



Empresas que inspiran

*Apuestas estratégicas
en orientación profesional*



Orientación
Profesional Coordinada



Fundación
Bertelsmann

EMPRESAS QUE INSPIRAN

*Apuestas estratégicas
en orientación profesional*



Fundación
Bertelsmann
Por el empleo juvenil



Orientación
Profesional Coordinada

ÍNDICE

PRÓLOGO	7
INTRODUCCIÓN	11
RESÚMENES EJECUTIVOS	15
CAPÍTULO 1: ATRAER A JÓVENES HACIA SECTORES PROFESIONALES Y EMPRESAS	31
» El caso de Alsea Iberia	34
» El caso de Bernd Münstermann GmbH & Co. KG	40
» El caso del Centro Nacional de Investigaciones Cardiovasculares (CNIC)	46
» El caso de Cisco Systems	52
» El caso de Freudenberg	58
» El caso de IBM España	64
» El caso de PIKON Deutschland AG	70
» El caso de QIPRO	74
CAPÍTULO 2: CONTRIBUIR A LA ECONOMÍA Y LA SOCIEDAD	81
» El caso de Airbus	84
» El caso del Banco Sabadell	90
» El caso de la Fundación Persán	96
» El caso de Pérez-Llorca	104
» El caso de Transports Metropolitans de Barcelona (TMB)	110
» El caso de Zurich	116

PRÓLOGO

El mercado laboral reclama profesionales con conocimientos y habilidades que coincidan con las necesidades de las empresas. Sin embargo, la realidad es que muchos directivos tienen dificultades para encontrar el talento adecuado, a pesar de la alta tasa de desempleo juvenil. El problema reside en que, a menudo, existe una divergencia entre lo que los alumnos estudian y lo que el mercado laboral necesita. La economía española pierde productividad anual debido a este desajuste y nuestros jóvenes, a su vez, tienen peores perspectivas de futuro. Las empresas debemos tomar consciencia de ello y actuar.

En la Fundación Bertelsmann estamos convencidos de que buena parte de la solución a este problema pasa por mejorar la orientación profesional. Ésta debe jugar un papel cada vez más importante en nuestra sociedad. Nuestros jóvenes deben conocer no solo sus habilidades y talentos, sino también las profesiones emergentes y las tendencias principales del mercado laboral. Cuanto mejor sea la orientación profesional, mayor será la coincidencia entre la oferta y la demanda de profesionales, y nuestros jóvenes tendrán un mejor acceso a un trabajo que les permita desarrollar todo su potencial.

Nadie conoce mejor que las empresas, cómo serán las profesiones del futuro y qué habilidades y conocimientos serán requeridos. La cooperación entre empresas y centros educativos es y será, en este sentido, decisiva.

Somos conscientes de que esto significa un cambio de paradigma, pero también de que este es tremendamente necesario. La innovación y las nuevas tecnologías hacen que el entorno profesional cambie cada vez más rápido, y en las empresas tenemos que ver una gran oportunidad en ayudar al sistema educativo con nuestra participación en programas de orientación eficaces. Los empresarios debemos complementar nuestro papel como generadores de trabajo, innovación y

riqueza, con los de orientadores y formadores. La productividad de las empresas y la competitividad de nuestra economía depende, también, de nuestra capacidad para orientar y formar al talento joven.

En la mayoría de los países del centro y norte de Europa la orientación profesional está muy integrada y la sensibilidad de las distintas organizaciones en este campo es también muy alta. En Holanda, Finlandia, Alemania o Suiza, es muy habitual que los alumnos hagan repetidas visitas a empresas para conocer profesiones o realicen prácticas en diversos sectores. Estas experiencias personales son muy enriquecedoras y facilitan la toma de decisiones académicas y profesionales.

En este libro ofrecemos una serie de ejemplos inspiradores de empresas que están involucradas en programas de orientación. Todas ellas están convencidas del positivo retorno que les proporciona. Presentamos estos casos de éxito para animar a otras empresas a ser más activas, y a poner en marcha sus propios proyectos de orientación.

Invitamos a todos los ejecutivos que reciban esta publicación, a que vean la orientación como una importante herramienta estratégica para sus empresas, y a que lo hagan por su propio bien, por el de nuestros jóvenes y por el de nuestra sociedad en general.

Francisco Belil

Vicepresidente de la Fundación Bertelsmann

”

ORIENTAR Y FORMAR AL TALENTO JOVEN

«Los empresarios debemos complementar nuestro papel como generadores de trabajo, innovación y riqueza, con los de orientadores y formadores.»

INTRODUCCIÓN

Desconexión entre la oferta y la demanda de empleo

En España se da la paradoja de que **existen altas tasas de desempleo juvenil** y, al mismo tiempo, **muchas empresas no encuentran los profesionales** que necesitan. Un 41 % de directivos españoles declara tener **dificultades para encontrar el talento adecuado**¹. Entre los perfiles más demandados destacan los de IT, técnicos, ingenieros, especialistas en fabricación y oficios manuales cualificados. A nivel europeo, más del 70% de las empresas dedicadas a servicios profesionales, científicos o técnicos y el 67% de las empresas TIC admiten que **los desajustes de habilidades tienen un efecto grave en sus políticas de recursos humanos**². Además, la **economía europea pierde más del 2% de la productividad** por año debido a un desajuste de habilidades³, por el aumento de gastos de reclutamiento de empleados, por pérdida de competitividad y capacidad de innovación así como por procesos de contratación más lentos.

Las empresas pueden y deben contribuir, en su propio interés, a resolver esta situación tan perniciosa para ellas, ayudando a acercar el mundo educativo y el empresarial y a reducir este desajuste entre la oferta y la demanda de empleo, que lastra su competitividad. Para ello pueden emprender diferentes acciones. Una de las que pueden realmente suponer un cambio en positivo es su participación en la orientación **profesional que se da en las escuelas**.

La orientación profesional y la colaboración de las empresas

La orientación profesional consiste en facilitar a los jóvenes, durante su etapa escolar, información sobre tendencias de mercado, experiencias de tipo profesional e información

1 “Escasez de Talento: Qué quieren los profesionales” ManpowerGroup 202

2 Institute for Market Economics (IME) <http://europa.eu/IdM96Ft>

3 Institute for Market Economics (IME) <http://europa.eu/IdM96Ft>



«La Comisión Europea y la OCDE apuntan que una orientación profesional eficaz ayuda a las personas a alcanzar su potencial, a las economías a ser más eficientes y a las sociedades a ser más justas.»

actualizada y de calidad sobre entornos profesionales que les permita conocer mejor sus intereses reales, sus habilidades y su potencial y, en otras palabras, su vocación, para así tomar sus primeras decisiones relevantes para su futuro profesional con suficientes criterios y espacios de reflexión. Puesto que el entorno profesional es cada vez más complejo y cambiante, la orientación profesional sólo será completa y de calidad si cuenta con la colaboración activa de las empresas.

Beneficios para las empresas que participan en la orientación profesional

La colaboración de empresas y centros educativos en la orientación profesional de los alumnos es una **relación de win-win que aporta beneficios a todos** los implicados. Salen **beneficiados los jóvenes**, que pueden tomar sus decisiones con más probabilidades de acierto, **los centros**, que cumplen mejor su función de preparar a los jóvenes para el futuro que les espera **y las empresas orientadoras**, que mejoran su competitividad y su imagen, entre otras cosas. Además, tiene una **repercusión directa y positiva en la economía y la sociedad**.

Las empresas deben ver su participación en la orientación profesional como una inversión de futuro, de la que obtienen una serie de beneficios que detallaremos en los próximos dos capítulos, como son la **atracción y formación del talento futuro**.

Además, como casi todos los programas de orientación profesional se llevan a cabo por voluntarios **de la empresa**, se generan **beneficios adicionales tanto para los voluntarios como para la empresa**:

- 1. Satisfacción personal y orgullo de pertenencia a la empresa:** los voluntarios pueden convertirse en grandes embajadores de la compañía **y mejorar el employer branding de la misma**.
- 2. Desarrollo de habilidades:** en la interacción con jóvenes, los voluntarios **desarrollan nuevas habilidades** que repercuten en su desempeño profesional, tales como la capacidad de liderazgo, adaptación a entornos cambiantes, atención a la diversidad y capacidad de coordinación y comunicación.

3. Impacto en el entorno cercano: en muchos casos, los voluntarios colaboran con centros del entorno local de la empresa, aportando valor y mostrando una **imagen más social y responsable** del empleado y la empresa.

Experiencias inspiradoras para impulsar proyectos de orientación

En esta publicación se presentan **14 casos de éxito** de empresas que participan en diferentes programas de orientación profesional en colaboración con centros educativos.

La mayor parte de los casos son de **empresas de diferente tamaño y sector** ubicadas en España, pero también se incluyen dos casos de empresas alemanas que, por su **originalidad e innovación**, consideramos de especial interés.

La publicación se divide en dos capítulos atendiendo a **dos de las grandes motivaciones** que tienen las empresas para impulsar programas de orientación. Por supuesto, pueden existir otros motivos, pero hemos optado por esta división para facilitar la lectura:

- 1.** Atraer a jóvenes hacia determinados sectores profesionales y empresas
- 2.** Contribuir a la economía y la sociedad en general

Cada caso consta de un **resumen ejecutivo inspirador** y una versión más detallada en la que se comparten **experiencias prácticas y aprendizajes útiles para otras empresas** que quieran iniciar su participación en la orientación profesional.

Presentamos estos 14 casos, poniendo especialmente en valor los beneficios que ofrecen los programas de orientación a las propias empresas. Nuestra intención con ello es inspirar y animar a otras empresas a seguir el ejemplo e involucrarse activamente en la orientación profesional de los jóvenes, puesto que con ello contribuirán a un mayor acercamiento entre el mundo educativo y el empresarial y a la mejora de la competitividad de nuestra economía.



Resúmenes ejecutivos



Camino al Empleo

Resumen ejecutivo del proyecto de orientación de Alsea Iberia

OBJETIVOS

Con Camino al Empleo, Alsea Iberia pretende mejorar la empleabilidad de jóvenes en situación de vulnerabilidad, acercando el mundo de la empresa a los jóvenes que aún no habían tenido experiencia laboral, creando una cantera de talento.

