

Informe práctica profesional - RAPPI S.A.S

NUEVAS ESTRATEGIAS INTERNACIONALES PARA OPTIMIZAR RESULTADOS EN
EL EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR
VALENTINA MANTILLA DIOSA

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
DIVISIÓN DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
BOGOTA D.C
2022

Informe práctica profesional - RAPPI S.A.S

NUEVAS ESTRATEGIAS INTERNACIONALES PARA OPTIMIZAR RESULTADOS EN
EL EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR
VALENTINA MANTILLA DIOSA

ESTE TRABAJO ES PRESENTADO CON LA FINALIDAD DE OBTENER TÍTULO
PROFESIONAL EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

TUTOR:
MARCO TULIO

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
DIVISIÓN DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
BOGOTÁ D.C
2022

AGRADECIMIENTOS

Informe práctica profesional - RAPPI S.A.S

Quiero agradecer principalmente a mis papás y mi hermana por el apoyo incondicional en el transcurso de mis estudios; a mi novio y mi hija por ser parte de este camino y acompañarme durante el proceso para cumplir este sueño en mi vida.

Agradezco a la compañía RAPPI S.A.S especialmente a mi líder Camilo por hacerme parte de su equipo de trabajo y permitir arriesgarme, poner a prueba mis conocimientos y confiar en mí; excelente empresa con un gran aporte en mi vida.

Gracias a la Universidad Santo Tomás de Bogotá y a todos los docentes que hicieron parte del proceso de formación académica durante estos años, su entrega y paciencia en el aprendizaje, por prestar las herramientas necesarias para cursar mis estudios.

Por último y no menos importante agradezco a Dios por estar presente durante todo este proceso y acompañarme a diario en mi vida profesional, laboral y personal.

RESUMEN	6
ABSTRACT	7
OBJETIVOS	8
1.1 Objetivo General	8
1.2 Objetivos específicos	8
PERFIL DE EMPRESA	9
2.1 Historia	9
2.2 Misión	9
2.3 Visión	9
2.4 Ubicación geográfica	9
ANALISI DOFA	10
CARGO Y FUNCIONES DESEMPEÑADAS	10
4.1 Cargo asignado	10
4.2 Funciones desempeñadas	10
PLAN DE MEJORA	11
5.1 Problema encontrado	11
5.2 Plan de mejora	12
5.3 Mi aporte en la empresa	17
CONCLUSIONES	18
REFERENCIAS	19

GLOSARIO

Aliado: Se denomina con este nombre al restaurante que hace parte de la plataforma de Rappi.

Availability: Conectividad del aliado

Credenciales: Usuario y contraseña de plataformas

Churn: Es un estado de los restaurantes, se da cuando pasado un mes de estar en Rappi solo se quedaron con una venta durante los primeros 30 días.

Feedback: Retroalimentación

Hunter: Persona encargada de realizar los contratos con los restaurantes que desean inscribirse a Rappi.

Okrs: Metas u objetivos establecidos para ser cumplidos en un periodo de tiempo, en este caso mensual.

RESUMEN

En el presente informe se da a conocer el proceso de prácticas desempeñadas dentro de la compañía Rappi S.A.S en el departamento de Early Success con la finalidad de obtener el título Profesional en Negocios Internacionales. En el documento encontrará un proceso cronológico donde a detalle se explicará lo encontrado, analizado y obtenido durante diferentes periodos de tiempo.

De acuerdo a los conocimientos adquiridos durante el transcurso de la carrera profesional, se aportará de forma positiva a la empresa los procesos adecuados con el fin de mejorar las falencias percibidas.

Palabras claves: *proceso, prácticas, conocimiento, periodos.*

ABSTRACT

This report discloses the internship process carried out within the company Rappi S.A.S in the Early Success department in order to obtain the Professional degree in International Business. In the document you will find a chronological process where what is found, analyzed and obtained during different periods of time will be explained in detail.

