



## PREMIOS EIKON 2018

### CÁMARA ARGENTINA DE CENTROS DE CONTACTO

#### Categoría 2-3: Sustentabilidad/Educación

**Título del programa:** Abriendo Puertas.

**Institución:** Cámara Argentina de Centros de Contacto (CACC).

**Áreas:** Presidencia, Gerencia Ejecutiva y Comisión de Responsabilidad Social Empresaria de CACC.

**Responsables:** Marcelo Bechara (Vicepresidente CACC) y Raúl Cravero (Gerente Ejecutivo de CACC).

**Colaboradores:** Lawson Comunicación y Estrategia y Fundación Córdoba Mejora.

# INTRODUCCIÓN

## **Sobre la Cámara Argentina de Centros de Contacto**

La Cámara Argentina de Centros de Contacto (CACC) fue conformada en el año 2012 por las principales prestadoras de servicios de centros de contacto y de procesos de negocios del país. Surgió con el fin de potenciar la dinámica económica y social del sector y para integrarlo activamente a los procesos productivos y de servicios de la economía argentina. Tiene como objetivo articular acciones de alto valor social que permitan al país incrementar la generación de empleo formal, calificado y la integración de sus integrantes con las comunidades desde donde trabajan.

La entidad cuenta hoy con 26 empresas asociadas.

Web: <http://www.cacc.org.ar/>

## **Escenario de la acción**

Antes de elaborar el plan se analizaron con detenimiento diferentes variables, como la relación que tiene la entidad con cada uno de sus públicos, los objetivos de la Cámara y las necesidades puntuales del sector, para que el objetivo resulte estratégico. Tras ese análisis, se definió que la prioridad a la hora de confeccionar el plan de responsabilidad social sería la comunidad y el foco, la educación.

Se elaboró un programa con miras a mediano y largo plazo, con el objetivo de brindar oportunidades de empleo a los jóvenes de los sectores más vulnerables. De esta manera se lograría un círculo virtuoso que involucra a diferentes públicos, en los que se produce el efecto GANAR- GANAR para todos ellos. Para las empresas el principal beneficio es la formación de los recursos humanos de la zona: tal vez los adolescentes que hoy participan del programa educativo mañana sean parte del staff de algún centro de contacto miembro de la Cámara. Sumado a ello, la acción trae aparejada una mejora en el clima organizacional al involucrar a los colaboradores de las empresas como voluntarios de la acción. Se cumple, además, el objetivo de la CACC de integrar a sus socios con las comunidades en las que trabajan. A la comunidad, se le brindan, a través de la educación, oportunidades de inclusión y con ello se producen mejoras económicas, sociales y psicológicas en las personas que la integran.

En ese marco se delineó el programa “Abriendo Puertas”, orientado al desarrollo social con foco en la capacitación de jóvenes que están en el último año del secundario y cuyo eje fundamental es dotar a los estudiantes de herramientas que mejoren sus condiciones de empleabilidad. Con ese objetivo se coordinaron talleres dirigidos a los alumnos del último año de escuelas secundarias públicas de Córdoba, con el fin de preparar a los jóvenes para el mundo del trabajo.

## **Objetivo principal**

- Capacitar a jóvenes de escuelas secundarias públicas de Córdoba para mejorar su empleabilidad.

## **Objetivos secundarios**

- Brindar a los jóvenes posibilidades de superación e inserción en el mercado laboral.
- Otorgar la posibilidad de superación profesional y económica de los integrantes de las comunidades cercanas a las empresas.
- Acercar a la escuela pública a las empresas privadas.
- Formar y desarrollar a colaboradores de las empresas que participan como voluntarios.

- Brindar la oportunidad de que los estudiantes realicen su primera práctica profesional en una empresa integrante de la Cámara.
- Otorgar a las empresas una mayor facilidad de incorporar personal capacitado a sus estructuras.
- Contribuir a la mejora de la reputación social del sector y de la Cámara.

### **Cronograma de actividades**

El programa comenzó en octubre de 2016 y se encuentra en vigencia actualmente. Los talleres tienen una duración de cuatro módulos que se dictan en tres clases de dos horas cátedra en las escuelas y termina con una visita guiada a un call center.

En el año 2016 los talleres se desarrollaron durante los meses de octubre y noviembre; en el año 2017, durante los meses de mayo y junio (primer semestre) y octubre y noviembre (segundo semestre), mientras que en 2018 se realizan en junio y julio (primer semestre) y octubre y noviembre (segundo semestre).