ACTIVIDADES

Voluntarios de Alsea Iberia ofrecen formación y experiencias en entornos de trabajo a jóvenes en situación de vulnerabilidad y consta de cuatro etapas, en las que los jóvenes participan según sus necesidades específicas durante su trayectoria hacia el empleo.

BENEFICIOS PARA ALSEA IBERIA

01 Crear una cantera de jóvenes bien formados y con proyección de futuro que podrán incorporarse a futuras vacantes dentro de las diferentes marcas del grupo.

02 Fomentar la empleabilidad y el acceso al empleo de jóvenes en situaciones de vulnerabilidad.

03 Aumentar la satisfacción de los empleados voluntarios a través de su involucración en el programa.

Más información sobre el programa en la página 34.

Modelo Telgte

Resumen ejecutivo del proyecto de orientación de Bernd Münstermann GmbH & Co. KG

OBJETIVOS

Con el Modelo Telgte, Bernd Münstermann GmbH & Co. KG pretende facilitar que los alumnos entren en contacto con las empresas del municipio y se familiaricen con el mayor número posible de profesiones, para poder tenerlas en cuenta a la hora de elegir su carrera profesional. Además, este proyecto facilita el que los profesores integren el mundo de las empresas en sus asignaturas.

ACTIVIDADES

Mediante una plataforma digital desarrollada y mantenida por el Ayuntamiento de Telgte, las empresas pueden inscribirse y ofrecer distintos tipos de actividades de orientación profesional a alumnos de los centros educativos del municipio. Además de las actividades de orientación, las empresas también pueden publicar en la plataforma su disponibilidad para estancias de prácticas y plazas de FP Dual a las que pueden optar los alumnos.

BENEFICIOS PARA BERND MÜNSTERMANN GMBH & CO. KG

01 A través de un mayor conocimiento de las empresas y profesiones que se desarrollan en el municipio, se facilita que más jóvenes decidan desarrollar su carrera profesional en el municipio y en las empresas participantes.

02 El contacto con otras empresas y con centros educativos del municipio resulta especialmente atractivo para las empresas más pequeñas, puesto que les permite dar a conocer su oferta.

03 Para los empleados de las empresas, trabajar con alumnos es muy motivante, ya que el diseño de propuestas educativas relacionadas con su profesión les permite desarrollar su capacidad creativa.

Más información sobre el programa en la página 40.

Acércate

Resumen ejecutivo del proyecto de orientación del Centro Nacional de Investigaciones Cardiovasculares (CNIC)

OBJETIVOS

Con el proyecto Acércate, el CNIC pretende identificar, atraer y captar talento para crear una cantera de profesionales con altas capacidades científicas.

ACTIVIDADES

El programa consiste en realizar una estancia formativa de dos semanas en el CNIC en las que los alumnos simularán proyectos científicos, supervisados por voluntarios de CNIC. Está dirigido a alumnos de Bachillerato. El programa dura dos semanas y se lleva a cabo en las vacaciones de verano.

BENEFICIOS PARA CNIC

01 A través de Acércate, CNIC identifica y capta jóvenes con talento a temprana edad para generar su propia cantera de futuros investigadores.

02 Los jóvenes que han participado en Acércate vuelven a su Comunidad Autónoma como embajadores de CNIC y contribuyen a difundir el programa, así como la labor del centro de investigación.

03 El programa ayuda a fomentar el interés de los jóvenes por las ciencias naturales y la investigación.

Más información sobre el programa en la página 46.

Programa Escuela

Resumen ejecutivo del proyecto de orientación de Cisco Systems

OBJETIVOS

Con el Programa Escuela, Cisco quiere despertar la curiosidad de los alumnos por estudios de áreas STEM desde edades tempranas y atraer a los jóvenes a un sector con alta demanda de empleo. Al mismo tiempo, pretende que sus empleados tengan la oportunidad de participar en actividades de voluntariado ayudando a promover carreras STEM.

ACTIVIDADES

El Programa Escuela consiste en ofrecer sesiones de formación impartidas por voluntarios de Cisco y docentes interesados en centros educativos para alumnos de Primaria y Secundaria. El programa consta de cinco sesiones, de entre 45 y 60 minutos, que se reparten a lo largo del curso y se llevan a cabo en el centro. Además de la formación teórica, los alumnos también desarrollan en grupo un proyecto para poner en práctica los conocimientos durante aproximadamente dos meses. El programa termina con un concurso de proyectos entre los equipos participantes y una visita a Cisco de los ganadores.

BENEFICIOS PARA CISCO SYSTEMS

01 Promueve la orientación hacia estudios superiores en áreas STEM a través de información «desde dentro» del sector tecnológico.

02 Aumenta la satisfacción de los empleados voluntarios al darles la oportunidad de involucrarse en un proyecto que beneficia a su entorno social más cercano.

03 Ayuda a la empresa a mejorar y reforzar su imagen como marca empleadora, lo cual es importante en un sector con alta demanda y competitividad como el tecnológico.

Más información sobre el programa en la página 52.

Come2Industry

Resumen ejecutivo del proyecto de orientación de Freudenberg

OBJETIVOS

Con Come2Industry, Freudenberg pretende romper con los mitos del sector industrial entre los jóvenes y reducir el desajuste entre la alta demanda de las profesiones industriales y la falta de jóvenes interesados en el sector.

ACTIVIDADES

Los propios empleados de Freudenberg realizan sesiones de orientación profesional para jóvenes de cuarto de ESO y segundo de Bachillerato. Las sesiones se estructuran en cinco actividades de una hora de duración.

BENEFICIOS PARA FREUDENBERG

01 A través del proyecto Come2Industry, se anima a los jóvenes a conocer profesiones industriales con alta demanda por parte de las empresas.

02 Come2Industry contribuye a difundir entre los jóvenes y sus familias una imagen realista, atractiva y actualizada de la industria.

03 El proyecto contribuye a fomentar un empleo juvenil de calidad en la región.

04 Con el proyecto, Freudenberg consigue empleados más motivados y socialmente responsables al involucrarles en el proyecto como embajadores de su profesión.

Más información sobre el programa en la página 58.

Formación tecnológica para profesores

Resumen ejecutivo del proyecto de orientación de IBM España

OBJETIVOS

IBM España quiere despertar, desde una etapa temprana, la curiosidad e interés de los alumnos por las áreas STEM y animarles a que en el futuro se decidan por carreras profesionales en este sector.

ACTIVIDADES

A través de programas de formación tecnológica para profesores de diferentes niveles educativos de diferentes regiones españolas, IBM España les facilita el conocimiento para aplicar la tecnología, la programación y la robótica en las aulas.

A su vez, la capacitación del profesorado ayuda al alumnado a alcanzar mejores resultados en este área. La formación es impartida por voluntarios de IBM con la colaboración de la asociación Creática.

BENEFICIOS PARA IBM

01 Atraer talento y tener más profesionales cualificados en el ámbito tecnológico, despertando el interés en los jóvenes por la tecnología y su deseo de trabajar en el sector.

02 Aumentar la satisfacción y compromiso de los empleados con la empresa, ya que se sienten útiles y, además, a veces tienen la posibilidad de ofrecer dicha formación en los centros educativos de sus hijos.

03 Mejorar su imagen pública, ofreciendo conocimientos relevantes al sector educativo.

Más información sobre el programa en la página 64.

Curso de programación para alumnos

Resumen ejecutivo del proyecto de orientación de PIKON Deutschland AG

OBJETIVOS

Con el Curso de programación para alumnos, PIKON pretende proporcionar a los participantes una primera aproximación al mundo de la programación y, así, despertar su interés por las profesiones del sector de las tecnologías de la información.

ACTIVIDADES

El curso introduce conceptos básicos sobre programación de forma lúdica y es impartido por programadores y consultores voluntarios a alumnos de 14 a 19 años, con especial foco en las alumnas y en jóvenes sin nociones previas sobre programación. PIKON proporciona ordenadores portátiles usados, con los que los jóvenes pueden trabajar durante el curso y realizan un proyecto informático propio.

BENEFICIOS PARA PIKON

01 Despierta el interés de los alumnos –especialmente de las alumnas– por profesiones del ámbito de las tecnologías de la información. De esta forma se consigue atraer a nuevas generaciones de profesionales hacia la empresa y al sector.

02 Mejora la imagen de marca de la empresa gracias a la implicación de esta en el contexto social de su región.

03 Los empleados de PIKON demuestran mayor motivación y vinculación con la empresa tras la realización del curso.

Más información sobre el programa en la página 70.

Programa Masterclass

Resumen ejecutivo del proyecto de orientación de QIPRO

OBJETIVOS

Con el programa Masterclass, QIPRO pretende conseguir generar entre los jóvenes el deseo de formar parte de la empresa y poder ampliar su cantera con nuevos talentos. Al mismo tiempo, quiere motivar a sus empleados.

ACTIVIDADES

El programa Masterclass de QIPRO consiste en ofrecer a centros de FP una serie de clases magistrales con distintas temáticas. Las clases son impartidas por voluntarios de la empresa que, además, participan en la creación de los contenidos y desarrollo de la actividad, compartiendo su conocimiento y tiempo.

BENEFICIOS PARA QIPRO

01 Con el programa Masterclass, los empleados ponen en valor su trabajo, se sienten más valorados y satisfechos, y desarrollan un orgullo de pertenencia a la empresa.

02 Para QIPRO, el programa facilita crear un vínculo y acercarse a los centros educativos, donde se encuentra el futuro talento de la empresa. Dicho acercamiento permite a QIPRO crear cantera para dar respuesta a su alta contratación anual.

03 Los propios empleados de QIPRO se han interesado en recibir las Masterclass de sus compañeros. Esto ha permitido aumentar el desarrollo profesional de los empleados y hacer circular el conocimiento internamente entre departamentos.

Más información sobre el programa en la página 74.

Flying Challenge

Resumen ejecutivo del proyecto de orientación de Airbus

OBJETIVOS

Con el proyecto Flying Challenge, Airbus quiere proporcionar a los alumnos un apoyo duradero y eficaz que les ayude a prepararse mejor para su futuro profesional y contribuir a reducir el abandono escolar. Además, el proyecto pretende captar talento.