According to the knowledge acquired during the course of the professional career, the appropriate processes will be positively contributed to the company in order to improve the perceived shortcomings.

Keywords: *process, practices, knowledge, periods.*

1. OBJETIVOS

1.1 Objetivo General

Establecer procesos de capacitación y seguimiento a los agentes comerciales para lograr una contactabilidad exitosa con los aliados de los diferentes países.

1.2 Objetivos específicos

- Liderar los procesos realizados dentro del departamento de calidad.
- Capacitar a los agentes comerciales para mejorar su gestión y aumentar su contactabilidad exitosa
- Apoyar los procesos que requieren ayuda de otras áreas
- Realizar actividades que fomenten la integración de diferentes culturas y cómo realizar negociaciones con otros países

2. PERFIL DE EMPRESA

2.1 Historia

Rappi fue fundada en Bogotá en el año 2015 por Simón Borrero, Sebastian Mejia y Felipe Villamarin, la aplicación inicia como una despensa digital y se da a conocer por medio de un grupo de personas en las calles de Bogotá incitando a descargar la APP a cambio de donas, es allí en ese momento cuando empieza el crecimiento de una gran aplicación.

2.2 Misión

“Nuestra misión es impulsar el desarrollo económico en las ciudades de América Latina acelerando la adopción del comercio electrónico. Creemos que la tecnología y la innovación serán el principal catalizador del progreso en América Latina, impulsando la productividad, generando empleo, nuevos negocios y haciendo crecer la economía. Estamos orgullosos de liderar este cambio.

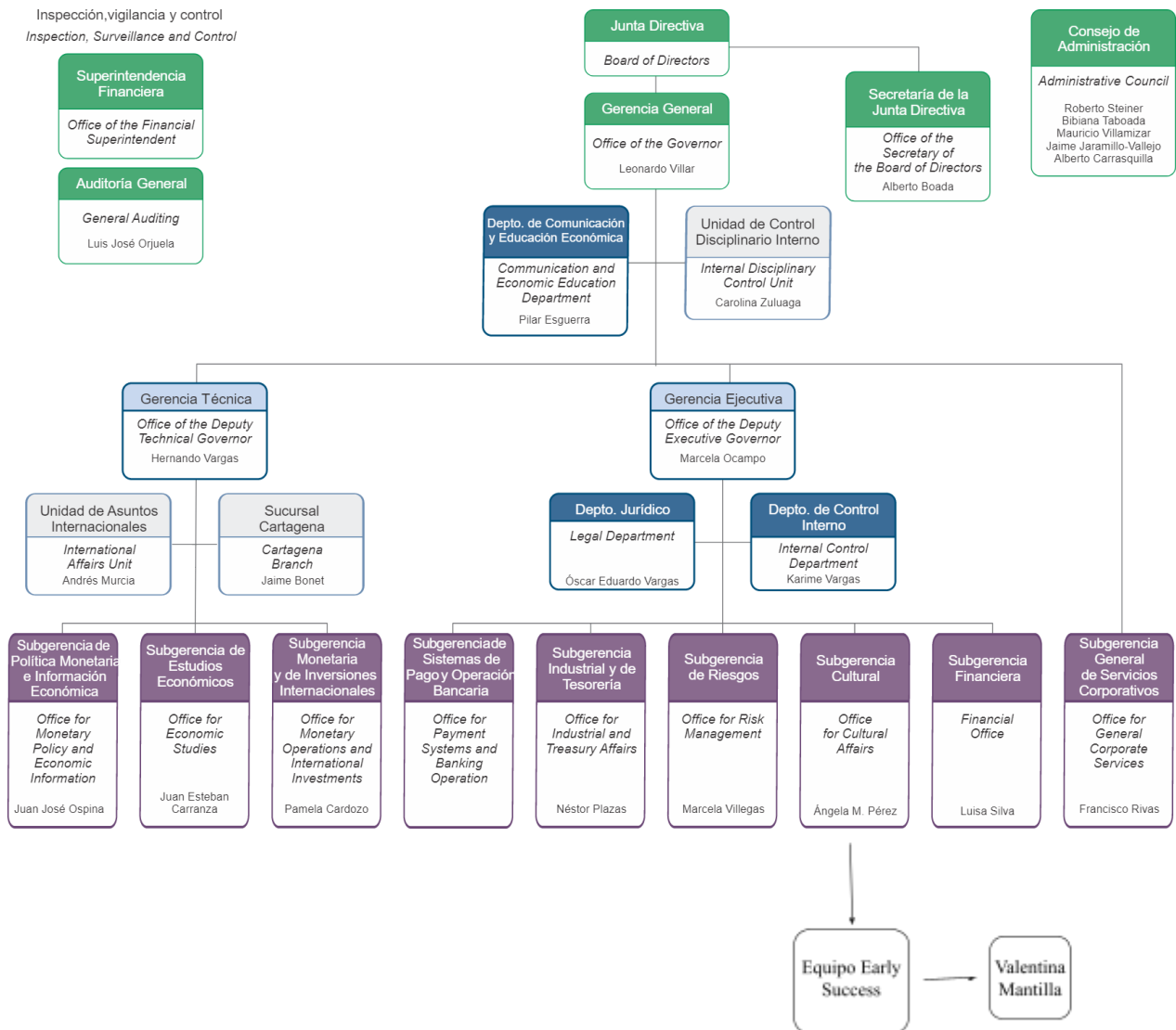
Rappi no es solo una empresa... Es un movimiento para el crecimiento económico.”

