debe sustentarse en políticas, normas y procedimientos al interior de las empresas que involucren a todos los activos, incluyendo a los clientes (Couso, 2015); toda actividad debe estar basada en las características y las necesidades del cliente, esto permite que sea su experiencia satisfactoria, por lo tanto, las estrategias del servicio deben diseñarse de forma específica para cada cliente; así las cosas, la estrategia de servicio debe basarse en la atención de la gente de la organización hacia las prioridades reales del cliente, inclusive, si las actividades de un trabajador no requiere de estar en contacto directo con el cliente (Solórzano & Nereida, 2019).

Para Meyer & Schwager (2007) la experiencia del cliente es de manera generar una respuesta de los clientes interna y subjetiva cualquier contacto directo o indirecto con una empresa, la forma en que se presta el servicios y como estos son tratados dentro de la organización, cabe indicar que para estos autores, la experiencia no solo es la venta, sino por el proceso en que estos son tomados en cuenta para la toma de decisiones de las empresas; por ello la experiencia no solo debe estar enfocada en la venta sino al contacto directo que se llega a este, a un

cliente que llega de manera inesperada, por recomendación de un amigo, publicidad o reseñas, todas ellas hacen forma de la construcción de la experiencia del cliente.

Por su parte, Becker & Jaakkola (2020) definen también la experiencia del cliente como una reacción y de forma directa una respuesta a los estímulos particulares relacionados con la oferta ofrecida, es decir a las estrategias que planea al empresa para ser más atractivo ante el cliente; para Blackstock (2018) la experiencia del cliente es más bien una impresión que deja a su cliente del servicio, del producto, de la forma de atención, de la calidad del servicio; es decir que el cliente recorre múltiples puntos de contacto y de atención que terminan por influir en la experiencia del mismo.

En contexto con la empresa *ManpowerGroup*, las actividades realizadas en la práctica van enfocados a determinar el nivel de satisfacción de cliente, su percepción y las posiciones que tienen sobre la empresa y sus empleados, esta actividad va enfocada a lo que indica Cabezas (2023) para quien la experiencia del cliente, es la evaluación de los atributos de sus tratos directos e indirectos con el cliente, lo cual explica su lealtad de comportamiento a través de compras repetidas, de las recomendaciones, de las evaluaciones positivas que aplican sobre la empresa, que al final la práctica profesional demostró que es la base fundamental de la empresa, el contacto directo con el cliente y la identificación de su percepción.

En este sentido, el talento humano de la empresa forma un papel importante cuando de experiencia del cliente se trata, al igual que para la empresa *ManpowerGroup*, debido a que en gran medida el trabajo de práctica consistía en identificar la percepción del cliente sobre este, por lo que para la compañía era importante hacerle saber de dichas experiencias de su labor con el consumidor final; en esta línea, para Sánchez (2017) en toda organización el capital humano es un elemento fundamental no solo para el cumplimiento efectivo de los objetivos empresariales, sino para mejorar su relación con el cliente, por ello, es importante adelantar estrategias de capacitación para que cada uno pueda ampliar los conocimientos, habilidades y destrezas necesarias en el desempeño de sus funciones inherentes a cada cargo.

Es fundamental, que cuando se habla de calidad del servicio y de aumentar de forma positiva la experiencia del cliente, todo sistema debe motivarse sobre el desempeño de sus funciones, cuando este es motivado no solo desde sus superiores sino desde los mismos clientes, permite que dentro de las organizaciones exista una mejor calidad de servicio; para Najul (2011) cuando el trabajador tiene a su cargo la difícil tarea de atención al cliente, este además de tener unas cualidades específicas para ello, debe tener una autoestima alta,

motivación al logro, capacidad de enfrentar las dificultades, capacidad de escuchar a sus clientes sin descalificarlos con miras a potencializar su atención satisfactoria al cliente, para ello la capacitación y la motivación constante es prioritario.

En conclusión, para la empresa *ManpowerGroup* resulta importante dos vías desde el punto de vista de la actividad como practicante: por un lado, la búsqueda de acciones para asegurar la percepción del cliente tanto con la empresa como para los trabajadores, con ello, la búsqueda constante de nuevos potenciales clientes; pero también, por otro lado, el reconocer a los empleados sobre sus actuaciones frente al cliente, esto permite que aumente la motivación del trabajo y con ello mejore sus actividades dentro de la organización, mejorando la calidad del servicios y con ello la satisfacción y la experiencia del cliente con éste y con la empresa.

3.3 Sobre las acciones del practicante

Se considera que tanto las actividades y tareas asignadas por *ManpowerGroup* en el proceso de práctica profesional han sido acordadas de acorde al nivel de formación profesional, en ese orden de ideas, todas las acciones operativas durante los 5 meses, que incluye el manejo del portal de clientes el cual es una página web necesaria para cumplir con el objetivo de la práctica y de la formación profesional, entre tanto también, se le ha permitido su participación en actividades de índole estratégico como la presentación de informes o acercamiento con aquellos posibles clientes para saber en qué estado se encuentra el servicio de *ManpowerGroup*, lo que permite una inmersión en realidad organizacional mientras se aplican los conocimientos adquiridos durante el pregrado.

Por otra parte, es importante resaltar que durante el proceso de práctica profesional se ha realizado sesiones de capacitación sobre las acciones que se realizaron durante la práctica profesional, haciendo un seguimiento de las actividades directas y específicas dentro de cada mes que duro la práctica, con miras a potencializar el rendimiento y los conocimientos adecuados para el pregrado; así mismo, cuando hubo lugar, se realizó retroalimentación por parte de la coordinación de prácticas, y del jefe directo de *ManpowerGroup* para mejorar las posibles debilidades encontradas.