ACTIVIDADES

Voluntarios de Airbus imparten sesiones de tutoría y formación en emprendimiento a alumnos de ESO. El programa utiliza la metodología APB (Aprendizaje Basado en Proyectos) donde los alumnos aprenden haciendo.

BENEFICIOS PARA AIRBUS

01 Los empleados voluntarios están satisfechos con la empresa por poder mostrar no solo sus conocimientos técnicos, sino sus habilidades interpersonales.

02 Cuando los empleados participan en estos proyectos de voluntariado, el clima interno y la relación entre los empleados mejora. Se reducen las diferencias entre departamentos y se desarrolla una relación de compañerismo entre todos los implicados en el proyecto.

03 Con proyectos como este, Airbus consigue captar la atención de los jóvenes y especialmente de las chicas hacia el sector de las ingenierías, muy especializado, y que exige un nivel de compromiso y dedicación muy altos.

Más información sobre el programa en la página 84.

Programa Coach

Resumen ejecutivo del proyecto de orientación del Banco Sabadell

OBJETIVOS

Banco Sabadell colabora con la Fundación Exit en el Proyecto Coach, que tiene como fin último ayudar a los jóvenes a conectar con su vocación y, desde ahí, motivarles a continuar con su formación académica teniendo una mirada más amplia e inspiradora sobre el contexto profesional y sobre sí mismos.

ACTIVIDADES

Los empleados del Banco Sabadell organizan visitas a las instalaciones del banco en Madrid y Barcelona para jóvenes que provienen de situaciones de vulnerabilidad o se encuentran en riesgo de abandono escolar. El programa se estructura en 6 sesiones pautadas en las que cada voluntario acompaña a un joven, y se utilizan técnicas de *coaching* y de *mentoring*.

BENEFICIOS PARA BANCO SABADELL

01 Los empleados reciben formación de calidad en *coaching* y *mentoring* y este aprendizaje les ayuda en su desarrollo profesional y aumenta su motivación y orgullo de pertenencia.

02 Es una gran oportunidad para la empresa para detectar y potenciar capacidades de liderazgo y organización entre los empleados que participan en el proyecto.

03 Tener contacto con jóvenes es una oportunidad para la empresa a la hora de poder conocer de primera mano tendencias, gustos, valores, comportamientos, etcétera.

04 La experiencia de participar en el Proyecto Coach ha servido como aprendizaje para mejorar otros programas de formación interna de la empresa.

Más información sobre el programa en la página 90.

Emprendimiento en las escuelas

Resumen ejecutivo del proyecto de orientación de la Fundación Persán

OBJETIVOS

Con Emprendimiento en las escuelas, la Fundación Persán desarrolla un programa con el que entrenar actitudes y aptitudes emprendedoras entre los jóvenes en Andalucía.

ACTIVIDADES

Alumnos de los últimos cursos de Secundaria crean, en grupo, una empresa simulada y desarrollan productos que acabarán vendiendo en la realidad. Para ello, empleados voluntarios de la empresa forman a los profesores para que puedan trasladar conocimientos y metodologías de emprendimiento a sus alumnos. Además, les asesoran y les facilitan material pedagógico para estructurar las sesiones de creación de empresas.

BENEFICIOS PARA FUNDACIÓN PERSÁN

01 A través del proyecto, Fundación Persán promueve el talento y la cultura empresarial, necesarios para nuestra economía y sociedad.

02 Los empleados se sienten más cercanos a una empresa comprometida y alineada con sus mismos valores.

03 Persán consigue conocer más de cerca a sus futuros clientes, ver cómo piensan, su forma de ver la vida, sus inquietudes y sus necesidades; y así adelantarse a los tiempos.

Más información sobre el programa en la página 96.

Socios por un día

Resumen ejecutivo del proyecto de orientación de Pérez-Llorca

OBJETIVOS

Pérez-Llorca colabora con la Fundación Junior Achievement en el proyecto Socios por un día, que tiene como objetivo enseñar a los alumnos qué es y cómo se desarrolla el día a día en un despacho de abogados con el fin de contribuir a la orientación profesional de los jóvenes.

ACTIVIDADES

Pérez-Llorca recibe a estudiantes de cuarto de ESO, Bachillerato y FP entre uno y cuatro días en la empresa. Durante dicha estancia, los jóvenes acompañan a los abogados en sus distintas tareas durante toda la jornada laboral rotando con profesionales de distintas especialidades. Se trata de una actividad informativa y no de *mentoring*.

BENEFICIOS PARA PÉREZ-LLORCA

01 Socios por un día motiva a los empleados de la empresa, especialmente a los abogados jóvenes, ya que les permite ayudar a jóvenes a encontrar su camino profesional.

02 El proyecto forma parte de su filosofía de RSC y pone en valor al bufete ante sus clientes y empleados.

03 A través de Socios por un día, el bufete rompe con mitos asociados a profesiones de la abogacía.

Más información sobre el programa en la página 104.

TMB se mueve por la educación

Resumen ejecutivo del proyecto de orientación de Transports Metropolitans de Barcelona (TMB)

OBJETIVOS

Con TMB se mueve por la educación, TMB pretende reducir el absentismo y el abandono escolar mediante una labor orientadora. También motiva a sus empleados a que se conviertan en motivadores.

ACTIVIDADES

El taller TMB se mueve por la educación consiste en visitas in situ a las instalaciones de TMB, tanto del metro como del bus, acompañados por trabajadores voluntarios. El programa consta de 10 sesiones prácticas repartidas a lo largo de tres meses. Los talleres se realizan antes de Navidad, Semana Santa y las vacaciones de verano.

BENEFICIOS PARA TMB

01 TMB contribuye a la sociedad y crea una imagen de empresa comprometida con su entorno y con la educación.

02 TMB recibe inputs de la sociedad a través de los jóvenes que asisten a los talleres y que aportan información a los monitores. Algunos de esos inputs se convierten en mejoras que la empresa implementa.

03 Los empleados voluntarios se sienten motivados al salir de su rutina y poder ayudar a jóvenes a encontrar su camino profesional, compartiendo su experiencia laboral.

04 El proyecto ayuda a TMB a generar un sentido de pertenencia y responsabilidad respecto al transporte público de la ciudad, desarrollando entre los alumnos un mayor sentido cívico y de respeto hacia él.

Más información sobre el programa en la página 110.

Programas de capacitación de jóvenes

Resumen ejecutivo de los proyectos de orientación de la empresa Zurich

OBJETIVOS

Zurich colabora con la Fundación Junior Achievement en cinco de sus programas para jóvenes: Habilidades para el éxito, Miniempresas, Orienta-T, Socias por un día, y Liderazgo Inclusivo. Estos programas, impartidos por empleados voluntarios de Zurich, ayudan a preparar a los jóvenes para su futuro profesional a través del desarrollo de competencias transversales, el fomento del emprendimiento, la reflexión sobre el futuro profesional, el impulso de los sectores STEM y el liderazgo femenino.

ACTIVIDADES

Los programas ofrecen un amplio abanico de actividades encaminadas a mejorar el desarrollo profesional de los alumnos de Secundaria, Bachillerato y FP. Algunas de las acciones concretas que se llevan a cabo en el marco de los diferentes programas son: sesiones de orientación para identificar y trabajar habilidades y competencias; simulación de creación de empresas; entrenamiento de entrevistas de trabajo; talleres de orientación enfocados al sector STEM; y visitas a empresas para ver el día a día de mujeres directivas, entre otras.

Zurich recibe apoyo económico de la Z Zurich Foundation para el desarrollo de los programas de empoderamiento juvenil.

BENEFICIOS PARA ZURICH

01 A través del voluntariado, los empleados se comprometen más con la empresa, se fidelizan e incrementa su bienestar.

02 Los programas permiten a los voluntarios poner en práctica sus habilidades de comunicación y transmitir competencias a los más jóvenes.

03 Para la empresa, vincularse con el mundo educativo es una oportunidad para conocer a sus futuros clientes: los jóvenes.

Más información sobre el programa en la página 116.

01



ATRAER A JÓVENES HACIA SECTORES PROFESIONALES Y EMPRESAS

En este capítulo se presentan **ocho casos** que apuestan por la orientación profesional como estrategia para atraer a jóvenes hacia determinados sectores profesionales y empresas.

CASOS PRÁCTICOS

ALSEA IBERIA

Camino al Empleo

BERND MÜNSTERMANN GMBH & CO. KG

Modelo Telgte

Centro Nacional de Investigaciones Cardiovasculares (CNIC)

Acércate

CISCO SYSTEMS

Programa Escuela

FREUDENBERG

Come2Industry

IBM

Formación tecnológica para profesores

PIKON Deutschland AG

Curso de programación para alumnos

QIPRO

Programa Masterclass

En muchos casos se trata de sectores de alto crecimiento (como las telecomunicaciones, tecnología o innovación), pero también puede tratarse de sectores más tradicionales (industria, hostelería o servicios) que presentan dificultades para cubrir puestos de trabajo por falta de jóvenes cualificados. Esto ocurre, **muchas veces, por el desconocimiento** por parte de los jóvenes **de las oportunidades profesionales** y la **alta empleabilidad** que ofrecen estos sectores. En otras ocasiones, este desajuste se produce por falta de **formación especializada por parte de los candidatos o porque carecen las habilidades y competencias demandadas** por las empresas.

No hay duda que la carencia de talento joven en estos sectores representa un importante **lastre para su competitividad**. Por ello, felicitamos a las empresas que han detectado la gran oportunidad que supone para ellas la participación en la orientación profesional de los jóvenes. Ello les permite **despertar vocaciones, complementar la formación académica** que reciben los alumnos **con conocimientos más prácticos y con competencias transversales** que demandan las empresas y vincular los estudios con las necesidades reales de las empresas.

¿Qué beneficios reciben empresas y sectores impulsando programas de orientación?