(RAPPI S.A.S 2022)

2.3 Visión

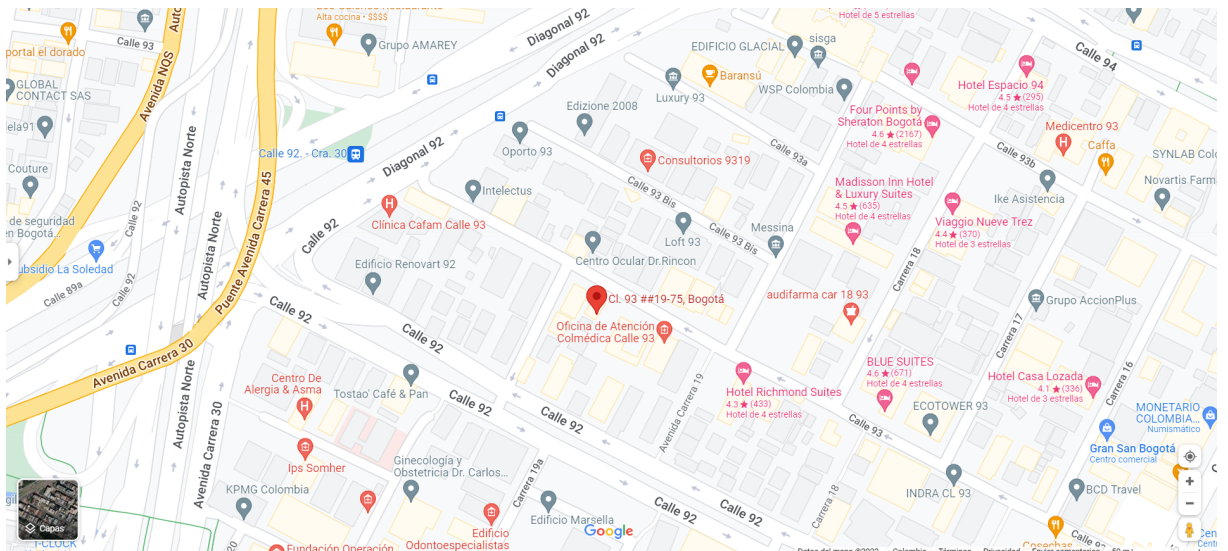
“Estamos creando un equipo diverso de personas talentosas y apasionadas que se sienten cómodas de ser ellas mismas y se comprometen a lograr un objetivo común: ser la tienda de todo de América Latina.” (RAPPI S.A.S 2022)

