



LA GENERACIÓN CALL CENTER EN COLOMBIA:
¿NO HAY MÁS OPORTUNIDADES?

SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN DE PREGRADO

ESCUELA EN FORMACIÓN EN INVESTIGACIÓN

ELABORADO POR:

DANIELA ALEJANDRA PERDOMO HERRERA

MARÍA JOSÉ TAPIAS ORTIZ

Tutora

SIERRA VILLAMIL GLORIA MARIA

2023

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Antecedentes

Los Call Center nacieron en el siglo XX como solución a una necesidad de expansión de la comunicación entre una empresa y los clientes que la rodean, lo que daría paso a los inicios del Telemarketing como se conoce hoy en día. En 1960, se empezaron a emplear mujeres para promocionar bienes por teléfono de empresas específicas, lo cual fue evolucionando conforme pasaba el tiempo hasta que la demanda por servicios de atención al cliente fue tan grande que se crearon empresas independientes deslindadas de las compañías que necesitaban aquellos servicios (Micheli, 2007). Por medio de la globalización y digitalización de los medios, los trabajos de Call center se volvieron cada vez más importantes en las salidas laborales de países como Colombia.

Desde los años 90, este sector se asentó en el país con el propósito de brindar modernidad a la atención al cliente y en el año 2001 creció al punto de crearse la Asociación Colombiana de Contact Centers (ACCC, ahora asociación colombiana de BPO), la cual “representa y protege los intereses de sus asociados, contribuyendo al fortalecimiento de la industria de los BPO” (Paternina, 2011).

Actualmente, el sector de atención al cliente genera una gran cantidad de empleo en Colombia e incluso interfiere sobremanera en el PIB del país. De acuerdo con Procolombia, el sector de BPO “cuenta con alrededor de 583 mil empleados y crece alrededor de 3,8% a nivel anual, siendo las sedes más comunes en Bogotá, Medellín, Barranquilla y el Eje Cafetero (Procolombia, 2020).

Adicionalmente, al ser la mayoría de Call center proveedores de ventas a nivel internacional, países como Estados Unidos son el mayor interesado en la atención al cliente, por sus precios competitivos y calidad en el servicio (Procolombia, 2020).

De acuerdo con la Agencia de Información Laboral, “el 60% de los empleos que se generaron en Colombia entre 2002 y 2016 fueron ocupaciones de nivel medio de habilidad” (AIL, 2019), en el cual se encuentran los trabajadores de servicios y ventas. Sin embargo, la misma agencia asegura que las personas entran al mundo laboral empresarial por la clara falta

de oportunidades de empleo decentes y estables en el sector de empleos de nivel alto de habilidad. (AIL,2019).

1.2. Descripción del problema

Basándose en la información recopilada se puede ver una clara decadencia en tales empleos de alta habilidad ya que no se están dando condiciones estables en su consecución y por lo tanto empresas como los Call Center, que son usualmente de habilidad media, toman el liderazgo en cuanto a empleabilidad. Esto significa que, para estudiantes recién graduados, hay más posibilidades de permanecer en este tipo de trabajos que de ejercer su carrera profesional.

1.3. Pregunta Problema

¿Cuál es la razón detrás de que los Call Center se hayan convertido en la principal fuente de ingresos para los jóvenes en Colombia?

1. OBJETIVOS

1.1.Objetivo general

- Analizar la perspectiva de los jóvenes sobre el trabajo que ofrecen los Call Center como “oportunidad laboral” en Colombia.

1.2.Objetivos específicos

- Revisar la literatura que permita tener un acercamiento a la problemática a investigar sobre los factores de empleabilidad de los Call center en los jóvenes adultos en Colombia.
- Examinar los factores que favorecen la elección de los jóvenes de trabajar en Call Center durante o después de terminada su carrera profesional.

- Indagar si los jóvenes consideran trabajar en Call Center como una opción temporal o una alternativa a largo plazo en lugar de ejercer su carrera profesional.

2. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto se hace con la finalidad de evidenciar la realidad de la empleabilidad de los jóvenes recién graduados, aunado al creciente aumento de la contratación de estos en los Call Center, ya que, de acuerdo con Eduardo Alfonso Sánchez, el 80% de los empleados de Call Center son jóvenes entre los 18y 28 años de edad y este sector representa entre el 2,5% y el 10% del PIB del país” (Sánchez, 2019). Se busca la comprensión de que trabajar en un Call Center puede ser una elección comprensible y viable para muchos profesionales debido a que la demanda de empleo, la facilidad de contratación, horarios flexibles, la estabilidad laboral y los salarios competitivos pueden ser factores que influyen en esta decisión. Esta investigación es importante para ver las tendencias cambiantes del sector laboral tomando como referencia la juventud, que siente que la falta de empleo en sus carreras profesionales los impulsa a elegir al sector de servicio al cliente como una fuente más certera de ingresos en Colombia; junto con las variables que comprenden estas decisiones y cómo podrían afectar el futuro laboral de los colombianos como se conoce actualmente.

Se plantea que ayude a aclarar la incertidumbre que la empleabilidad genera en los estudiantes recién egresados y permita hacer una aproximación a la posibilidad de brindar más salidas laborales con mejores ingresos en empleos de niveles altos de habilidad como lo son las carreras profesionales (AIL, 2019).

Adicionalmente, se espera que pueda dar paso a más análisis en materia de relación entre la búsqueda de empleo profesional y la cantidad de profesionales que no ejercen por la

falta de oferta laboral en Colombia y cómo esto podría afectar las decisiones de carrera en los estudiantes que no se han graduado aún.

3. MARCO TEÓRICO

A continuación, se mostrarán los fundamentos teóricos y la información vinculada con la creciente tendencia de los Call Center como salida laboral en los jóvenes, lo cual permitirá hacer un análisis profundo y sustentar la problemática de la investigación que se plantea hacer.

El capítulo se dividirá en tres secciones: la primera plantea los aspectos generales de la industria de la atención al cliente en Colombia, las cifras y crecimiento que ha tenido en la última década. La segunda sección plantea la correlación de los Call center con las oportunidades de empleo de los jóvenes colombianos y antecedentes bibliográficos que apoyen esta tendencia. Finalmente, se propone una reflexión a partir de la bibliografía para explicar el futuro del mercado laboral para los jóvenes y si realmente se evidencian más salidas que los Call center.