1. **Despertar vocaciones en los alumnos** para aumentar las posibilidades de que en el futuro haya **más profesionales vinculados con las necesidades** del sector.
2. **Mejorar la percepción de los jóvenes** hacia sectores con alta empleabilidad y demanda de **profesionales posicionándose como futuras empresas empleadoras**.
3. **Entender de primera mano los valores e intereses de las nuevas generaciones** y, de esta forma, promover una mejor **convivencia intergeneracional en la empresa**.

¿Cómo pueden participar las empresas en la orientación profesional?

Existen **múltiples fórmulas para dar a conocer sectores y profesiones a los alumnos** de Primaria, Secundaria, Bachillerato y Formación Profesional de un modo entendible y atractivo para los alumnos. Con ellas se consigue **despertar su curiosidad e interés**, y ayudarles a **descubrir posibles vocaciones** a través de la interacción con profesionales y mediante experiencias en entornos reales de trabajo.

Las empresas pueden llevar a cabo diferentes acciones, como **visitas a sus instalaciones, prácticas** en la empresa, **acompañamiento** a profesionales, **formación en tecnología** o participación en **charlas** informativas en los centros. A través de estas acciones se crea una conexión con la empresa, que tiene un **impacto altamente positivo** para los alumnos y contribuye a **dibujar una imagen positiva de las compañías** implicadas en estos programas. ¡Esperamos que los casos de éxito que presentamos resulten verdaderamente inspiradores!

”

DESPIERTAN VOCACIONES

«Complementan la formación con conocimientos más prácticos y competencias transversales, vinculando los estudios con el contexto profesional.»

Empresa: Alsea Iberia
Proyecto: Camino al Empleo

**Entrevista con
María Escribano,
Responsable de
Sostenibilidad.
«Mejorando
sus habilidades
transversales,
ofrecemos a
los jóvenes un
camino real hacia
el empleo.»**



RESUMEN

Alsea es el operador de restaurantes líder en América Latina y España, con marcas de reconocimiento global dentro de los segmentos de casual dining, quick service y coffee shop. Alsea Iberia opera, actualmente, marcas como Domino's Pizza, Foster's Hollywood, VIPS, Ginos, Fridays, Burger King o Cañas y Tapas. Desde sus departamentos de RSC y Recursos Humanos, desarrolla el programa Camino al Empleo. Los objetivos del programa son, por un lado, mejorar el acceso al empleo de jóvenes en situación de vulnerabilidad a través de una mejora de sus habilidades transversales y, por otro, crear una cantera de profesionales bien formados para las empresas del grupo y el sector.

Camino al Empleo es un programa integral que, a lo largo de cuatro etapas, fomenta diferentes habilidades prelaborales de los jóvenes, les facilita experiencias reales en la empresa, les ofrece puestos de trabajo y, una vez empleados, promueve su ulterior desarrollo profesional.

ORIGEN

Desde 2011, el Alsea Iberia desarrolla diferentes actividades para mejorar la empleabilidad de los jóvenes. En este contexto detectó que muchos alumnos de FP Básica que hacían sus prácticas en las empresas del grupo, tenían problemas de adaptación al entorno laboral por falta de experiencia y de habilidades transversales. Por ello, junto con el centro educativo «Antonio Orozco» de Fundación Tomillo, diseñó un currículo formativo de habilidades y competencias para complementar la formación que reciben los estudiantes de FP Básica en la escuela.

Esta formación es impartida por empleados voluntarios de diferentes departamentos corporativos y específicos de las marcas del grupo. A partir de esta experiencia, las actividades de la compañía a favor del empleo juvenil han ido creciendo y evolucionado a lo largo de los años hasta llegar al programa Camino al Empleo.

OBJETIVOS

Cuando se inició el programa, su objetivo principal era mejorar la empleabilidad de jóvenes en situación de vulnerabilidad, acercando el mundo de la empresa a los jóvenes que aún no habían tenido experiencia laboral y fomentando habilidades que facilitan el acceso al empleo.



«Intentamos darles a los jóvenes una visión de cómo será el mañana cuando estén trabajando, que tengan ya ese contacto más directo. La parte práctica es clave, para que no lo vean como “algo que estoy haciendo en la escuela”, sino como algo muy real.»

Actualmente, el programa Camino al Empleo persigue, además, un segundo objetivo: crear una cantera de jóvenes bien preparados y formados para cubrir las vacantes en el grupo Alsea Iberia y el sector.

ACTIVIDADES

El programa consiste en ofrecer formación y experiencias en entornos de trabajo real a jóvenes en situación de vulnerabilidad y consta de cuatro etapas, en las que los jóvenes participan según sus necesidades específicas durante su trayectoria hacia el empleo.

Fase 1: Formación y entrenamiento en habilidades prelaborales

En la primera etapa, en colaboración con múltiples entidades sociales, profesionales voluntarios de diferentes departamentos corporativos y específicos de las marcas asociadas al grupo imparten a los estudiantes de FP Básica y de formaciones no regladas dos tipos de módulos de formación transversal.

Por una parte, imparten sesiones para apoyar habilidades relevantes en el trabajo, como «empatía y relación con el cliente», «trabajo en equipo», «gestión del estrés», «orientación laboral», «calidad», «gestión de productos» y «finanzas». En estas sesiones, los voluntarios transmiten los contenidos de forma práctica.

BENEFICIOS PARA ALSEA IBERIA

01

Crear una cantera de jóvenes bien formados y con proyección de futuro.

02

Fomentar la empleabilidad y el acceso al empleo de jóvenes en situaciones de vulnerabilidad.

03

Aumentar la satisfacción de los empleados voluntarios a través de su involucración en el programa.

En el módulo «empatía y relación con el cliente», organizan, por ejemplo, un juego de roles en un restaurante, en el que los voluntarios actúan como clientes. Esta formación se realiza en inglés para ayudarles a mejorar su competencia lingüística y resaltar la importancia del idioma en el sector. En el módulo «finanzas» explican a los jóvenes los tipos de ingresos y gastos que se gestionan en un restaurante, la consumición media de clientes, los tipos de ingresos y gastos que se gestionan en un restaurante con ejemplos de su vida diaria para que les sirva, también, a la hora de administrar de manera eficiente sus finanzas personales y familiares.



«Entendemos el acceso al empleo como un viaje con varias etapas, que da respuesta a las diferentes necesidades con las que se van encontrando los jóvenes en su trayectoria.»

Por otra parte, los voluntarios organizan sesiones de *coaching* y asesoramiento con los jóvenes para que descubran sus inquietudes e intereses profesionales. Se les da la oportunidad de conocer departamentos y personas clave de la compañía, trabajar con ellos su orientación laboral y definir los pasos para conseguir los objetivos profesionales.

En total, se realizan 10 sesiones entre octubre y abril de cada año. Para ser coherentes con los contenidos, los módulos impartidos van ligados con la temática que se está dando en ese momento dentro del currículo formal en la escuela. Normalmente, las sesiones tienen lugar en la propia escuela, pero algunas también se llevan a cabo en el centro de formación de Alsea Iberia o en alguno de sus establecimientos u oficinas, para que los jóvenes tengan la oportunidad de ver la realidad de la empresa.

Fase 2: Practicar y conocer. Entrenamiento: Programa de prácticas

El programa de prácticas de la segunda etapa está destinado a jóvenes que han recibido formación técnica en hostelería, la mayoría a través de una FP Básica. Muchos han participado previamente en la primera etapa y quieren poner en práctica lo aprendido.



«La experiencia de los jóvenes durante estas prácticas puede determinar su futuro desarrollo profesional, porque muchos ven por primera vez en su vida cómo funciona una empresa real desde dentro.»

Para poder ofrecer unas prácticas de calidad, se han acondicionado unos restaurantes, denominados «unidades escuela» para que los jóvenes puedan aplicar lo aprendido. Durante las prácticas, los jóvenes reciben un acompañamiento personalizado por parte de tutores (*managers* o jefes de cocina) que tienen vocación pedagógica, motivación e implicación en el proyecto. Estos tutores también se encargan de desarrollar el plan formativo de los jóvenes, así como de su seguimiento.

Fase 3: Tu primera oportunidad: Primera oportunidad laboral con contrato

La tercera etapa de Camino al Empleo está destinada a jóvenes que han recorrido las etapas anteriores y están en búsqueda de empleo. Suele tratarse de jóvenes que llegan de situaciones complicadas y con difícil acceso al mercado laboral. A muchos de ellos se les ofrece una incorporación en Alsea Iberia, donde se integrarán en un equipo en el que seguirán desarrollando sus habilidades laborales y personales. En la compañía reciben

un plan formativo para su desarrollo y un programa de *mentoring* y asesoramiento.

Fase 4: Desarróllate. Desarrollo profesional: Desarrollo de carrera

La última etapa del programa consiste en la integración dentro del plan de carrera habitual de los profesionales de la compañía que, a través de formaciones específicas, ayuda a las personas a desarrollar habilidades que les permitan ir asumiendo tareas de mayor responsabilidad.

DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN

Gestión colaborativa entre Recursos Humanos y RSC

Al principio, el programa era gestionado únicamente por el equipo de RSC. Sin embargo, a medida que se fue desarrollando y se ampliaron sus objetivos hacia la captación de talento, el programa fue integrado cada vez más en el departamento de RRHH. Actualmente, ambos departamentos colaboran estrechamente para gestionar y ejecutar las diferentes etapas del programa, lo que ha permitido integrar las actividades del voluntariado con la estrategia de RRHH.

Colaboración con entidades sociales

En todas las etapas del programa, Alsea Iberia colabora con entidades sociales. Conjuntamente, se diseñan los módulos formativos en habilidades para complementar la formación técnica, analizando y contrastando el currículo formal con las descripciones de los puestos de trabajo de Alsea Iberia, sus puntos diferenciales y lo que puede aportar la empresa desde las nuevas tecnologías. Este proceso se repite cada año: partiendo de la evaluación del curso anterior y de la evolución de los jóvenes, se planifican los módulos formativos del siguiente curso escolar. La colaboración con

las entidades sociales también es importante en las etapas de prácticas e incorporación a la empresa, para identificar mejor los perfiles y competencias demandados por la empresa.



«Conforme vamos evolucionando como empresa, también evolucionan las formaciones que ofrecemos a los jóvenes: ¿Que nos vamos digitalizando? Pues impartimos píldoras de digitalización o tecnología.»