2.4 Organigrama



2.5 Ubicación geográfica

La oficina principal de Rappi S.A.S se encuentra ubicada en la ciudad de Bogotá en la Calle 93 # 19 - 75



3. ANALISIS DOFA

<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Informalidad de trabajo, específicamente con los Rappitenderos ● Falta de atención que se brinda a sus aliados ● Le brindan mayor importancia a las grandes marcas y muy poca a emprendimientos 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Expandirse más a nivel nacional e internacional ● Crear nuevas alianzas con restaurantes importantes
<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Maneja verticales diferentes, no sólo restaurantes ● Posicionamiento a nivel internacional en diferentes países ● Tiene como imagen a un cantante muy reconocido ● Posee acuerdos comerciales con grandes marcas de restaurantes ● Membresía para sus clientes frecuentes ● Tarjeta de crédito propia 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Ingreso de competencia nueva ● Inseguridad, usan su nombre e imagen para robar

4. CARGO Y FUNCIONES DESEMPEÑADAS

4.1 Cargo asignado

Mi cargo dentro de Rappi S.A.S es AGENTE JUNIOR POST SALES, pertenezco al equipo Early Success, encargado de los aliados nuevos con menos de 30 días en la plataforma.

4.2 Funciones desempeñadas

- Brindar un acompañamiento estratégico comercial a los Aliados nacionales e internacionales con el fin de aportar al crecimiento y desarrollo de estos.
- Contactar oportuna y eficientemente diferentes bases de datos para garantizar la consecución de OKRs y actividades del área.
- Actualización continua de la información de los aliados en el CRM de la compañía.
- Dar alcance oportuno a las diferentes solicitudes que pueda presentar un aliado.
- Hacer seguimiento de gestiones de mis compañeros para verificar si está cumpliendo con el proceso de gestión establecido.
- Auditar llamadas de mis compañeros para comprender cuales pueden ser sus fallas durante la gestión
- Realizar capacitaciones y actividades de integración, adicionalmente explicar la importancia de las diferencias culturales para lograr una buena comunicación con los aliados

5. PLAN DE MEJORA Y SEGUIMIENTO

5.1 Problema encontrado

Yo inicie a laborar con Rappi S.A.S en el mes de Agosto de 2021, pude ser parte de dos equipos diferentes, después en Diciembre de 2021 paso a mi actual equipo de trabajo Early Success y en Febrero de 2022 doy inicio a las prácticas profesionales, en este periodo de tiempo pude evidenciar ciertas falencias dentro de la compañía. Empiezo a notar que el equipo no está cumpliendo con los Okrs establecidos y la productividad está por debajo de lo establecido, a diario se deben realizar 20 gestiones en lo posible que sean contactos efectivos, pero no se cumple con la contactabilidad diaria, al pasar las semanas el nivel de exigencia aumenta y se empieza a cumplir con la contactabilidad pero el 70% eran no efectivas y eso aún seguía afectando los Okrs.

No hay un seguimiento o un control sobre la productividad que realizan los agentes, solamente confiar en los datos que se suben a diario, es por ese motivo que determinó que es importante realizar una verificación de las gestiones que se realizan, ya que, los resultados no estaban siendo los esperados, adicionalmente en este proyecto se trabaja con todos los países donde está presente Rappi menos Brasil pero hay agentes que solo han manejado un país y sienten inseguridad al trabajar con otros países diferentes.

5.2 Plan de mejora

Teniendo claro el problema, se propone crear un departamento de calidad para revisar las gestiones realizadas por los agentes comerciales, capacitarlos en las falencias que se están presentando, apoyar durante su proceso de gestión y realizar un seguimiento de las tipificaciones por agente.