3.1. Call Center en Colombia

De acuerdo con Micheli, los Call center se dan desde finales de los años sesenta y responden a una creciente demanda de servicios comunicacionales que, con la evolución de las herramientas digitales, ha ido aumentando su flujo de trabajo y de importancia en el mercado laboral (Micheli, 2007), ya que el autor también explica que conforme fue pasando el tiempo y las industrias empezaron a tomar caminos más enfocados a la globalización de sus áreas en pro de expandirse a otros clientes, se dieron cuenta de que los servicios de atención al cliente de sus empresas no daban abasto a la cantidad de personas a las que querían llegar.

Desde su llegada a Colombia, la industria de la atención al cliente y la aplicación de los recursos digitales en la misma han cambiado drásticamente. Paternina explica en su artículo que a principios de los años 2000 se creó la primera asociación de Call Center en Colombia con pocas empresas y durante este tiempo no se consideraba al país como competidor en el

área de las tecnologías de la comunicación (Paternina, 2011). Tal y como explica Tricarico “Según el ministro de Tic del gobierno Uribe: ‘En el 2002 Colombia estaba ubicado en el último 25% del ranking del mundo de las Tic’ (Tricarico, 2010 como se cita en Paternina, 2011), y al realizar la comparación entre ese año y el 2022 se puede evidenciar una mejoría importante con el reporte más reciente del Ministerio de las Tic que muestra a Colombia en el cuarto puesto regional de innovación digital (Mintic, 2022).

Adicionalmente y de acuerdo con Alvaro Salazar, Colombia no solo empezó a crecer en la industria de las Tic a partir de la llegada de los Call Center sino que además permitió su expansión internacional de venta de servicios donde “actualmente, Estados Unidos es el principal destino de exportación de servicios de BPO y KPO desde el país (57,1%)” (BusinessWire, 2022). (Romero, 2021)

Como se ha mostrado, claramente es una industria que maneja una importancia significativa en el país desde hace mucho tiempo, con un aporte de (Gomez, 2018) (Castaño-Ravagli & Alvarez-Giraldo, 2017) y con un crecimiento de la industria de aproximadamente el 15% en los últimos 15 años, de acuerdo con Sara Gómez (Gómez, 2018).

3.2. La experiencia laboral en los Call center

Como afirma Salazar Castellanos (2022), hasta el cierre de 2021, el sector de BPO en su totalidad había creado aproximadamente 707,000 puestos de trabajo, lo que representó un incremento del 3,2% con respecto a 2020. En términos de ubicación geográfica, la mayoría de las empresas se concentran principalmente en Bogotá (46%), seguida de Antioquia (18%), Valle del Cauca (7%), Atlántico (6%) y Santander (4%), según datos proporcionados por la Asociación Colombiana de BPO - BPrO.

Sin embargo, diversas investigaciones se han centrado en cómo la juventud es más probable de terminar en los Call center ya que apuntan a atraer personas con experiencia

reducida a través de campañas flexibles que permitan más habilidades generales que especializadas. “esta modalidad de trabajo atrae constantemente a la población más joven, que tiene una gran habilidad para el manejo operativo de las nuevas tecnologías.” (Cortés et al, 2022, citado de Castaño-Ravagli y Álvarez-Giraldo, 2017, p. 1225). En una encuesta realizada en la ciudad de Manizales, y republicada por estudiantes de la Universidad Externado, se determinó que en promedio, la edad de los trabajadores de Call center puede ser en un 67,3% de edades entre los 18 y 25 años y tan solo un 2,8% mayores de 41 años (Farné, 2012, citado de Universidad de Manizales, 2011).

Castro y Soto explican que el sector de servicio al cliente ha dado cierta relevancia a la empleabilidad juvenil al expandirse entre ese sector poblacional en específico que por años ha presentado una brecha laboral y una escasez de oportunidades que los vuelven más vulnerables al desempleo; igualmente, mencionan que cerca del 97% de los empleados de menos de 30 años no cambian o han cambiado su empleo desde que ingresaron a un Call center y pueden llegar a pasar cerca del 60% de su vida laboral en estas empresas (Castro-Escobar & Serna-Gomez, 2014). Por otro lado, según Cortés, ese tipo de empleos tiende a tener en cuenta estos factores para la contratación de sus empleados ya que como expresa “...gran parte de la población trabajadora de los Call center cuenta con estudios profesionales o está en proceso de culminar una carrera universitaria, incluso perteneciendo a universidades de alta calidad y prestigio.” (Cortés et al., 2022).

3.3. Desventajas de un Call Center: Precarización y experiencia laboral frustrante

A pesar de que en teoría resuelven un problema claro de desempleo juvenil, estas empresas también presentan una problemática que va en conjunto con la situación laboral moderna de muchos asalariados en el país: la tercerización y precariedad laboral. Bulloni y Bono diversifican la explicación sobre este tema al tomar en cuenta la llegada de la era digital como punto de partida para explicar la situación por la que pasan los empleados de estos empleos producto de la digitalización al referirse a ellos como “algo transitorio, con

escenarios de inestabilidad laboral y precariedad e incertidumbre.” (Del Bono & Bulloni, 2005).

Según Romero, una respuesta factible a la causa de esta problemática se puede centrar en que “el contexto del desempleo en el país es funcional al establecimiento de la industria del Call center” (Romero, 2021). Esto se puede relacionar en el sentido de que la necesidad económica podría ser un motor influyente a la hora de escoger la actividad laboral en esa etapa de la vida donde factores como la experiencia, edad, estudios y flexibilidad horaria juegan un papel importante. A partir de entrevistas realizadas por la misma autora también se puede evidenciar que el modelo que practican los Call center los puede volver muy competitivos en ciertos criterios como el salario, que aparte de tener un salario base, pueden ganar más en bonificaciones establecidas por el rendimiento del agente; sin embargo, muchos de los encuestados apuntaron que, a pesar de poder ser más independientes a nivel económico, se sienten un poco frustrados al ser esa la única razón de quedarse por años en las empresas de tal sector.

En el artículo realizado por Restrepo, Ortiz y Ramírez. (2019) se llevó a cabo una revisión enfocada en las condiciones laborales de los trabajadores de call centers en Pereira, Colombia, en relación con el clima organizacional. Los hallazgos de esta revisión indican que las garantías laborales contribuyen a una mayor eficiencia de los empleados en este contexto. También se observa una falta de conocimiento por parte de los empresarios en lo que respecta a la legislación laboral. Los componentes clave del clima organizacional se centran en las garantías, las herramientas y los beneficios que los empleados tienen en relación con la realización de sus tareas. Además, se concluyó que el cumplimiento de las condiciones laborales en los Call center es insuficiente en comparación con otras formas de organizaciones laborales.