Cabe destacar que, si bien las tareas esenciales fueron acordadas, durante el desarrollo de la práctica profesional se le ha encargado tareas que en un principio no fueron establecidas por el área, pero que para el desarrollo de las actividades acordadas se requerían el apoyo; pero al final son actividades acordes con el desarrollo de la practica acordada y en beneficio a los conocimientos que debe adquirir durante la práctica para su gestión profesional y académica.

4. Recomendaciones

En este punto, según la experiencia de la práctica profesional se presentan las recomendaciones tanto a la organización, al área y a los procesos de práctica.

4.1 A la organización o al área sobre el proceso

Se recomienda a la organización potenciar la comunicación entre las áreas de la organización, en especial dentro de las funciones y responsabilidades del área de *Customer Experience (CX)* están en el conocimiento del cliente, para ello se debe mejorar las herramientas y metodologías de innovación y diseño que permitan comprender los diferentes tipos de clientes, si bien el área de CX tiene relacionamiento directo con las marcas *Manpower, Experis y Talent Solutions* encargadas específicamente al cliente externo, se debe realizar mejorar para también realizar seguimiento al cliente interno, ya que estas son las encargadas del relacionamiento con el cliente, y generar estrategias para su mejoramiento en miras de aumentar el desempeño, la agilidad y satisfacción que se tiene con el servicio.

De igual forma, es importante aumentar los niveles de capacitación dentro de la compañía, con el fin de que cada persona que éste dentro de la organización posea un nivel de experiencia y conocimientos suficientes para dar respuesta a las necesidades de los clientes.

Finalmente, se recomienda a la organización *ManpowerGroup* continuar fomentando el proceso de contratación para actividades de práctica profesional, con el objetivo potencializar las relaciones entre la empresa y la universidad, además de generar espacios de aprendizaje con conocimiento práctico, dentro de las diferentes áreas de la empresa, así como fomentar el trabajo en diversas áreas para potencializar el conocimiento académico del aprendiz.

4.2 A los procesos de práctica

Con respecto al área específica donde se desarrolla la práctica, es recomendable poder incentivar la participación de los aprendices durante el trabajo de práctica profesional, con miras a que se desarrollen capacidades acordes a la profesión no solo en un proceso en específico, sino dentro de las diferentes áreas de la administración, con el objetivo de poder enriquecer el aprendizaje en la práctica profesional y darle al practicante más herramientas para sus ejercicios profesionales y académicos en estudios futuros.

Es importante, que dentro del trabajo de práctica dentro de la empresa pueda dársele una mayor autonomía cuando se delegan las actividades y tareas, con miras a poder detectar efectivamente las habilidades que posee para el desarrollo de dichas funciones, ello permite no sólo hacer más eficiente el manejo del tiempo dentro del desarrollo de las actividades destinadas en la práctica, sino que también se pueda desarrollar otras habilidades individuales acordes a su formación profesional.

Finalmente, es importante fortalecer el acompañamiento de bienestar durante el periodo de estancia de los practicantes dentro de las empresas, con el fin de poder garantizar que las funciones y el tratamiento dentro del desarrollo de la práctica profesional, sean acordes a los niveles académicos de la universidad; en otras palabras, que se pueda verificar que las actividades realizadas dentro de las empresas sea provechoso tanto para la organización como para el desarrollo académico y profesional del practicante.

Referencias

- Becker, L., & Jaakkola, E. (2020). Customer experience: fundamental premises and implications for research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(4), 630-648.
- Blackstock, S. (2018, 07 24). *Customer Service vs. Customer Experience: Explained*. Retrieved from Helpscout: Recuperado de <https://www.helpscout.com/blog/customer-service-vs-customerexperience/>
- Botero, M., & Peña, P. (2008). Calidad en el servicio: el cliente incógnito. *Revista Suma Psicológica*, 13(2), 217-228.
- Caballero, F. (2016, 01 24). *Sector terciario o servicios*. Retrieved from Economipedia: Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/sector-terciario-servicios.html>
- Cabezas, J. (2023). *Diseño de un modelo de gestión de la experiencia del cliente para el área de fortalecimiento empresarial de la cámara de comercio de Cúcuta*. Medellín: Repositorio Universidad EAFIT.
- Couso, P. (2015). *Atención al cliente: guía práctica de técnicas y estrategias*. Ideaspropias Editorial SL.
- Macías, M. (2017). *Gerencia del servicio. 3a. Edición: Alternativa para la competitividad*. Ediciones de la U.
- Meyer, C., & Schwager, A. (2007). Comprendiendo la experiencia del cliente. (Spanish). *Harvard Business Review América Latina*, 3-12. Recuperado de <https://as02matic.files.wordpress.com/2012/02/003-comprendiendo-laexperiencia-del-cliente.pdf>.
- Najul, J. (2011). El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio. *Observatorio Laboral Revista Venezolana*, 4(8), 23-35.
- Sánchez, T. (2017). *Recursos humanos: dirección y gestión de personas en las organizaciones*. Ediciones Octaedro.
- Solórzano, G., & Nereida, J. (2019). Importancia de la calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresasSolórzano. *El Buzón de Pacioli*, 1-36. Recuperado de chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfndmkaj/https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no82/pacioli-82.pdf.