Primer mes (Febrero 2022)

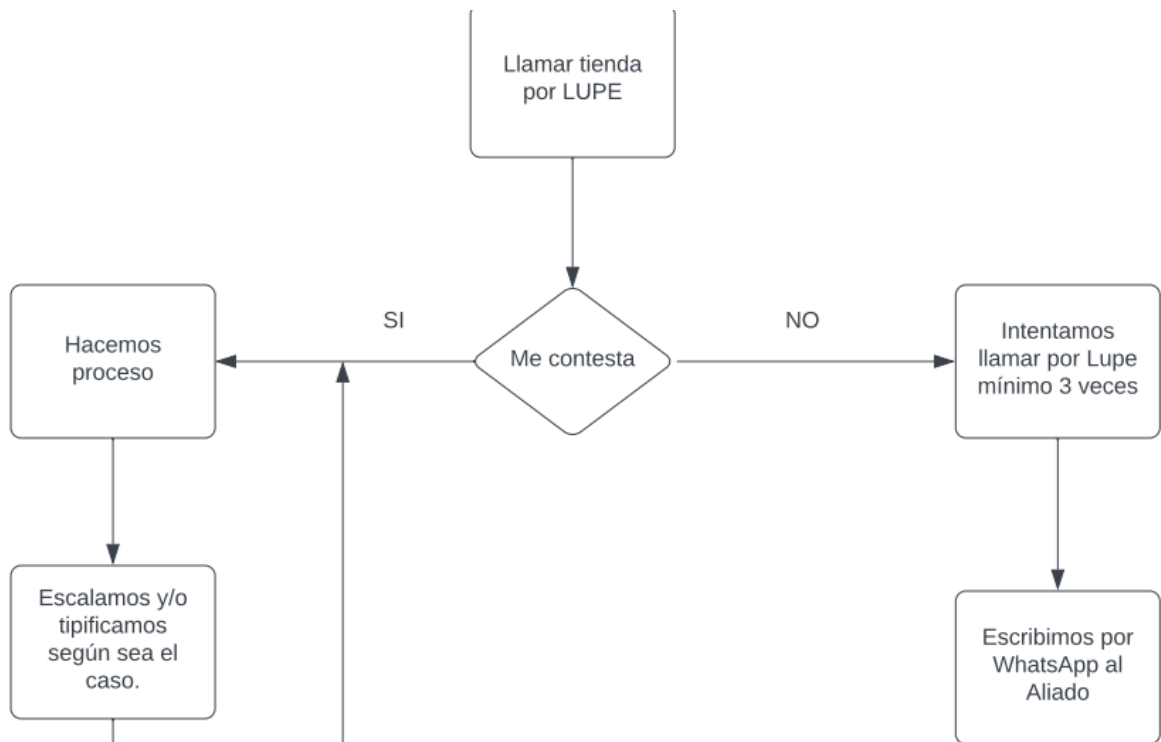
En principio, se comienza a realizar pruebas piloto en la plataforma que usamos para llamar (LUPE) para verificar que realmente esté funcionando a un cien por ciento y que todas las gestiones queden grabadas en el sistema. Se presenta a los agentes