Por otro lado, es importante evaluar los niveles de estrés que se generan en estos sitios de trabajo, así lo refiere Chavarría Orozco (2021). Se dice que uno de los factores de deserción es el estrés y síndrome de Burnout el cual es un estado de agotamiento físico,

emocional y mental total con disminución del rendimiento. El agotamiento no es una enfermedad independiente, sino una situación de riesgo a partir de la cual pueden desarrollarse trastornos psicológicos o psicosomáticos (Mediclin, 2023).

Este síndrome también puede darse durante el teletrabajo, especialmente cuando el estrés profesional y familiar se acumula en el espacio, los empleados están en riesgo; ya que pueden sentir que tienen que trabajar más porque carecen de control o tienen miedo de no rendir lo suficiente.

3.4. Situación de empleo en Colombia

En los últimos años, se ha analizado la transformación del mercado laboral entre los jóvenes a través de las tasas de ocupación y desempleo. Según el DANE (2023) la tasa de ocupación (TO) para el total de personas entre 15 y 28 años fue 46,3%, presentando un aumento de 1,4 p.p. comparada con el trimestre mayo - julio de 2022 (44,9%) y la tasa de desocupación de la población joven se ubicó en 16,6%, registrando una disminución de 1,3 p.p. frente al trimestre móvil mayo - julio de 2022 (18%).

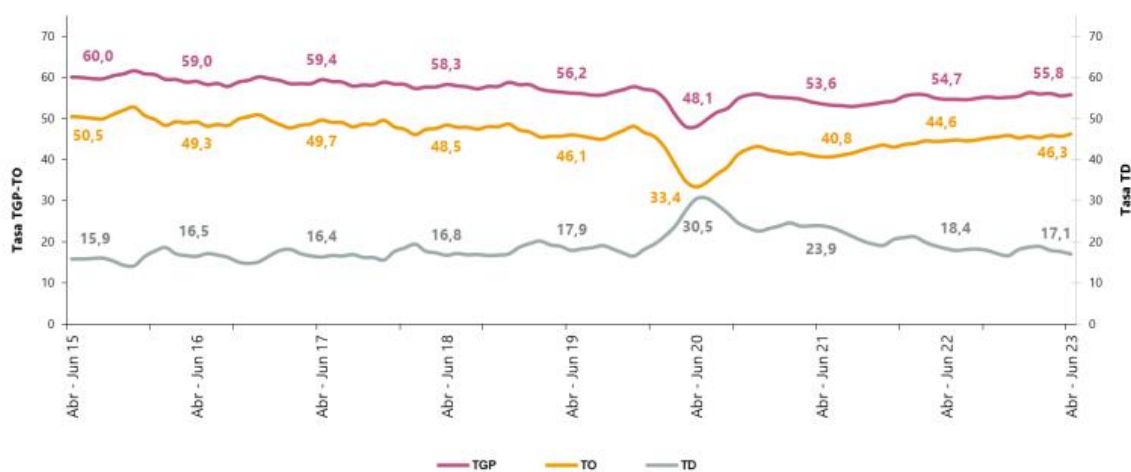


Tabla 1

Fuente: DANE, Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH).

Las mujeres enfrentan una mayor incidencia de desempleo, ya que su tasa de desocupación es significativamente más alta que la de los hombres. En el periodo de abril a junio de 2023, en Bogotá, la tasa de desempleo de las mujeres superó a la de los hombres en un 10,0%.

Como opina Rojas (2017) también se ha investigado el impacto del gobierno nacional en la creación de empleos dignos. Por esto es importante identificar las alternativas que puedan mejorar la situación laboral de los jóvenes en base a la revisión de las principales políticas y acciones implementadas en el País.

Mediante el Decreto 1072 de Min Trabajo (2015), se establece la adopción de la Política Nacional de Trabajo Decente, la cual tiene como objetivo fomentar los derechos fundamentales en el ámbito laboral, la generación de empleo, la formalización de las relaciones laborales, la protección social y el fomento del diálogo social. Esta política se concibe como un derecho accesible para todos los ciudadanos colombianos, sin importar su ubicación geográfica o su área de empleo, ya sea en el sector público, privado, social o solidario.

El concepto de "Trabajo Decente" destaca por su universalidad, al abarcar a todos los trabajadores, sin importar su sector económico, condiciones de empleo, tipo de empleador o modalidad de remuneración. Este enfoque se sustenta en cuatro componentes interconectados: el respeto a los derechos laborales fundamentales, la ampliación de la protección y seguridad social, la creación de empleos dignos y el fortalecimiento del tripartismo y el diálogo social.

Esta política tiene como objetivo fomentar la generación de oportunidades laborales y empleos de calidad para la población, de modo que puedan obtener ingresos que les permitan llevar una vida digna. Asimismo, busca reducir las barreras y disparidades que algunos grupos de la población enfrentan para acceder a estas oportunidades, y para lograrlo.

3.5. Juventud en el mercado laboral

Hoy en día, los estudiantes universitarios se ven confrontados con una persistente inseguridad laboral al ingresar al mercado de trabajo, lo cual les presenta desafíos en la búsqueda de empleo.

Según los hallazgos realizados por González-Lorente (2023) los cuales revelan que la mayoría de los universitarios tienen la intención de buscar empleo en su campo de estudio una vez finalizada su formación inicial (69.9%), y más de la mitad tienen preferencia por continuar con estudios adicionales (53.5%). Se observaron diferencias significativas al comparar estos datos en función de la universidad de origen, el género y la experiencia laboral previa, lo que genera una variedad de expectativas profesionales dependiendo de las características sociodemográficas y personales de los estudiantes. Estos resultados coinciden con investigaciones previas que indican que los universitarios suelen retrasar su entrada al mercado laboral por diversas razones, así como con las disparidades relacionadas con la situación socioeconómica de los estudiantes.

El Informe Nacional de Coyuntura Laboral y Sindical del 2018, titulado "El futuro del trabajo en Colombia: realidades y desafíos," se centra en el impacto de los cambios tecnológicos y económicos globales en el país. Este informe señala que después de casi tres décadas de apertura económica, Colombia se ve influenciada por las fluctuaciones en la economía mundial, especialmente los avances tecnológicos como la robotización, la digitalización y la inteligencia artificial. También destaca las opiniones divergentes del Banco Mundial y la Organización Internacional del Trabajo (OIT) sobre cómo abordar estos cambios. La OIT propone invertir en capacidades individuales, trabajo decente y sostenible, y fortalecer las instituciones laborales para revitalizar el contrato social. Este enfoque busca colocar a las personas y su trabajo en el centro de las políticas económicas y empresariales.