Involucración de los profesionales voluntarios

Los que imparten las sesiones de habilidades transversales son empleados voluntarios de departamentos corporativos y específicos de las diferentes marcas que componen Alsea Iberia. En función de sus competencias, conocimientos e intereses, el equipo de RSC cada año identifica a los voluntarios que pueden encajar mejor con el programa Camino al Empleo. Para ello es especialmente importante tener interés y motivación reales porque, aunque todos los participantes estén formados pedagógicamente, se ha de elegir a aquellos que tengan las mejores habilidades para apoyar a jóvenes en situaciones de vulnerabilidad.

Los voluntarios aprovechan los contenidos ya desarrollados previamente para los empleados de la empresa y, junto con el equipo de RSC, los adaptan al grupo target del proyecto. Una vez en el centro educativo, los voluntarios imparten cinco sesiones seguidas a jóvenes repartidos en grupos pequeños durante una mañana entera. Siempre van acompañados de un compañero del departamento de RSC que les presenta, les ubica y se queda con ellos durante las dos primeras sesiones.

RESULTADOS

En 2017, **823 jóvenes participaron** en la primera etapa y recibieron algún tipo de formación en competencias, *coaching*, *mentoring* o charlas enfocadas a la orientación laboral. **406 jóvenes realizaron sus prácticas y 317 tuvieron su primera oportunidad laboral** en las marcas de Alsea Iberia. En total, participaron **20 entidades sociales colaboradoras**.

En cuanto a los voluntarios de la empresa, **185 personas participaron como formadores**, tutores o *coaches*.

La compañía recibió el premio de Empresa Orientadora en la 11ª edición de los premios Educaweb en 2018, como reconocimiento a su labor de mejorar la empleabilidad de personas en situación vulnerable.

FACTORES DE ÉXITO

Camino al Empleo se ha convertido en un programa estratégico para la empresa que alinea la necesidad de captar talento con los proyectos de responsabilidad cooperativa del grupo.



«La participación en el programa para los voluntarios es como un premio. Cuando sale la oportunidad, se dicen: “¿Quién va este año? ¿Vas tú o voy yo?”. Hay un enganche y una repetición, que es el *feedback* más importante.»

El programa está muy aceptado en la plantilla y muchos quieren participar como voluntarios. A los empleados les gusta el «cambio de aire» y el trato con los jóvenes. Además, el esfuerzo es asumible, porque pueden

«reciclar» los contenidos ya desarrollados para los empleados y solo tienen que adaptarlos al grupo target del proyecto.

Además, la relación coste-beneficio del programa es positiva: Camino al Empleo es muy efectivo en cuanto a captar talento, es fácilmente escalable a nivel interno, y tiene un coste razonable, puesto que aprovecha las formaciones que se están impartiendo a los empleados de la empresa.

UNA MIRADA AL FUTURO

Hay tres ámbitos en los que Alsea Iberia le gustaría desarrollar más el programa. En primer lugar, quieren avanzar en la medición del impacto como análisis final. Para ello, han de definir cuáles son los indicadores de éxito a largo plazo, y cómo pueden hacer su seguimiento. Desde 2017 se empezó a medir el índice de satisfacción de los participantes del programa y desde 2018 se mide también el índice de retención, a fin de conocer la utilidad de la formación impartida y el compromiso de los jóvenes incorporados a la empresa.

El segundo reto es asegurar la calidad del programa a fin de garantizar que la experiencia sea, en todos los casos, positiva e igualitaria. En esta línea, los tutores juegan un papel importante para garantizar el cumplimiento de los planes formativos.

Además, Alsea Iberia aspira a ampliar el programa a la Formación Profesional de grado medio, para que puedan participar jóvenes que cursan estos ciclos de FP.



REFLEXIONES DE ALSEA IBERIA PARA OTRAS EMPRESAS

- » ¿Qué perfiles necesitáis en el futuro? Empezad a pensar temprano en programas para interesar, formar y captar talento para vuestra empresa.
- » Un programa como «Camino al Empleo» es fácilmente replicable, total o parcialmente. Su coste es asumible y el retorno alto. Nosotros estamos encantados de compartir nuestra experiencia, ¡contactadnos!
- » Generar oportunidades de empleo para jóvenes en situación de vulnerabilidad aporta un valor diferencial a la compañía por la fidelidad, el orgullo de pertenencia y el potencial de desarrollo que tienen.

Empresa: Bernd
Münstermann
GmbH & Co. KG
Proyecto: Modelo Telgte

Entrevista con Magdalena Münstermann, Directiva y Responsable de Actividades de RSC.

«A través
de nuestra
plataforma
conectamos a
las empresas
y las escuelas
de nuestro
municipio.»



MÜNSTERMANN

www.muenstermann.com

RESUMEN

La empresa Bernd Münstermann GmbH & Co. KG, fabricante de instalaciones de secado y tratamiento térmico, impulsa desde el año 2009 un proyecto para mejorar la conexión entre empresas y escuelas en el municipio de Telgte, al noroeste de Alemania y con unos 20.000 habitantes. Para ello, se ha creado una plataforma digital en la que las empresas se presentan y ofrecen diferentes actividades de orientación vinculadas con su sector. De esta forma, alumnos y profesores conocen de primera mano las condiciones y oportunidades profesionales que ofrecen las empresas en el municipio de Telgte. También facilita que los jóvenes las puedan tomar en consideración como futuras empleadoras.

ORIGEN

La iniciativa nació en el año 2009, en una época en que las empresas del municipio de Telgte tenían serias dificultades para encontrar suficientes profesionales cualificados. Analizada la situación, se detectó que muchos jóvenes del municipio no tomaban ni siquiera en consideración la posibilidad de formarse y trabajar en una de las empresas de Telgte por puro desconocimiento tanto del mundo empresarial en general como de las empresas del municipio en particular. Este desconocimiento afectaba no solo a los alumnos, sino también a sus familias y profesores.

A fin de paliar esta situación, Magdalena Münstermann, directiva y responsable de RSC en la empresa Bernd Münstermann GmbH & Co. KG, en un primer momento convenció a ocho empresas para que ofrecieran actividades de orientación profesional

vinculadas con sus sectores en una escuela de Telgte. La iniciativa tuvo muy buena acogida y se desarrolló un proyecto piloto de un año, tras el cual se presentaron los resultados del proyecto a otras empresas y a la oficina de fomento económico del Ayuntamiento de Telgte. Al año siguiente ya eran 43 empresas las que participaron y el Ayuntamiento de Telgte se ofreció para desarrollar y mantener una plataforma digital para facilitar la coordinación del proyecto.

De forma paralela se fue consiguiendo que se adhirieran cada vez más escuelas de Telgte al proyecto. Era muy importante que no solo se inscribieran en la plataforma, sino que los profesores se involucraran personalmente. Por ello, se propiciaron encuentros entre representantes de las empresas y las escuelas para que se conocieran, se intercambiaran tarjetas de visita e hicieran una primera lluvia de ideas para desarrollar actividades conjuntas.

OBJETIVOS

El principal objetivo del Modelo Telgte es facilitar que los alumnos entren en contacto con las empresas del municipio y se familiaricen con el mayor número posible de profesiones, para poder tenerlas en cuenta a la hora de tomar decisiones sobre su carrera profesional. Además, este proyecto facilita que los profesores puedan integrar el mundo de las empresas en sus asignaturas, estableciendo el vínculo entre lo que se aprende en la asignatura y el uso que tiene el conocimiento adquirido en el mundo profesional.



«Los alumnos, a través de las actividades que ofrecen las empresas, pueden descubrir y experimentar directamente dónde se hallan sus verdaderos intereses y talentos.»

BENEFICIOS PARA BERND MÜNSTERMANN GMBH & CO. KG

01

A través de un mayor conocimiento de las empresas y profesiones que se desarrollan en el municipio, se facilita que más jóvenes decidan desarrollar su carrera profesional en el municipio y en las empresas participantes.

02

El contacto con otras empresas y con centros educativos del municipio resulta especialmente atractivo para las empresas más pequeñas, puesto que les permite dar a conocer su oferta.

03

Para los empleados de las empresas, trabajar con alumnos es muy motivante, ya que el diseño de propuestas educativas relacionadas con su profesión les permite desarrollar su capacidad creativa.

También es importante que las empresas se abran a las escuelas y den a conocer sus actividades, porque así les será más fácil atraer a jóvenes como futuros empleados, bien sea a través de estancias de prácticas, plazas de FP Dual u ofreciendo puestos de trabajo.



«Gracias al Modelo Telgte, empresas y centros educativos pueden conectarse para ofrecer a los alumnos información sobre profesiones y puestos de trabajo que existen en el municipio.»

Finalmente, las familias, como aliadas en la orientación de sus hijos, deben estar bien informadas sobre las alternativas existentes en el municipio a fin de poder apoyar a sus hijos con mayor conocimiento en sus elecciones profesionales.

ACTIVIDADES

Todas las empresas y escuelas del municipio de Telgte pueden inscribirse y presentarse en la plataforma digital <<http://www.telgter-modell.de>>, en la que las empresas ofrecen diferentes actividades de orientación, especificando los objetivos y formato. El profesorado puede filtrar las actividades por materia o empresa y ponerse en contacto directamente con las empresas. Las actividades se plantean como propuestas y, una vez establecido el contacto entre el centro y la empresa, se pueden adaptar a necesidades específicas, por ejemplo, profundizar en alguna profesión en concreto a demanda de los alumnos.

Además de las actividades de orientación, las empresas también pueden publicar en la plataforma su disponibilidad para estancias de prácticas y plazas de FP Dual a las que pueden optar los alumnos.