### **Públicos**

Destinatarios: Alumnos del último año del secundario de escuelas públicas de Córdoba.

Capacitadores: Colaboradores voluntarios, empleados de las empresas socias de la Cámara.

Fundación Córdoba Mejora: Colabora como nexo entre la Cámara y las escuelas.

Consultora de comunicación: Contribuye con tareas de comunicación interna y externa.

### **Mensaje para los destinatarios del programa**

Comenzar a transitar el camino el mundo laboral requiere desarrollar ciertos hábitos y habilidades, y desde la Cámara Argentina de Centros de Contacto, a través del Programa Abriendo Puertas, te ayudamos a dar los primeros pasos.

### **Soportes y canales de comunicación**

Los principales soportes y canales de comunicación fueron los siguientes:

- Isologotipo e identidad gráfica de la acción.
- Afiches de convocatoria colocados en los colegios donde se desarrollaron los talleres.
- Afiches para colocar en carteleras internas de las empresas con el fin de reclutar a voluntarios.
- Banners para colocar en las aulas.
- Credenciales para voluntarios.
- Merchandising: Remeras diseñadas especialmente con la identidad del evento para los voluntarios que dictan los talleres.
- Presentación para pantalla: Presentación en Power Point con el contenido de los talleres.
- Certificados para los alumnos y voluntarios.
- Video institucional: se incluyeron imágenes y una referencia al programa Abriendo Puertas en el video institucional de la Cámara.
- Gestiones de prensa: Envío de gacetillas de prensa en cada ciclo del programa.
- Intranet/ Mailing: Flyer digital con información sobre la convocatoria de voluntarios para ser difundido por email y en Intranet de las empresas.
- Página web: Se publicaron en la web de la CACC notas de la acción implementada y sus resultados.
- Reuniones de trabajo de voluntarios, directivos CACC, Córdoba Mejora y Lawson Comunicación y Estrategia.
- Visitas guiadas a las empresas: se invitó a los alumnos a visitar una empresa de la Cámara.

## EJECUCIÓN

El primer paso para comenzar a desarrollar el programa fue convocar a los socios de la Cámara para conformar una comisión de Responsabilidad Social Empresaria con los siguientes objetivos:

- Conocer las expectativas de las empresas socias acerca del trabajo de la Comisión.
- Establecer las consideraciones acerca cuál debería ser el foco del plan.
- Compartir experiencias de proyectos de RSE llevados a cabo por las empresas (Casos de éxito y fracaso).
- Indagar la disponibilidad de recursos (horas de voluntariado, viáticos, etc.).

El segundo paso fue realizar un Focus Group con el objetivo de indagar acerca de la percepción de los diferentes actores involucrados respecto de las necesidades de formación de los jóvenes para lograr perfiles empleables (primer empleo). Los participantes fueron:

- Representantes de la CACC.
- Responsables y referentes de departamentos de Recursos Humanos de las empresas miembros de la Cámara.
- Representantes de la Fundación Córdoba Mejora.
- Directores y Vice Directores de escuelas que participan del Programa de Líderes Educativo de la Fundación Córdoba Mejora.

La conclusión o resultado del Focus Group fue desarrollar programas de capacitación específicos que cumplan con las siguientes características:

- Que estén vinculados con la actividad de las empresas del sector.
- Que estén direccionados a jóvenes que estén cursando el colegio secundario.
- Que cumplan el objetivo de brindar conocimientos que les permitan a los alumnos prepararse mejor para la vida laboral y desarrollar habilidades para lograr la empleabilidad.
- Que puedan ser dictados presencialmente durante el horario escolar por voluntarios de las empresas.
- Que las empresas puedan absorber los costos logísticos de la acción, así como parte de las horas de trabajo del voluntario.

A partir de los datos obtenidos del encuentro se estableció el plan de trabajo, los lineamientos, los objetivos, el nombre del programa, su estética visual y el equipo de trabajo.

El equipo se conformó por:

- Representantes de la CACC (Presidente y Gerente Ejecutivo).
- Colaboradores de las empresas socias de la Cámara.
- Representante de la Fundación Córdoba Mejora, que colabora como nexo entre las empresas y las escuelas.
- Representantes de la consultora Lawson, que colabora en la comunicación y difusión de la actividad.

La Fundación Córdoba Mejora proporcionó un listado de escuelas de las cuales las empresas eligieron con cuáles trabajar. Se tomó en cuenta la vulnerabilidad de los alumnos que asisten a dichas escuelas a la hora de seleccionarlas, con el objetivo de cumplir con el propósito de brindar las herramientas a quienes más lo necesitan. También se tuvo en consideración la ubicación de las instituciones, para no dificultar la accesibilidad de los voluntarios y lograr una acción factible. Se definieron también las fechas de convocatoria de voluntarios de empresas y de dictado de los talleres en las escuelas.