En el mismo informe se destaca que en la última década, uno de los cambios más significativos en el ámbito laboral ha sido la aparición de plataformas digitales de trabajo en línea. Este nuevo enfoque no solo ha alterado los modelos de negocio existentes, sino también

la naturaleza misma del empleo en esos modelos. Estas plataformas ofrecen a los trabajadores la flexibilidad de laborar desde cualquier ubicación y en cualquier momento, permitiéndoles elegir los trabajos que mejor se adapten a sus necesidades. Sin embargo, involucrarse en este tipo de empleo también conlleva ciertos riesgos relacionados con la seguridad laboral, los niveles de ingresos, la protección social y otros beneficios.

3.6. Futuro de la empleabilidad con respecto a los Call center

Entre 2015 y 2017, el Departamento de Investigaciones y el Servicio de Mercados de Trabajo Inclusivos, Relaciones Laborales y Condiciones de Trabajo (INWORK) de la OIT llevaron a cabo dos encuestas a nivel mundial que involucraron a 3.500 trabajadores en 75 países. Estas encuestas se centraron en trabajadores que participan en cinco de las principales plataformas de asignación de micro tareas. Los investigadores complementaron las encuestas con entrevistas en profundidad y otros estudios cualitativos realizados por investigadores de IG Metall. El enfoque de las encuestas se centró en las plataformas de micro tareas, las cuales proporcionan a las empresas y otros clientes acceso a una fuerza de trabajo flexible para realizar tareas cortas y sencillas, con remuneración basada en la tarea completada o en partes de esta. En la última década, uno de los cambios más significativos en el ámbito laboral ha sido la aparición de plataformas digitales de trabajo en línea. Este nuevo enfoque no solo ha alterado los modelos de negocio existentes, sino también la naturaleza misma del empleo en esos modelos. Estas plataformas ofrecen a los trabajadores la flexibilidad de laborar desde cualquier ubicación y en cualquier momento, permitiéndoles elegir los trabajos que mejor se adapten a sus necesidades. Sin embargo, involucrarse en este tipo de empleo también conlleva ciertos riesgos relacionados con la seguridad laboral, los niveles de ingresos, la protección social y otros beneficios.

Según la encuesta, se preguntó a los trabajadores por qué optaban por trabajar en plataformas digitales, y se les pidió que identificaran la razón más importante si tenían varias respuestas. En 2017, aproximadamente el 32% de los trabajadores señalaron que su principal motivación para trabajar en estas plataformas era "complementar sus ingresos de otros

trabajos", mientras que el 22% prefería "trabajar desde casa". Estas cifras variaron respecto a 2015, donde el 20% y el 36% respectivamente tenían esas mismas motivaciones.

Se notaron diferencias significativas entre las plataformas, por ejemplo, "complementar sus ingresos de otros trabajos" era más importante para los trabajadores de Prolific y los trabajadores estadounidenses de AMT, con aproximadamente el 44%. Estos dos motivos también fueron predominantes en todas las regiones. Además, el 22% de los trabajadores de América Latina y el 9% de los trabajadores indios de AMT mencionaron que trabajaban en plataformas digitales porque "la remuneración era mejor que en otros trabajos disponibles", aunque esta opinión no era compartida por los encuestados de otras plataformas o regiones.

Se observaron diferencias de género en la respuesta sobre "trabajar solo desde casa", ya que el 15% de las mujeres lo mencionaron en comparación con el 5% de los hombres. Respecto a las plataformas, esta percepción fue especialmente alta entre las trabajadoras indias de AMT (21%) en comparación con los trabajadores indios de AMT (10%). Otro motivo para trabajar en las plataformas digitales fue "disfrutarlo" (10%), siendo particularmente popular entre los trabajadores indios de AMT (15%) y los de Prolific y Microworkers (10%).

En Colombia, así como en otros países del mundo, el teletrabajo ha ganado popularidad. Según Martínez H. (2023) el presidente regional de Teleperformance afirmó en una entrevista que se prevé que después de la pandemia al menos el 50% de las operaciones se realicen desde casa, a raíz de la pandemia la forma en que se gestionan las operaciones del Call Center ha cambiado, se dice que en una de las empresas más grandes de Call Center un poco más del cincuenta por ciento de los colaboradores se encuentran teletrabajando.

Los más beneficiados con esta modalidad de trabajo son las poblaciones vulnerables como lo son los discapacitados permitiéndoles incorporarse al mercado laboral y les permite disfrutar de la vida familiar; de la misma forma les evita las complicaciones de transportarse.

Así también es una manera de que las compañías ahorren costos de funcionamiento, y se convierte en una opción viable para jóvenes que aún están estudiando y necesitan acortar distancias, tener más tiempo y poder disminuir los costos de movilización.

4. DISEÑO METODOLÓGICO

4.1. Enfoque

La investigación tiene un enfoque de carácter mixto ya que parte de las experiencias de los jóvenes que trabajan o han trabajado en un Call Center para describir y responder a la problemática inicial, pero al mismo tiempo recolecta información sobre la cantidad de personas en ese rango poblacional que pueden relacionarse con la problemática y algunos otros datos generales que requieren de respuestas más conjuntas.

4.2. Alcance

El alcance es de tipo descriptivo, dado que lo que busca esta investigación es evidenciar los distintos fenómenos que están ocurriendo con respecto a los Call Center y su influencia en la empleabilidad de los jóvenes colombianos, los cuales permitirán sentar una base investigativa en el futuro. La investigación fue de naturaleza cuantitativa, de temporalidad transversal, no experimental. Este tipo de investigación solo quiere medir o recopilar datos de forma independiente o en conjunto sobre las variables, y su objetivo no es indicar cómo se relacionan estas. Según Morín, Freire, Husserl, Heidegger y Schütz (1999) la investigación cualitativa surge como un paradigma emergente y novedoso, el cual ha recibido la influencia de diversas corrientes filosóficas representadas.

4.3. Variables

Se emplearon tres variables: La primera variable ayudó a obtener información relevante sobre el perfil de los encuestados, su formación académica, sus motivaciones y las condiciones laborales que consideran al optar por trabajar en Call Centers en lugar de ejercer

sus profesiones. Además, permitirá analizar las tendencias y los factores que influyen en la elección de empleo de los jóvenes en Colombia.