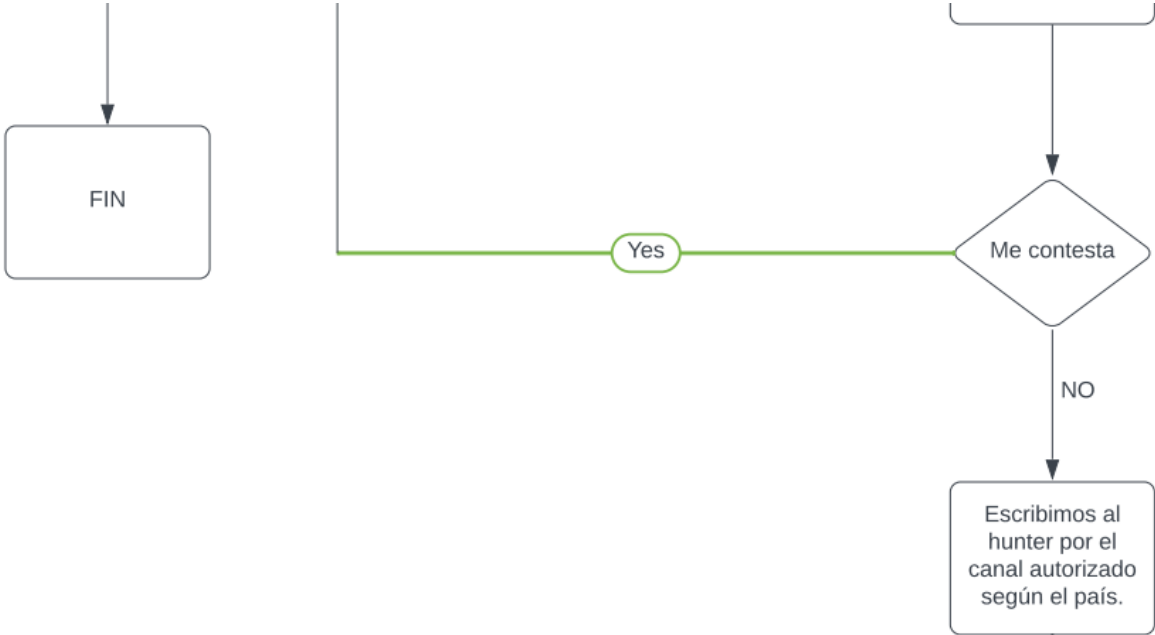
como se debe realizar el análisis de llamada (figura 1) y el flujo de llamada (figura 2), se aclaran dudas y se practican ejemplos.

Figura 1. Análisis de llamada

Análisis de llamada			
Availability			
Tener en cuenta en qué semana se encuentra la tienda. Debemos analizar e identificar las siguientes características de la store			
Capacitación	Credenciales	Tipo de dispositivo	Horarios
Identificar si el aliado sabe usar las plataformas de Aliados y Partners. Enviar videos de uso de plataformas.	Aseguramos que el aliado tenga sus credenciales e identificar cuales son las que le hacen falta. (Aliados y/o partners).	¿Qué dispositivo usa?	Validar que los horarios que maneja el aliado son los mismos que están en cms.
Posibles Respuestas -Sabe usarlas -No sabe usarlas	Posibles Respuestas - Si las tiene y las usa Si las tiene pero no las usa Las tuvo pero no las recuerda No las tiene	Posibles Respuestas Celular Tablet o computador No tiene dispositivo	Posibles Respuestas -Horarios correctos Horarios incorrectos Abre/cierra Antes/después Horarios correctos, aliado decide modificarlos
Solución Enviar material de entrenamiento y realizar capacitación asegurándonos que esto incentive al aliado a conectarse a la app. Videos Capacitación	Solución Generar credenciales por Partners o solicitarlas por el canal de slack #activaciones_team_restaurants. Aseguramos que funcionan ingresando a Rappi Aliados. Enviarlas junto a videos de entrenamiento.	Solución Ir al link de cada respuesta	Solución Corregir horarios por cms o partners.

Figura 2. Flujo de llamada





Segundo mes (Marzo 2022)