Se puso en debate el nombre del programa, al que finalmente se llamó “Abriendo Puertas” y se definió la bajada “Nos preparamos para el futuro”. Claramente la denominación apunta al objetivo del programa, que tiene que ver con la inclusión de jóvenes al mundo laboral para que puedan desarrollarse. La bajada se redacta en primera persona plural, cuestión que acerca cálidamente a la empresa y al voluntario a los públicos directos de la campaña: los alumnos. En el conjunto figura el logo de la CACC, como institución que coordina el programa.

Se diseñó un isologotipo y se definió la estética visual. El nombre de la campaña escrito en una viñeta representa el diálogo, la apelación a comunicarnos. Se eligió el color anaranjado, ya que simboliza energía y juventud. La tipografía de diferentes tamaños representa la letra a mano alzada de alguien que se encuentra aprendiendo. La letra “l” está reemplazada por una llave, que simboliza la apertura al conocimiento y al mundo. Se incluyen dibujos de íconos, también a mano alzada (libro, letras, mundo, lápiz, reloj, etc.). A partir de allí se diseñaron las piezas gráficas.

Una vez desarrolladas las piezas gráficas comenzó la convocatoria de voluntarios en las empresas, quienes tenían que contactarse con el área de Recursos Humanos de su empresa para interiorizarse acerca de la actividad. Además se les acercaron a las escuelas los afiches para que pudieran colocar en las aulas de los alumnos del último año.

Los contenidos a desarrollar en los talleres se distribuyeron en cuatro módulos:

- Módulo 1 - Contexto del mercado laboral, perfiles buscados para un primer empleo. Qué significa tener un perfil empleable. Cuál es el perfil de operador de call center como alternativa para un primer empleo.
- Módulo 2 - Búsqueda de empleo. Dónde buscar empleo. Cómo leer un aviso. Diseño de CV. Cómo presentarse en una entrevista.
- Módulo 3 - Cómo es trabajar. Qué valoran las empresas, hábitos laborales, qué es un trabajo formal (derechos y obligaciones), ejemplo de ser empleado de un call center. Impacto en mi perfil empleable a través de la experiencia de trabajar en un call center.
- Módulo 4 - Visitas a call center y testimonios de un operador de call.

Cada módulo tiene una duración aproximada de dos horas cátedra. Los capacitadores hacen una presentación en pantalla de los contenidos y utilizan una dinámica participativa, con el objetivo de que permita rescatar lo que los alumnos saben y poder interactuar con ellos, contándoles en primera persona sus experiencias laborales. Además, el taller se enmarca en la materia Formación para la Vida y el Trabajo, y cuenta con la presencia de los docentes de esa cátedra, con el objetivo de que puedan abordar posteriormente, con mayor profundidad, los conceptos desarrollados.

## EVALUACIÓN

Podemos mencionar algunos indicadores cuantificables como resultado de la acción:

### COLEGIOS QUE PARTICIPARON

#### En 2016 participaron 4 colegios

IPEM Nº 92 - Antonio Berni; Instituto Parroquial Monte Cristo; Instituto Nuestra Señora del Carmen y la DIGES (Dirección General de Educación Secundaria).

#### En 2017 participaron:

- **Primer semestre: 15 colegios**

C.E.N.M.A. Nº 94 Anexo Hipólito Vieytes; I.P.E.M. Nº 198 Dr. Martín Ferreyra; I.P.E.M. Nº 270 Gral. Manuel Belgrano; I.P.E.M. Nº 35 Ricardo Rojas; I.P.E.M. Nº 86 Gabriela Mistral; I.P.E.M. Nº 138 Jerónimo Luis De Cabrera; Colegio San Patricio; I.P.E.M. Nº 153 Juan Martín De Pueyrredón; Escuela Integral Argentina Mariano Moreno; I.P.E.M. Nº 181 Brigadier Cornelio De Saavedra; I.P.E.M. Nº 10 Roma; Colegio San José; Instituto Secundario Bancario Córdoba; Instituto Juan Zorrilla De San Martín e I.P.E.M. Nº 208 Marina Waisman.