La segunda variable permitió explorar a profundidad las experiencias laborales de los jóvenes en Call Centers, su nivel de satisfacción, los motivos detrás de su elección, las oportunidades de desarrollo, las dificultades encontradas y su percepción sobre las condiciones laborales y el ambiente en estos centros de atención.

La tercera variable cubre la percepción de los Call center con respecto a las salidas laborales en Colombia, siendo esta la variable independiente con temas como la consecución de otro empleo y la empleabilidad de sus respectivas carreras.

	Concepto	Pregunta (Operacional)
Contexto sobre el Perfil del Encuestado	La escuela tiene como fin la preparación hacia el trabajo, y la familia depende del ámbito laboral para su sobrevivencia y reproducción. Por otra parte, el trabajo es experimentado fundamentalmente como actividad significativa, en tanto está investida de motivos-para y motivos-porque (Schütz, 1973, como se citó en Garabito, G. 2013)	2, 3, 4,5 y 6
Experiencias y expectativas laborales	“La experiencia laboral permite al individuo formarse en el mundo del trabajo en un sentido amplio, adquiriendo destrezas en las tareas de la producción, disciplina en el cumplimiento de las obligaciones laborales, espíritu de cooperación para el trabajo en equipo, etc.” (Alba, 1996)	7, 8, 9, 10, 11 y 12

Percepción de Salidas Laborales	“El imaginario que se crea en los hijos e hijas es que trabajar en los call center es la mejor opción que tienen para lograr sacar a sus familias de la pobreza” (Castaño-Ravagli y Álvarez Giraldo 2016). La percepción del trabajador de las oportunidades de trabajo disponibles ya sea con su empleador actual (en el mercado laboral interno) o con otro empleador (Berntson, et al., 2006; Rothwell & Arnold, 2007, como se citó en Scavino 2018)	13,14,15 y 16
---------------------------------	---	---------------

4.4. Selección de métodos e instrumentos para recolección de información

Se llevó a cabo una encuesta online con una muestra de 20 participantes jóvenes adultos que trabajan en Call Center como su única fuente de empleo y quienes, de manera anónima e individual la diligenciaron. Se diseñó un cuestionario estructurado con el fin de correlacionar las variables mencionadas anteriormente con la industria de los Call Center y las expectativas de la juventud en este ámbito.

5. ENCUESTA

La plataforma de encuesta en línea seleccionada para crear, administrar configurar las respuestas anónimas fue Forms Office. Se seleccionó una muestra representativa de participantes que incluya jóvenes de Bogotá y Medellín los cuales fueron reclutados a través de redes sociales, grupos de y mediante contactos en la industria de los Call Center.

Los criterios de específicos para determinar la muestra fueron:

- Adultos jóvenes de entre 18 y 35 años.
- Que trabajen actualmente en un Call center como su única fuente de ingresos.

- Que tengan un mínimo de experiencia laboral en el Call center (por ejemplo, al menos 6 meses de trabajo).
- Empleados de Call center.

Dando cumplimiento a la Ley de Habeas Data la cual se refiere a la normativa que regula la protección de los datos personales de los ciudadanos se proporcionó información clara sobre el propósito de la encuesta y la garantía de anonimato, de esta manera se solicitó el consentimiento de los participantes para participar. La encuesta en línea se compartió por medio de un enlace a los participantes seleccionados. El periodo de tiempo establecido para la recopilación de datos fue de una semana.

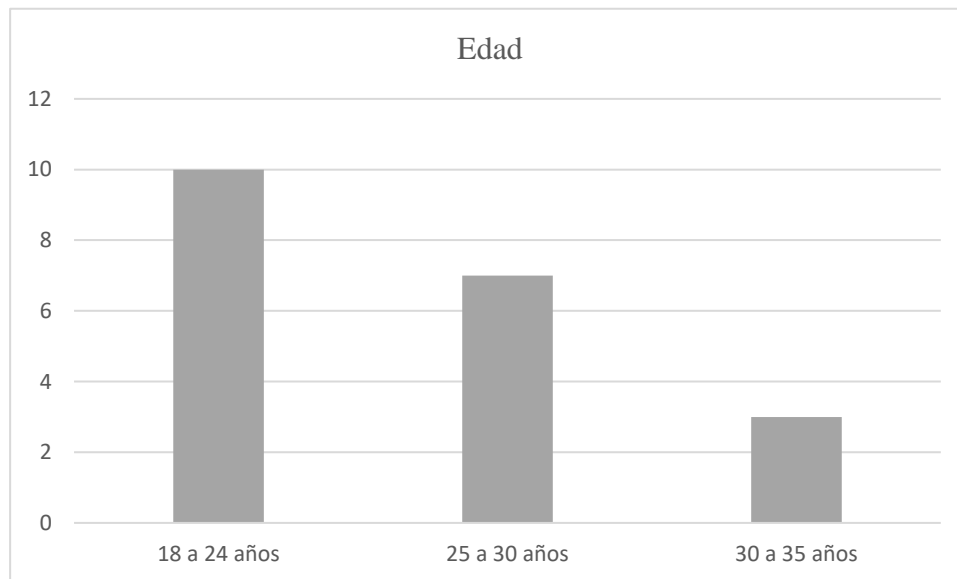
Los siguientes ítems fueron abordados:

- Edad
- Sexo
- Nivel de estudios
- ¿Se encuentra cursando estudios superiores?
- Área profesional a la que pertenece
- Tiempo estimado de experiencia en Call center
- Número de empleados en la empresa en la que trabaja
- Elección del sector de BPO
- Nivel de satisfacción en el sector
- Percepción de los Call center como alternativa laboral
- Aspectos negativos de trabajar en Call center
- Percepción de la carrera profesional como salida laboral
- Comparación con otras carreras profesionales
- Búsqueda de empleo en otro sector