Algunos ejemplos de las actividades de orientación que se encuentra en la plataforma digital:

- » Un concesionario de automóviles ofrece un curso de cómo cambiar neumáticos para la asignatura de tecnología.
- » Una óptica ofrece una actividad acerca del funcionamiento del ojo y la visión defectuosa, concebida como complemento de las clases de biología.
- » Una agencia de publicidad propone un curso de creación de textos publicitarios que emocionen para la asignatura de alemán.
- » Una empresa ofrece una actividad sobre tramitación de pedidos en mercados globalizados y relaciones interculturales con clientes internacionales para las clases de inglés.
- » El Ayuntamiento de Telgte facilita la realización de un simulacro de un plenario del Consejo Municipal para las clases de política.
- » Una empresa de jardinería enseña a podar árboles para las clases de biología y a medir superficies para las clases de matemáticas.
- » Una tienda de ropa ofrece un curso de psicología de ventas para la asignatura de economía.
- » Una carnicería imparte clases sobre cría y producción ganadera para las clases de biología o economía doméstica.

DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN

Además de las empresas y los centros educativos, el Ayuntamiento de Telgte y su oficina de fomento económico también están muy implicados en el proyecto.

La oficina de fomento económico de Telgte por un lado, apoya activamente el proyecto desde el principio y anima a las empresas a

presentar propuestas en la plataforma. Por el otro, ha creado y mantiene la plataforma, asesora a empresas y escuelas y proporciona apoyo operativo para la organización de visitas de una clase entera (aprox. 30 alumnos) a una empresa.



«La colaboración entre las tres partes implicadas –las empresas, los centros educativos y la oficina municipal de fomento económico– es clave para el éxito del modelo.»

Es muy importante para el Modelo Telgte cuidar la comunicación, a fin de sensibilizar a las empresas y centros educativos y a la sociedad en general sobre la necesidad de vincular mucho más estrechamente el mundo educativo y el empresarial. La prensa local puede ser aquí un valioso aliado.

RESULTADOS

En la actualidad, más de 100 empresas de los sectores de la industria, artesanía, comercio, gastronomía y servicios ofrecen distintas actividades para un total de 17 asignaturas, algunas ya en el ciclo de primaria, y todos los centros educativos del municipio de Telgte están inscritos en la plataforma.



«El Modelo Telgte se ha convertido en un modelo de éxito replicable.»

Una encuesta realizada entre los actuales estudiantes de FP Dual en las empresas del municipio de Telgte indica que muchos de ellos se han sentido atraídos por la profesión en la que se están formando especialmente a raíz del

primer contacto con la empresa, las charlas con los empleados y la experiencia práctica que tuvieron a través del Modelo Telgte. El contacto personal, idealmente desde primaria, de los alumnos con los empleados y la integración de las diversas profesiones dentro del aula, ayuda a los jóvenes en su elección profesional, porque solo se conoce verdaderamente una profesión y una empresa cuando se experimenta en primera persona y se habla con los empleados que la desarrollan. Se trata de experiencias emocionales importantes para los jóvenes, que les motivan de manera diferente y contribuyen a erradicar estereotipos y prejuicios, por ejemplo, con respecto a las profesiones del sector industrial para las chicas.

Gracias a la simplicidad del proyecto, el modelo ha sido replicado en varias regiones de Alemania, generalmente por iniciativa de las Cámaras de Industria y Comercio locales o de asociaciones gremiales, que actúan como coordinadores.

FACTORES DE ÉXITO

En primer lugar, hay que destacar su simplicidad como factor de éxito. La idea principal es vincular a las empresas y los centros educativos para generar ofertas de actividades de orientación profesional para el alumnado, mediante una plataforma digital, a través de la cual se pueden introducir y consultar fácilmente las ofertas de actividades y los datos de contacto.

Un segundo factor de éxito es el rol de coordinador que asume el Ayuntamiento de Telgte.

También es un factor importante la dimensión local del proyecto.



«Siempre hemos basado las acciones en las necesidades tanto de los alumnos como de las empresas.»

UNA MIRADA AL FUTURO

En términos generales, el proyecto es un caso de éxito. Uno de los pocos retos que quedan pendientes es conseguir un mayor encaje entre las actividades propuestas por las empresas en la plataforma y los intereses y necesidades del profesorado y alumnado en los centros. A las empresas de sectores «poco atractivos» les cuesta encontrar suficientes alumnos para llenar las actividades que se ofrecen a los centros. Otra área de mejora es que el profesorado tenga más información sobre las empresas del municipio, ya que puede ser la primera fuente de oportunidades profesionales para sus alumnos.

De cara al futuro se está pensando en complementar la plataforma digital con una aplicación móvil que facilite la interacción y aumente el acceso. Para ello se ha solicitado financiación pública al Estado Federal en el que se encuentra Telgte.

» REFLEXIONES DE BERND MÜNSTERMANN GMBH & CO. KG PARA OTRAS EMPRESAS

- » Este tipo de proyectos parece especialmente adecuado para zonas rurales alejadas de grandes metrópolis, donde muchas veces los jóvenes desearían quedarse y poder desarrollar una vida profesional exitosa en su lugar de origen, pero no lo hacen por falta de conocimiento de las posibilidades que le brindan las empresas y profesiones presentes en la zona.
- » Lo ideal es que un proyecto de este tipo se impulse por un ayuntamiento o administración local, porque contribuye a revitalizar y revalorizar el tejido industrial municipal.
- » Una manera de vencer las resistencias a establecer contactos entre centros educativos y empresas, puede ser organizar encuentros entre docentes y centros educativos para una primera toma de contacto. También se puede organizar citas rápidas, tipo *Speed dating* para que cada empresa conozca a muchos centros y viceversa en un corto espacio de tiempo. Tras un primer contacto, es más fácil eliminar las barreras que pueda haber y crear un clima de confianza.
- » El planteamiento más eficaz es que el profesorado integre las profesiones y las empresas en la programación de las asignaturas. Esto es posible en la mayoría de materias y puede motivar al profesorado a dar rienda suelta a su creatividad para conseguirlo.



Empresa: Centro Nacional de Investigaciones Cardiovasculares (CNIC)
Proyecto: Acércate

**Entrevista con
Valentín Fuster,
Director General.
«Con Acércate
creamos nuestra
propia cantera
de científicos.»**



RESUMEN

El Centro Nacional de Investigaciones Cardiovasculares (CNIC) en Madrid ha diseñado el programa Acércate para ofrecer a jóvenes con talento la oportunidad de introducirse en el mundo de la investigación biomédica. Durante dos semanas, estudiantes de segundo de Bachillerato de toda España realizan una estancia formativa en las instalaciones del CNIC en las que simulan sus propios proyectos científicos, con la supervisión de profesionales. Los objetivos del programa son fomentar el interés de los jóvenes por las ciencias naturales y captar en una etapa temprana a personas con talento para trabajar en el mundo de la investigación.

ORIGEN



«Si las personas son orientadas correctamente en edades tempranas, pueden lograr lo que quieran.»

Tradicionalmente el Centro Nacional de Investigaciones Cardiovasculares (CNIC) se ha dedicado a formar a cardiólogos, biólogos y doctores en estancias posdoctorales. Y en 2006, el director general del centro, el doctor Valentín Fuster, tomó la decisión de fundar el programa Acércate con el objetivo de acercar a los jóvenes a carreras científicas y generar vocación por la investigación desde una temprana edad. El doctor Fuster tenía la convicción de que era la labor de los centros

de investigación, como CNIC, colaborar con centros educativos para orientar a través de la formación y el *mentoring* a los futuros científicos de la sociedad.

OBJETIVOS

Acércate tiene dos objetivos principales. El primero es identificar, atraer y captar talento para crear una cantera propia de profesionales con altas capacidades científicas. El ámbito de la investigación es altamente competitivo. El programa es una inversión de futuro para CNIC a fin de atraer a los mejores profesionales desde una temprana edad. A través de Acércate, el centro aspira a que jóvenes con talento conozcan CNIC y sus posibilidades profesionales, para que estos las consideren a la hora de decidir su carrera profesional.

El segundo objetivo es introducir a los adolescentes en el campo de la investigación, mostrando el área científica como una opción interesante y accesible. Según CNIC, la carrera científica no es suficientemente conocida en los centros educativos y la sociedad, siendo a menudo percibida como una profesión inalcanzable. El programa aspira a cambiar dicha percepción y así aumentar el número de jóvenes interesados en la investigación.

ACTIVIDADES

El programa consiste en realizar una estancia formativa de dos semanas en el CNIC en las que los alumnos simularán proyectos científicos, supervisados por profesionales voluntarios del CNIC. Está dirigido a alumnos de segundo de Bachillerato de la modalidad de Ciencias de la Naturaleza y de la Salud con un excelente expediente académico. El principal requisito para entrar es tener una nota media de un 10 en primero y segundo de Bachillerato. De los aproximadamente 250 jóvenes que se presentan cada año a la convocatoria, tan solo consiguen entrar los ocho estudiantes más destacados. Los alumnos seleccionados reciben una beca

BENEFICIOS PARA EL CENTRO NACIONAL DE INVESTIGACIONES CARDIOVASCULARES (CNIC)

01

A través de Acércate, CNIC identifica y capta jóvenes con talento a temprana edad para generar su propia cantera de futuros investigadores.

02

Los jóvenes que han participado en Acércate vuelven a su Comunidad Autónoma como embajadores de CNIC y contribuyen a difundir el programa, así como la labor del centro de investigación.

03

El programa ayuda a fomentar el interés de los jóvenes por las ciencias naturales y la investigación.

que cubre los costes de todas las actividades científicas y extraacadémicas, así como de desplazamiento, manutención y estancia en el Colegio Mayor.



«Facilitamos a los alumnos contrastar su percepción del mundo científico con la realidad desde edades tempranas.»

El programa dura dos semanas y se lleva a cabo en las vacaciones de verano. Durante dicho periodo, los estudiantes realizan diversas actividades que les ayudan a entrar en contacto con la investigación, como prácticas de transgénesis, medicina comparada, proteómica, genómica o bioinformática, entre otras actividades. Además, los participantes desarrollan un pequeño proyecto científico hasta identificar los resultados de la investigación. Para ello, cuentan con la supervisión de investigadores de CNIC, así como las instalaciones y la última tecnología del centro. Al finalizar el proyecto, los participantes exponen y defienden los resultados de su investigación ante un tribunal en inglés.



«Ofrecemos un programa muy completo y cuidadosamente diseñado para los alumnos. No creo que existan en el mundo muchas iniciativas en las que se produzca una inversión en tecnología y especialistas tan concentrada para alumnos en edades tempranas.»