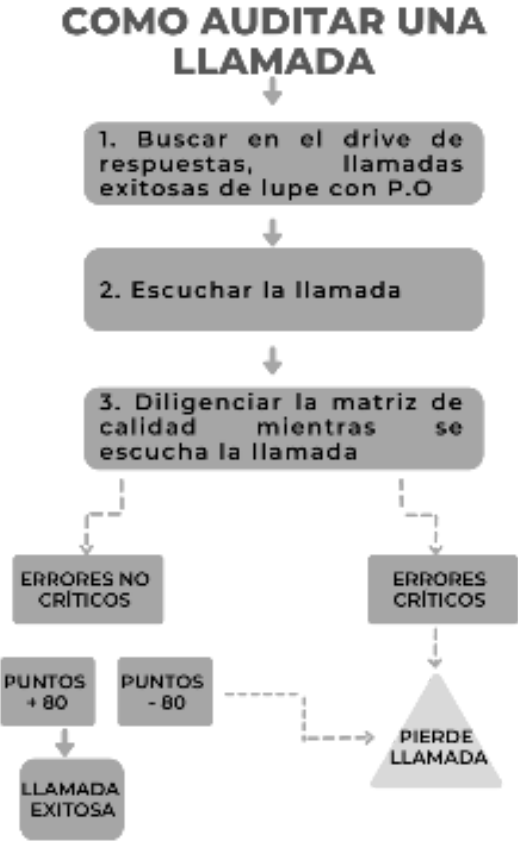
Después de explicar como es el proceso correcto que se debe realizar a diario, se inicia el seguimiento a los agentes que presentan la productividad más baja, se tiene en cuenta para este seguimiento: escuchar las llamadas realizadas, hora de inicio de llamadas, hora de inicio de tipificación de gestiones, si se está tipificando de manera correcta el formulario, si se está realizando el flujo de llamada correcto y el análisis de llamada adecuado.

De los resultados obtenidos se evidencia que la plataforma LUPE estaba siendo usada para fines no laborales, preferían escribir por WhatsApp y no llamar a los aliados, no se realizan intentos de llamadas, estaban iniciando gestiones a las 2:00pm o más tarde, siendo estos problemas los causantes de los malos resultados para lograr cumplir con el objetivo. Se pasa un reporte a mi líder para que sea él quien inicie un proceso más detallado con cada uno de los agentes con estas falencias y analizar cuál es realmente el problema para realizar la gestión.

Tercer mes (Abril 2022)

Se inician a auditar llamadas al azar de cada uno de los agentes, la idea es poder realizar estas auditorías todos los días por lo menos 2 llamadas por agente para esto, se organiza el flujo de auditar (figura 3), el paso a paso que se debe tener en cuentas para lograr una buena auditoria.

Figura 3. Flujo para auditar



Después se crea una matriz de calificación en la cual se encontrarán ítems importantes para calificar en cada gestión, todas las llamadas inician con la mayor puntuación (100) y a medida que se va dando la llamada se tienen en cuenta los ítems, estos ítems se dividen en dos: errores no críticos y errores críticos, los errores críticos disminuyen calificación de llamada y los errores no críticos son aquellos que son imperdonables durante el proceso de llamada y harán que la llamada se pierda inmediatamente. La matriz será utilizada también para realizar el feedback a los

agentes de como están realizando sus gestiones y ellos puedan darse cuenta de sus fallas.

Figura 4. Matriz de Calificación EarlySuccess

FECHA	MATRIZ DE CALIFICACIÓN EARLYSUCCESS				GESTIÓN DE SERVICIOS	
					Agente:	Auditor:
ATRIBUTOS	DESCRIPCIÓN	Si	No	PONDERACIÓN	DESCRIPCIÓN	
PROTOCOLOS	Se presenta de manera adecuada con el restaurante (indicando su nombre y recordación de marca)			5		
	Utiliza una despedida adecuada utilizando terminos de cortesía y de manera formal con el usuario / cliente.					
PERSONALIZACIÓN	El aliado esta en constante comunicación y no queda en espera			10		
	Personaliza la llamada utilizando titulos de respeto correctos al dirigirse al cliente.					
ESCUCHA ACTIVA	Escucha con atencion la información que el restaurante suministra.			20		
	Esta atento a la llamada y no hace repetir al restaurante informacion mas de una vez sin justificacion					
AMABILIDAD Y CORTESIA	Utiliza conectores y palabras de cortesía telefonica			10		
	Deja hablar al aliado y no lo interrumpe					
EXPRESION VERBAL	Sonrisa telefónica			10		
	Hace uso del buen lenguaje sin utilizar muletillas					
Total de puntuación Errores no críticos						

Para realizar los feedbacks, también conocido como retroalimentación, se determina un paso a paso (figura 5), aquí es importante contar con la opinión del agente y así mismo que sea él /ella mismo quien determine cuáles son sus errores y resalte sus cualidades. La persona que vaya a realizar el feedback debe ser una persona determinante y con autoridad pero a su vez con mucha prudencia y sutil para no entrar en diferencias con los agentes.