6. RESULTADOS

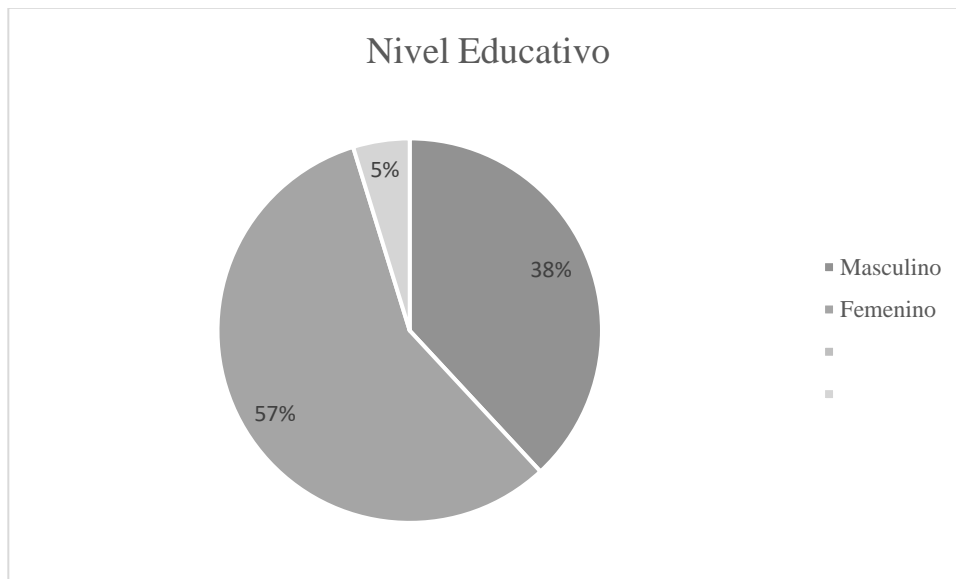
A continuación, se presentan los resultados de la investigación, estos muestran los análisis descriptivos de la aplicación la encuesta en los 20 participantes, los cuales se mostrarán en 6 figuras de distribución porcentual.

Figura 1. Gráfico de columnas agrupadas para comparar el rango de edad de empleados



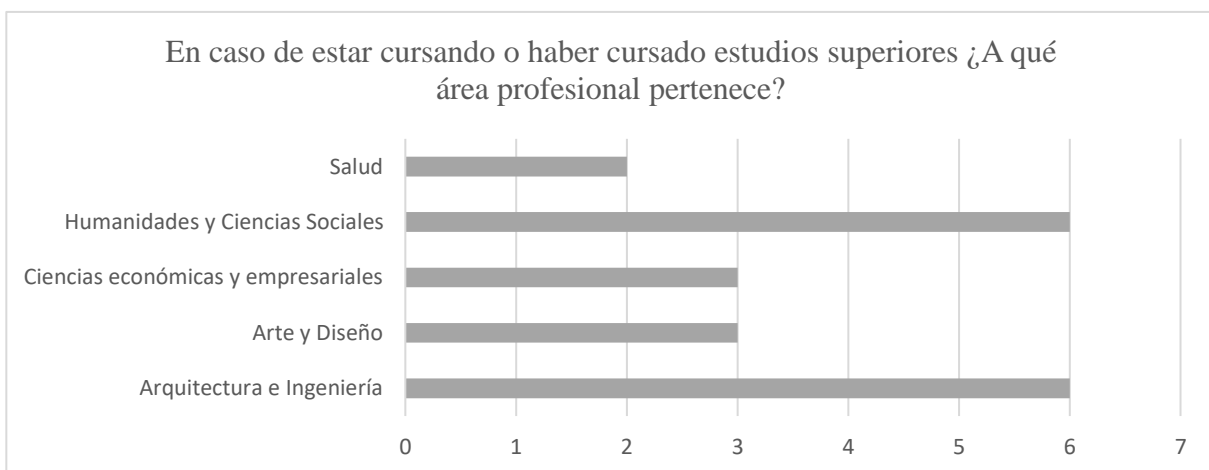
El 50% de los encuestados correspondió al rango de edad de 18 a 24 años, el 35% correspondió a jóvenes de 25 a 30 años y solo el 15% perteneció al grupo de edades de 30 a 35 años.

Figura 2. Gráfico de torta para comparar el nivel educativo de los empleados



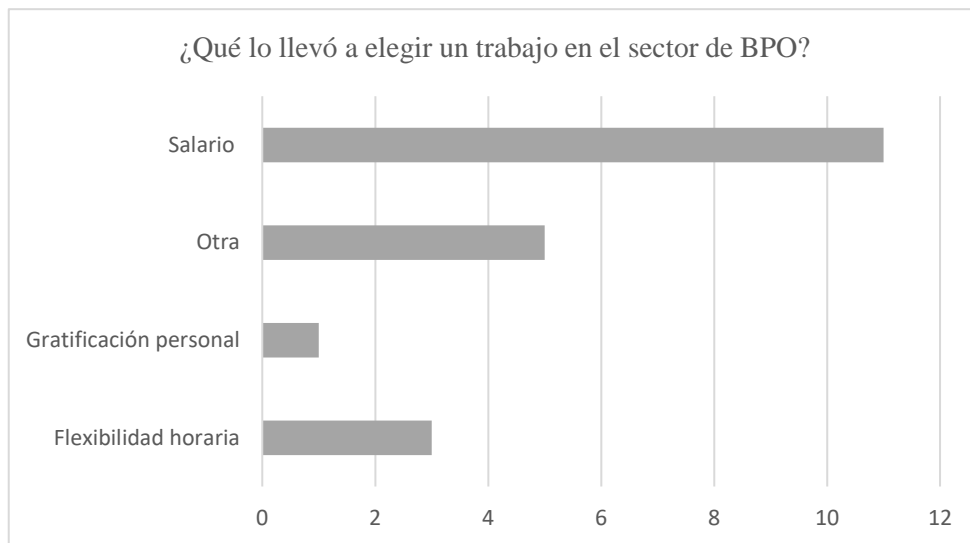
El 55% de los encuestados afirma haber cursado un pregrado, seguido de un 20% que realizó un técnico o tecnólogo, igual que un 20% que solo ha cursado bachillerato y un 5% que realizó un posgrado.