Dicho ejercicio simula la profesión de los científicos, los cuales tienen que plantear preguntas adecuadas y llegar a resultados concretos, que luego deben exponer a la comunidad científica. Además, permite que el joven experimente de primera mano la vida cotidiana del investigador que está en constante tensión debido a las evaluaciones periódicas de su trabajo, la presión de publicar artículos a tiempo y la necesidad de presentar proyectos para obtener financiación de agencias españolas y de la Unión Europea. Esta visión introspectiva permite que el joven contraste sus impresiones previas del mundo científico con la realidad, facilitando su orientación profesional. Acércate ayuda a los jóvenes a conocer y explorar todas las opciones que ofrece el campo de la medicina, permitiéndoles descubrir a través de la experiencia si quieren estudiar medicina o alguna ingeniería biomédica.

DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN

La difusión y comunicación de Acércate

CNIC cuenta con el respaldo de las Comunidades Autónomas y las correspondientes Consejerías de Educación para difundir el programa Acércate en centros educativos. Además, los antiguos participantes del programa juegan un papel fundamental en la difusión del programa. Al finalizar el programa, los participantes comparten su experiencia en primera persona con su entorno (centros, familias, amigos, etcétera) motivando a otros estudiantes a participar. Esto se ha reflejado en el gran conocimiento que tienen los jóvenes sobre el programa antes de empezar. Finalmente, la prensa local también contribuye en gran medida a la difusión del programa. Al finalizar el programa, muchos de los participantes son entrevistados en sus comunidades como personas que han tenido un papel destacado en una convocatoria competitiva, contribuyendo a la reputación de Acércate.



«Los medios de comunicación y políticos autonómicos apoyan el programa Acércate.»

La implicación de los empleados de CNIC

Algunos investigadores están tan absortos en su labor científica y que no tienen la capacidad de participar en Acércate. Pero otros muchos empleados muestran un gran interés en colaborar. Lo que más valoran los empleados es salir de la rutina, así como el aire fresco que aportan los jóvenes al llegar al centro. Además, para los empleados supone un reto la supervisión de los alumnos, ya que no tienen el perfil convencional de otros investigadores. Como consecuencia, los empleados tienen que aprender a transmitir, enseñar y explicar conocimiento científico de una manera amena y participativa. Sin duda, Acércate interrumpe las rutinas del equipo y genera buen ambiente.

La colaboración con las Consejerías de Educación

El programa cuenta con el apoyo del Ministerio de Ciencia e Innovación, y las Consejerías de Educación de cada Comunidad Autónoma. La involucración de los agentes públicos es clave ya que ayudan a la difusión y gestión del programa.

Además, ayudan a los centros con la extensa burocracia que supone participar en programas externos.

La Consejería facilita el proceso de petición de permisos para que los alumnos puedan salir del centro y ayuda a resolver problemas. Además, también cubre una función importante dando difusión a la convocatoria entre los centros educativos y promoviendo la participación de alumnos.

RESULTADOS

Cuando termina el programa, CNIC realiza una encuesta para evaluar la satisfacción de los alumnos participantes. En esta se evalúan las diferentes acciones formativas, la utilidad de la orientación profesional, los aspectos técnicos, así como la relación que han tenido los empleados de CNIC. Las respuestas suelen ser muy positivas y los participantes manifiestan que Acércate les ha ayudado a concretar sus planes profesionales.



«Establecer vínculos con los estudiantes desde etapas tempranas garantiza una vinculación estrecha con nosotros. Nos nutrimos mucho de este programa.»

Para dar seguimiento a la carrera profesional de los participantes se ha creado una «red de contactos» a la que se envían encuestas periódicas y los resultados indican que el 35 % de los participantes regresan a CNIC para realizar un periodo de prácticas, participar en programas formativos de grado o posgrado, desarrollar su tesis doctoral, o llevar a cabo su estancia posdoctoral. A través de estos resultados, CNIC ha comprobado que acercarse a los jóvenes en una etapa profesional inicial garantiza una vinculación estrecha con el centro a lo largo de su vida profesional.

FACTORES DE ÉXITO

Uno de los principales factores de éxito del programa es el desarrollo pautado del mismo, para asegurar que los participantes finalicen la experiencia satisfechos, sintiendo que han aprendido nuevas técnicas de investigación y han experimentado de primera mano cómo es el oficio de un científico. Para esto, es necesario desarrollar una actividad

completa que, en dos semanas, simule las responsabilidades de un científico, dar acceso a las instalaciones y maquinaria más punteras del mercado, así como ofrecer el contacto directo a investigadores altamente competentes.

Otro tema clave es la excelencia de los alumnos participantes: estudiantes interesados y con altas capacidades científicas. A pesar de tener una formación básica, los participantes de Acércate son capaces de seguir las instrucciones de científicos de alto nivel, realizar investigaciones y presentar los resultados ante un jurado profesional en tan solo dos semanas.

UNA MIRADA AL FUTURO

Después de más de 10 ediciones, CNIC quiere seguir desarrollando el programa Acércate, ya que ha resultado ser estratégico para la captación de talento. A pesar de que el centro de investigación tiene interés en ofrecer el programa a más jóvenes, por el momento no aumentará el número de plazas. Cada alumno requiere el apoyo de numerosos profesionales para poder ofrecer una experiencia individualizada y de excelencia, lo cual dificulta su expansión. CNIC prefiere priorizar la calidad frente a la cantidad, característica esencial del programa Acércate.

» REFLEXIONES DEL CENTRO NACIONAL DE INVESTIGACIONES CARDIOVASCULARES (CNIC) PARA OTRAS EMPRESAS

- » A las empresas les debería interesar mucho la colaboración con el mundo educativo, porque se trata de su futuro mercado de trabajo. Dentro de los centros hay jóvenes con una gran capacidad y potencial, que hay que saber extraer y luego revertir en la empresa. Si detectas a estos jóvenes en una etapa inicial, vas a poder sacarles el talento, formarlos acorde a tu cultura empresarial y fidelizarlos en la empresa a largo plazo.
- » No se trata de inventar cosas nuevas, sino de poner a disposición de los alumnos el conocimiento de la empresa. A la hora de establecer colaboraciones con centros, recomiendo identificar aquellos contenidos y formaciones que ya disponga la empresa y puedan ser interesantes para orientar profesionalmente a los alumnos. Por ejemplo, un banco puede aportar contenidos concretos de gestión comercial o contable para las asignaturas relacionadas con la economía, que normalmente son genéricas y poco adaptadas a la realidad.
- » Si estáis pensando en un proyecto a gran escala que deba llegar a muchos centros, no olvidéis involucrar a la Consejería de Educación correspondiente desde el principio, ya que es un aliado que facilitará llegar a más alumnos y gestionar de manera eficiente los requisitos que conlleva ofrecer programas para jóvenes.



Empresa: Cisco Systems
Proyecto: Programa
Escuela

**Entrevista con
David De San
Benito, Head
Corporate affairs.
«Debemos
transmitir a los
más jóvenes la
importancia de
la tecnología
para su futuro
profesional
y despertar
el interés por
profesiones de
áreas STEM.»**



RESUMEN

Cisco Systems, empresa dedicada a la fabricación, venta, mantenimiento y consultoría de equipos de telecomunicaciones, implanta en España en el año 2012 el Programa Escuela. El programa promueve el conocimiento y uso de la tecnología en los centros educativos de toda España, así como incentiva la orientación hacia carreras STEM (ciencias, tecnología, ingeniería y matemáticas). Está dirigido a alumnos de quinto y sexto de Primaria, aunque es perfectamente adaptable a primero y segundo de Secundaria y, además, está disponible en español y en inglés. El programa tiene cinco sesiones y se desarrolla a lo largo de un curso escolar en el centro y, además, los ganadores del concurso visitan las oficinas de la empresa.

ORIGEN

El Programa Escuela nació en Latinoamérica con el objetivo de evitar que los estudiantes abandonaran los estudios en edades tempranas para trabajar y ayudar a las familias. En 2012 el programa se trasladó a España con un objetivo diferente: dar respuesta al desajuste presente y futuro de profesionales de disciplinas STEM (ciencias, tecnología, matemáticas e ingeniería). El programa se lleva a cabo en centros públicos, privados y concertados, a través de voluntarios de la empresa, con el objetivo de despertar interés y vocaciones.

OBJETIVOS

El objetivo principal del Programa Escuela es despertar la curiosidad de los alumnos por estudios de áreas STEM desde edades

tempranas y atraer a los jóvenes a un sector con alta demanda de empleo. Para ello, la formación presenta las diferentes disciplinas científicas y tecnológicas de un modo cercano y amable a los jóvenes, para desmontar clichés como que los estudios de ciencias son más difíciles.

Otro objetivo importante es proporcionar a los empleados la oportunidad de involucrarse con alumnos en centros educativos.

ACTIVIDADES

El Programa Escuela consiste en ofrecer sesiones de formación en centros educativos para alumnos de quinto y sexto de Primaria y primero y segundo de Secundaria. El programa consta de cinco sesiones, de entre 45 y 60 minutos, que se reparten a lo largo del curso y se llevan a cabo en el centro. Además de la formación teórica, los alumnos también desarrollan en grupo un proyecto para poner en práctica los conocimientos durante aproximadamente dos meses. El proyecto termina con un concurso de proyectos entre los equipos participantes y una visita a Cisco por los ganadores.

La formación es impartida por voluntarios de Cisco y docentes procedentes de toda Cataluña y tiene un enfoque dinámico y creativo para captar la atención e interés de los alumnos.

En la **primera sesión**, «**IT Rocks: A journey in time through technology**», el voluntario traza un viaje en el tiempo observando y analizando el pasado, presente y futuro inmediato de la tecnología. Asimismo, se presentan los posibles riesgos que conlleva el uso de la tecnología, así como los beneficios sociales que puede aportar a la sociedad. Finalmente, en la sección «**Anything is possible**» se da rienda suelta a los niños y niñas para que imaginen las nuevas oportunidades laborales que cambiarán el mundo tal y como lo conocemos.