Figura 5. Paso a paso de un Feedback

COMO REALIZAR FEEDBACK

1. Crear un meet de 20 minutos con el asesor y su líder



2. Poner en reproducción la llamada auditada



3. Finalizada la llamada, pedimos opinión al asesor acerca de su gestión durante la llamada



4. Compartimos pantalla y enseñamos el feedback y la calificación de la gestión realizada por parte del asesor en la llamada

Cuarto mes (Mayo 2022)

Se inician capacitaciones todos los días para los agentes, donde se ven temas importantes para mejorar y optimizar la gestión de todos como por ejemplo:

- Optimización del tiempo
- Cómo actuar ante los reclamos
- Neuromarketing
- Cómo lidiar con aliados difíciles
- Intercambio cultural con Chile
- Intercambio cultural con Argentina
- Servicio al cliente

→ Control de emociones

Es importante que a parte del buen servicio al cliente, los agentes también entiendan la diferencia intercultural con los países, que cada aliado se trata diferente dependiendo del país a negociar, partiendo desde las zonas horarias hasta el léxico que se se debe manejar, palabras que es mejor no decir y estrategias de negociación de acuerdo a cada cultura, para esto primero se escoge un representante de cada país para que me retroalimente de como es la mejor forma de negociar y despues comparto esta información a mis compañeros por medio de una presentación, así mismo, me baso en la experiencia que tengo con estos países, ya que, la mayoría solo había trabajado con Colombia y México y yo tenía mayor experiencia en todo conosur.

En este mes también se implementó un cronograma para tener un orden de las capacitaciones y actividades que se iban a llevar a cabo

5.3 Mi aporte en la empresa

Siempre demostre un apoyo incondicional en el proceso de trabajo de mis demás compañeros, solucionando ciertas inquietudes que pudieran tener para lograr un desempeño exitoso y correcto dentro de sus gestiones, no solo apoye a mis compañeros, también a mi líder con quien logre una excelente relación laboral y me confió información importante para lograr este proyecto de crecimiento para el equipo y la empresa.

Gracias a lo implementado se ha logrado detectar las fallas que presentan los agentes durante su gestión y de esta manera poder corregir y capacitar para que el margen de error sea mínimo y garantice mejores resultados, nos ayuda a detectar si la falla realmente es del agente o de los procesos que son ajenos a nuestro equipo de trabajo para pedir apoyo con otros departamentos.

Se evidencia la optimización del tiempo y una mejor organización para la realización de gestiones diarias

6. CONCLUSIONES

- Se logra organizar y estructurar diferentes procesos para el departamento de calidad que se quiere crear.
- A través de las capacitaciones se logra aportar información más precisa y detallada que nos ayuda a consolidar un equipo de trabajo con mayor conocimiento y seguridad para realizar las gestiones.
- Se rompen barreras para negociar con diferentes países de LATAM
- Los agentes entienden y asimilan que somos nosotros quienes debemos adaptarnos a la cultura y costumbres del país al que vamos a negociar, ya que somos nosotros quienes estamos entrando en el mercado natural de ellos.
- Minimizan los errores durante las llamadas, gestiones y tipificaciones de los agentes por la constante ayuda y acompañamiento durante su labor

7. REFERENCIAS

Visión, Rapii 2022 <https://www.rappi.com/jobs/our-culture>

Mision, Rappi 2022 <https://about.rappi.com/es/quienes-somos/nuestra-historia>