Figura 3. Gráfico de barras agrupadas para comparar las áreas profesionales



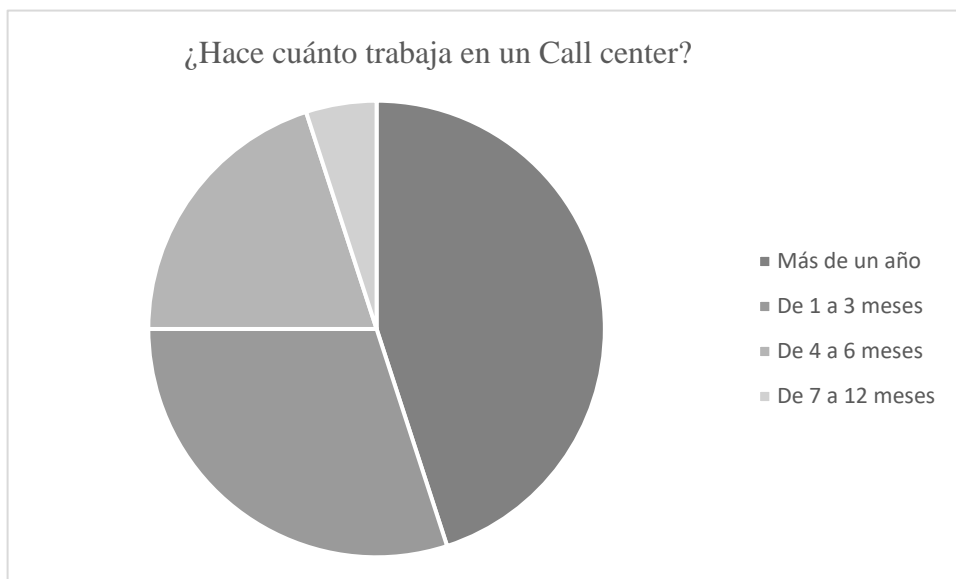
Los resultados de la presente investigación demostraron que el 30% de los operadores tienen formación o se están formando en carreras del área de humanidades y ciencias sociales, un 30% en arquitectura e ingeniería, un 15% en ciencias económicas y empresariales, otro 15% en arte y diseño, y solo un 2% son profesionales de la salud.

Figura 4. Gráfico de barras agrupadas para comparar las razones que llevaron a elegir este trabajo



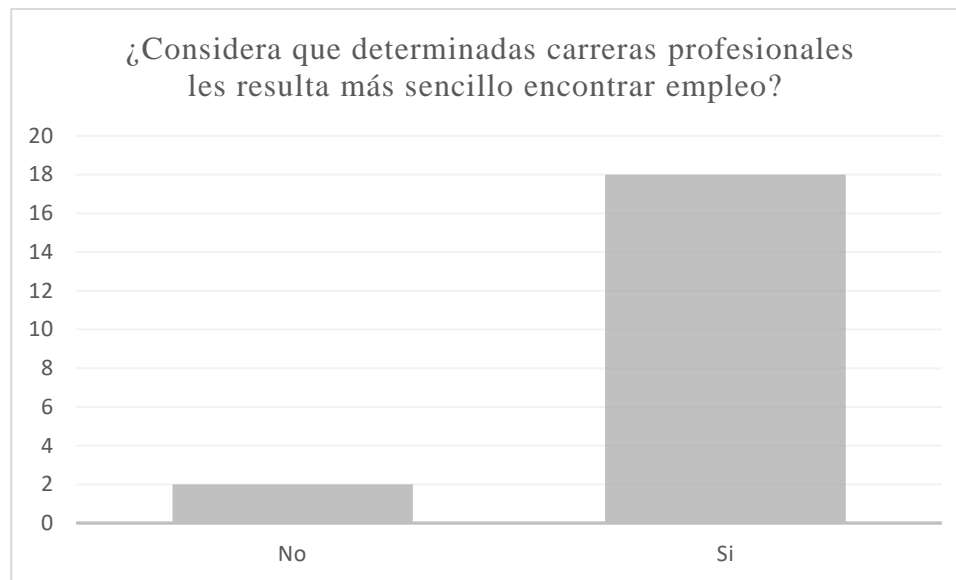
Los resultados de la investigación revelan que la elección de este trabajo se basa en diferentes factores, donde el 55% de los participantes indicó que la decisión se fundamenta en el salario ofrecido. Asimismo, un 15% mencionó la flexibilidad horaria como un aspecto importante. Además, un 5% señaló otras razones específicas, mientras que otro 25% también citó motivos adicionales que influyeron en su elección.

Figura 5. Diagrama circular para la distribución de la experiencia laboral



Los resultados de la investigación sobre la antigüedad de los empleados en un Call Center muestran que el 45% de los encuestados lleva trabajando en el sector por más de un año. Un 30% informó que ha estado empleado en un Call center durante un período que oscila entre 1 y 3 meses. Asimismo, el 20% indicó una antigüedad de 4 a 6 meses, mientras que el 5% tiene una experiencia laboral de 7 a 12 meses en este entorno laboral.

Figura 6. Gráfico de columnas agrupadas para comparar las perspectivas profesionales



Los resultados de la investigación indican que la gran mayoría de los encuestados, el 90%, considera que ciertas carreras profesionales les facilitan encontrar empleo. En contraste, un 10% de los participantes no comparte esta opinión.

5.1. Conclusiones de la encuesta

El atractivo de los empleos en los Call Center radica en los salarios competitivos y la flexibilidad laboral que ofrecen, lo que los convierte en una elección popular entre los estudiantes y recién graduados; esto implica que hoy en día es considerado más rentable y fácil encontrar un empleo en este sector que pueda satisfacer los estándares de los jóvenes en tales áreas. Sin embargo, este auge no está exento de problemas, ya que los trabajadores a menudo experimentan precarización laboral y una experiencia laboral frustrante.

Para abordar los desafíos planteados por el crecimiento de los empleos en esta industria, es importante considerar políticas y estrategias que promuevan empleos de alta habilidad y estabilidad laboral para los jóvenes en Colombia. Esto podría implicar la

creación de oportunidades en sectores que requieren habilidades más especializadas y una mayor protección laboral. Además, es fundamental fomentar el diálogo social y la inversión en capacitación y desarrollo profesional para brindar a las jóvenes alternativas significativas en el mercado laboral.

En resumen, si bien los Call Center han desempeñado un papel importante en la empleabilidad de los jóvenes en Colombia, es crucial abordar las desventajas y considerar soluciones que puedan ofrecer una mayor estabilidad y oportunidades en el mercado laboral para esta población.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AIL. (30 de Abril de 2019). *El futuro del trabajo en Colombia: Realidades y desafíos*. Obtenido de Agencia de Información Laboral : <https://ail.ens.org.co/informe-especial/el-futuro-del-trabajo-en-colombia-realidades-y-desafios/>
- Bautista, T. C. (2022). *La noción de trabajo y la vida en los call centers*. Bogotá: Facultad de Psicología, Pontificia Universidad Javeriana. Obtenido de https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/63283/attachment_0_Sofi%CC%81a-Corte%CC%81s%2C-Mari%CC%81a-Rami%CC%81rez%2C-Juan-Sa%CC%81chica%2C-2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- BusinessWire. (10 de julio de 2023). *Colombia se consolida como destino estratégico para operaciones de BPO y KPO en las Américas*. Bogotá: BusinessWire.
- Callejas, H. M. (2023). *Percepción del teletrabajo en los líderes del sector del Call Center en Bogotá*. Universidad EAN, Bogotá. Obtenido de <https://repository.universidadean.edu.co/bitstream/handle/10882/12617/MartinezHarrison2023.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- CAMACHO, F. G. (2015). *CRECIMIENTO, RETOS Y PROYECCIONES DE LA INDUSTRIA DE LOS CALL CENTER EN COLOMBIA*. Bogotá: UNIVERSIDAD MILITAR NUEVAGRANADA FACULTAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/7318/Contact%20center%20-%20trabajo%20de%20grado%20Fredy%20Sanabria%20-%202015.pdf;jsessionid=052655AE68F0F22E37DD41775C184B26?sequence=1>
- Castaño-Ravagli, M., & Alvarez-Giraldo, C. (2017). *El trabajo: concepciones de jóvenes que laboran en Call Centers en una ciudad intermedia colombiana**. Manizales: Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-715X2017000200030