- **Segundo semestre: 10 colegios**

I.P.E.M Nº Gabriela Mistral; I.P.E.M Nº 153 Juan Martín de Pueyrredón; Instituto Secundario Bancario Córdoba; IPEM 196 Alicia Moreau de Justo Bº Gigantes; Instituto Parroquial Monte Cristo; I.P.E.M Nº 270 Gral. Manuel Belgrano; I.P.E.M Nº 35 Ricardo Rojas; I.P.E.M Nº 208 Marina Waisman; I.P.E.M Nº 10 Roma; Instituto Nuestra Señora del Trabajo.

#### Año 2018:

##### En el primer semestre participan: 7 colegios.

IPEM 39 DON BOSCO; IPEM Nº 281 " Ex Colegio Nacional"; IPET 249 Nicolás Copérnico; IPEM 115 Domingo Faustino Sarmiento; IPEM Nº 328 " Ntra. Sra. de los Remedios"; IPET 247-Ing. C. Cassaffouth; IPEM 155 Juan Jose Paso.

### EMPRESAS QUE PARTICIPARON

- **En 2016 participaron 6 empresas:** Allus, Apex, Deelo, Telemercado, Aegis y Xerox.
- **En 2017 participaron 9 empresas:** Aegis, APEX, ATENTO, Deelo, Konecta, Protection, Próximo, Telemercado y V-N.
- **En 2018 participan 7 empresas:** Aegis, APEX, ATENTO, Deelo, Konecta, Telemercado y Conduent.

### CANTIDAD DE TALLERES

Se llevaron a cabo en total 264 talleres.

### **CANTIDAD DE VOLUNTARIOS**

Participaron de la acción 250 voluntarios.

### **CANTIDAD DE ALUMNOS QUE PARTICIPARON DE LOS TALLERES**

Al momento, 2150 alumnos fueron parte del programa. En el año 2016 participaron más de 250 alumnos y en el año 2017 más de 900. Para el año 2018 más de 1000 alumnos serán parte del programa.

### **CANTIDAD DE REPERCUSIONES DE PRENSA**

Se obtuvieron 13 repercusiones en medios de prensa.

### **CONTRATACIÓN DE ALUMNO EN EMPRESA**

Además, como resultado de la acción, un alumno (Gabriel Arroyos) participante de la primera edición del Programa Abriendo Puertas, se incorporó como asesor de cuentas comerciales de una de las empresas socias de la Cámara. Copiamos textualmente algunas palabras de su testimonio:

*“Cuando me encontraba cursando los últimos meses en el colegio secundario tenía dudas con respecto a mi futuro, no veía oportunidades laborales concretas y estudiar, sin tener ingresos para solventarlo se me hacía muy difícil. Ahí fue cuando en el colegio personas de un call center nos dieron una capacitación sobre el mundo del trabajo. Yo no sabía qué se hacía en un call y me gustó mucho cuando nos llevaron a visitarlo. Envié el currículum e, increíblemente, a los dos días me llamaron para una entrevista. Muy emocionado, y sobre todo nervioso, me compré una camisa y fui a una, y luego otra entrevista. Cuando me llamaron para decirme que había quedado en el puesto, no lo podía creer. Tenía una felicidad inmensa. Todos los días me levanto con una sonrisa y le agradezco a Dios y a la vida por darme esta oportunidad. Para mí es un logro muy grande, un paso enorme que pude dar y sin el programa ‘Abriendo Puertas’ no lo hubiera podido hacer. Yo, a todos mis conocidos y ex compañeros de escuela, les digo que sí se puede, que armen su CV y terminen el secundario. Ojalá se sumen más empresas al programa para que más chicos tengan la oportunidad que yo tuve. Ahora me encuentro trabajando seis horas por día y estoy ahorrando para comenzar la carrera de periodismo, porque siento que tengo que aprovechar al máximo esta oportunidad, no sólo trabajando sino también estudiando lo que me gusta. Por último quiero agradecer a la Cámara Argentina de Centros de Contacto, a la Fundación Córdoba Mejora, a la empresa, a los voluntarios que fueron a mi colegio a darnos la capacitación, a mis compañeros y a mi familia. ¡Muchas gracias!” Gabriel Arroyos.*

La Cámara Argentina de Centros de Contacto prevé continuar con el programa para que nuevos colegios y voluntarios se sumen en las diferentes provincias donde están presentes las empresas socias de la Cámara. Además, en un futuro se planifica sumar nuevos contenidos de capacitación.

Con el Programa *Abriendo Puertas* la Cámara Argentina de Centros de Contacto manifiesta su compromiso con la comunidad, aportando valor a la educación y a la cultura del trabajo.