- Castellanos, D. S. (2022). Call center atraen talento en Colombia con su propio salario mínimo ante depreciación. *Bloomberg*. Obtenido de <https://www.bloomberglinea.com/2022/10/16/call-center-atraen-talento-en-colombia-con-su-propio-salario-minimo-ante-depreciacion/>
- Castro-Escobar, S., & Serna-Gomez, H. (2014). *Calidad del Empleo en Organizaciones de Manizales*: Universidad de Manizales. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/rlcs/v14n1/v14n1a14.pdf>
- Cortés, S., Ramirez, M., & SÁCHICA, J. (15 de noviembre de 2022). *La noción de trabajo y la vida en los call centers*. Bogotá: Universidad Javeriana. Obtenido de https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/63283/attachment_0_Sofi%CC%81a-Corte%CC%81s%2C-Mari%CC%81a-Rami%CC%81rez%2C-Juan-Sa%CC%81chica%2C-2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- DANE, D. A. (2023). *Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) Mercado laboral de la Juventud*. Bogotá. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/GEIH/bol-GEIHMLJ-may-jul2023.pdf>
- Del Bono, A., & Bulloni, M. (2005). *TERCERIZACIÓN LABORAL EN LA ERA DIGITAL*:. Brasil: Cuaderno CRH, Salvador. Obtenido de <https://www.scielo.br/j/ccrh/a/y8n7F3FWfqkzPjCKXhTfBnR/?format=pdf>
- Gomez, S. (2018). *EXPORTACIONES DE SERVICIOS CALL CENTER-BOGOTÁ EN EL MARCO DEL TLC*. Bogotá.
- González Lorente, M. C. (2023). Expectativas de futuro de los universitarios en su proceso de inserción sociolaboral. *Revista Española de Orientación y Psicopedagogía*, 34, 83-101. Obtenido de <https://doi.org/10.5944/reop.vol.34.num.1.2023.37417>
- Lara, M. S. (2023). *Aportes de los Call Center al sector financiero en el siglo XXI en Colombia*. Medellín: Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria. Obtenido de https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tdea/3689/Marlin_Stefany_Galeano%20PARA%20ENTREGAR%20FINAL.pdf?sequence=6&isAllowed=y

- MEDICLIN. (2023). *Burnout: Ausgebrannt und erschöpft*. Obtenido de MEDICLIN.DE:
<https://www.mediclin.de/ratgeber-gesundheit/psyche-koerper/burnout-ausgebrannt-und-erschoeft/>
- Micheli Thirión, J. (2007). *Los Call center y los nuevos trabajos del siglo XXI*. . CONfines de Relaciones Internacionales y Ciencia Política. Obtenido de
<https://www.redalyc.org/pdf/633/63300505.pdf>
- MINCIT - Ministerio de Comercio, I. y. (02 de Julio de 2020). Colombia se posiciona como hub de BPO en la región. *PROCOLOMBIA*. Obtenido de
<https://prensa.procolombia.co/colombia-se-posiciona-como-hub-de-bpo-en-la-region>
- MinTrabajo, M. D. (2017). *Política Nacional de Trabajo Decente*. Bogotá. Obtenido de
https://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/51963/trabajodecente_web.pdf/6000c291-ea9d-bbd8-c26e-651525cf1398
- Morín, E. (1999). *Pensamiento Complejo*. París : L Harmattan.
- Orozco, C. (2021). *ESTRÉS Y AFRONTAMIENTO DEL ESTRÉS DE EMPLEADOS EN UN CALL CENTER EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN*. Educación y Ciencias Sociales del Tecnológico de Antioquia, Medellín. Obtenido de
<https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tdea/2212/InformeFinalGrupo10.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Paternina, F. D. (Enero-Junio de 2011). Los Call Centers y su proyección. *Dictamen Libre, Edición No. 8* . Obtenido de
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6578917.pdf>
- Restrepo. (2019). *CONDICIONES LABORALES DE LOS EMPLEADOS EN RELACIÓN AL CLIMA ORGANIZACIONAL DE LOS CALL CENTER DE PEREIRA*. Fundación universitaria del Área Andina, Pereira. Obtenido de
<https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/3435/Condiciones%20aborales%20de%20los%20empleados%20en%20relaci%C3%B3n%20al%20clima%20organizacional%20de%20los%20Call%20Center%20de%20Pereira.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- ROJAS, Á. M. (2017). *MERCADO LABORAL PARA LOS JÓVENES EN COLOMBIA*. UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA, CAJICÁ. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/16493/SanchezRojasAngelaMaria2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Romero, P. C. (2021). *“Thank you for calling”*: Experiencias de los jóvenes trabajadores de call. Bogotá, Colombia: Universidad de los Andes. Obtenido de <https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/55270/26358.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- SÁNCHEZ, A. E. (2019). *Propuesta para Disminuir el Nivel de Rotación de Personal en Colombian Outsourcing Solutions (COS)*. UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA , Bogotá . Obtenido de <https://bdigital.uexternado.edu.co/server/api/core/bitstreams/3bb64209-0493-4b07-9a92-eda58e80ad9b/content>
- Thirión, J. M. (2007). Los call centers y los nuevos trabajos del siglo XXI. *CONfines Revista de Ciencia Política y Relaciones Internacionales*, vol.3 no.5. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/633/63300505.pdf>
- Tricario, J. P. (2010). *Crónica del Congreso Andino*. Obtenido de www.ccsur.com
- Urrego, A. Á. (2014). *Evaluación financiera y técnica para la implementación de un modelo de teletrabajo para un call center en Bogotá*. Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá . Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/11288>