BENEFICIOS PARA CISCO SYSTEMS

01

Promueve la orientación hacia estudios superiores en áreas STEM a través de información «desde dentro» del sector tecnológico.

02

Aumenta la satisfacción de los empleados voluntarios al darles la oportunidad de involucrarse en un proyecto que beneficia a su entorno social más cercano.

03

Ayuda a la empresa a mejorar y reforzar su imagen como marca empleadora, lo cual es importante en un sector con alta demanda y competitividad como el tecnológico.

La **segunda sesión**, «IoT: Talking about IoT and competition guidelines» trata sobre el internet de las cosas (IoT) que ayuda a los alumnos a conocer su significado, cómo se conectan las «cosas» y cuáles son los beneficios para la sociedad de vivir en un mundo conectado.

Para ello usan ejemplos de proyectos basados en IoT con el objetivo de invitar a los alumnos a crear sus propios proyectos. El voluntario de Cisco explica las bases del proyecto de IoT que los alumnos van a realizar.

En la **tercera sesión**, «Hands on: IoT workshop/ Arduinos/GPS», los voluntarios pueden elegir entre diferentes opciones de formación: una de ellas puede ser el funcionamiento de Arduinos, una tarjeta electrónica programable que permite la creación de prototipos y cuyo diseño es de código abierto; otra opción es un taller de IoT, en el que se da a los alumnos distintos objetos (por ejemplo, un coche o cafetera, un árbol) para conectar entre sí y crear una solución IoT; por último, también se ofrece la opción de poner los vídeos de la serie de dibujos animados de Cisco: los Global Problem Solvers (GPS), en los que los estudiantes podrán ver cómo se forma un equipo, y lo que supone trabajar de forma colaborativa para resolver una misma problemática.

El objetivo es darles las herramientas que permitan a los alumnos poder crear su pequeño proyecto de IoT. Lo preparan por grupos, lo plasman en una maqueta o en un

objeto y realizan una presentación. Cada miembro del equipo tiene un rol y reciben durante todo el proceso asesoría de los voluntarios de Cisco y de los profesores encargados del Programa.

En la **cuarta sesión**, «School Contest», todos los grupos presentan ante un jurado los proyectos de IoT. El jurado se compone por los miembros que cada centro decida y pueden contar con: personal del centro educativo, como la Dirección o el profesorado; otros grupos de interés como las AMPA; y también con voluntarios de Cisco.

La **quinta sesión**, denominada «Cisco Day», consiste en que los proyectos ganadores de aproximadamente 5 de los centros participantes acuden a las oficinas de Cisco en Madrid y Barcelona. Cada grupo dispone de 10 minutos para presentar su proyecto ante un jurado en telepresencia con tecnología Cisco. Después, tienen un tour por las instalaciones y acaban el día haciendo juegos con lo último de la tecnología en Cisco, como la Webex Board.

DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN

La búsqueda de los centros

Durante los tres primeros años, los propios empleados hicieron la búsqueda y elección de centros. A partir del cuarto año, Cisco se encarga de la búsqueda.



«En Cataluña, para llegar a todos los centros y alumnos interesados, los voluntarios de Cisco hacen una formación llamada “Train the trainers”, en colaboración con el departamento de Enseyament de la Generalitat, en la que forman a los docentes para que sean ellos mismos quienes puedan impartir las sesiones y llevar a cabo el proyecto con sus alumnos. A la formación “Train the trainers” realizada en 2020 acudieron más de 80 profesores.»

Los voluntarios y su formación

A principios de año, Cisco envía una comunicación interna, en la que invita a sus empleados a participar en el Programa Escuela y se explica en qué consiste el programa para que los interesados puedan inscribirse. Una vez puesto en marcha el programa, se hacen sesiones presenciales con los docentes responsables en el centro para conocer más a los profesores y resolver dudas.

RESULTADOS

Desde 2012, han participado un total de 4.320 alumnos. Asimismo, en lo que va de 2020 ya cuentan con alrededor de 60 centros inscritos que impactarán, aproximadamente, en 2.700 alumnos. Se trata de un número considerable de alumnos que genera optimismo en la empresa de cara a la continuidad y sentido del proyecto.

La empresa valora positivamente el alto grado de satisfacción de profesores, alumnos y voluntarios. Los profesores opinan que el Programa Escuela es un programa muy bien integrado, en el que ponen en práctica habilidades más allá de la digital, ya que al tener que desarrollar un proyecto en grupo, ponen en práctica habilidades como la capacidad de redacción, exposición o trabajo en equipo. En 2020 se ha establecido que las sesiones y los proyectos se realicen en inglés por lo que, a la mejora de las habilidades, se une también la mejora del inglés por parte de los alumnos. Es difícil medir el impacto de la formación y cuántos alumnos llegan a realizar estudios STEM, pero en cualquier caso, el proyecto cumple con su misión de despertar la curiosidad y el interés de los alumnos por las áreas STEM y ser conscientes de que necesitarán el uso de la tecnología para desenvolverse en el mundo del futuro.

Además, el Programa Escuela encaja perfectamente con su cultura de empresa, que promueve la innovación, por lo que se siente orgullosa de poder mostrar a los jóvenes las

oportunidades que pueden encontrar en las carreras STEM.

FACTORES DE ÉXITO

La colaboración con los profesores en los centros es crucial y también que lideren el proyecto docentes que crean en él. Si sienten que aportan valor y experiencia, se involucran más.

En este sentido, Cisco les proporciona un contenido de una alta sencillez y actualizado, permitiendo que cualquier docente pueda liderar el programa en su centro, y pone a su disposición recursos audiovisuales y actividades o dinámicas para hacer que estas sesiones sean amenas, participativas y divertidas a sus alumnos.

En cuanto a la maqueta o dibujo que llevan a cabo los alumnos para su proyecto de IoT, se busca que se realice a base de materiales reciclados y que se reflexione sobre el impacto medioambiental de su proyecto para promover, a su vez, una mayor responsabilidad y concienciación entre los niños.

Por lo que respecta a los voluntarios de Cisco, su compromiso, trabajo y colaboración son la clave de todo este proceso. Aunque supone una carga adicional de trabajo, se muestran encantados, reconocen el valor del programa y en muchos casos son ellos los que localizan los centros en los que desarrollar el Programa Escuela y lideran la relación con ellos.

UNA MIRADA AL FUTURO

A futuro, Cisco busca escalar el Programa Escuela a través de las administraciones públicas y otras empresas. Por un lado, están trabajando con la Generalitat de Cataluña en un piloto que permita extenderlo a más colegios. Por otro, han empezado a reunirse con las empresas que conforman su canal de distribución, con la idea de extenderlo a través de voluntariado en esas empresas.

La empresa pretende crear una plataforma más potente para las sesiones de «Train the

trainers» para el profesorado con la intención de facilitar y hacer más escalable el proceso de formación.



«El objetivo del programa es seguir creciendo año a año, para poder seguir acercando la ‘magia’ de la tecnología a los alumnos desde edades tempranas, y que esto repercuta de manera positiva en su futuro.»

REFLEXIONES DE CISCO SYSTEM PARA OTRAS EMPRESAS

- » Si estáis pensando en cómo empezar algo así, sugerimos que comencéis explicando vuestro propio modelo de negocio y cómo funciona vuestro sector. Las empresas tenemos la capacidad de llevar conocimiento y experiencia a los estudiantes, y programas como este pueden ayudar a que los jóvenes encuentren su talento y su pasión.
- » Este proyecto es un win-win para los alumnos y para la empresa: se aporta conocimiento y experiencias sobre el ámbito de la empresa de forma lúdica a los alumnos y, de esta manera, se asocia a la empresa con esa imagen positiva.





Empresa: Freudenberg
Proyecto: Come2Industry

Entrevista con Jaume Cané, Consejero delegado. «Come2Industry anima a los jóvenes a formarse en profesiones industriales con alta demanda laboral.»



RESUMEN

Freudenberg, empresa tecnológica con raíces alemanas, impulsa desde 2016 el proyecto **Come2Industry** para despertar el interés de los jóvenes por el sector industrial. En colaboración con la Fundación Bertelsmann, empleados del Grupo Freudenberg acuden como embajadores de su profesión a centros educativos para romper los mitos sobre la industria y orientar sobre las profesiones y competencias que requiere este sector. Con dicho proyecto Freudenberg aspira a mejorar la información que tienen los jóvenes de ESO y Bachillerato sobre ciclos de FP industriales vinculados a profesiones con alta demanda laboral y, a menudo, poco conocidas entre la juventud.

ORIGEN

Desde hace algunos años, Freudenberg observa que, al tiempo que cada vez tiene más dificultades para encontrar profesionales técnicos formados en industria, las tasas de desempleo juvenil en España siguen elevadas y los ciclos de FP de la rama industrial no consiguen llenarse. Dicho desajuste llevó a Freudenberg a la conclusión de que no estaba sabiendo explicar bien la industria del siglo XXI y las oportunidades que este sector ofrece. Así surgió la idea de desarrollar un proyecto que orientase a los jóvenes hacia las profesiones industriales.

Esto coincidió con el inicio del nuevo programa de RSC de Freudenberg que establece dos requisitos esenciales para financiar proyectos sociales: tener impacto en el entorno local de la empresa y, segundo, contar con la participación directa de los empleados del Grupo Freudenberg.

A partir de ahí, Freudenberg contactó a la Fundación Bertelsmann para desarrollar el proyecto y contrató los servicios de la consultoría Ana Matas, especializada en orientación hacia la FP, para establecer conjuntamente las bases del proyecto Come2Industry.

OBJETIVOS

El objetivo principal de Come2Industry es reducir el desajuste entre la alta demanda de determinadas profesiones industriales y la falta de jóvenes interesados en el sector. Para ello, Freudenberg apuesta por informar a los jóvenes y a sus respectivas familias sobre las oportunidades laborales en la industria, favoreciendo así la opinión pública sobre estas profesiones. Con ello, espera incrementar a medio plazo las inscripciones en los ciclos formativos de FP relacionados con el sector y así facilitar la inserción laboral juvenil en empleos estables y de calidad.

Además, un segundo objetivo de Come2Industry es involucrar a los empleados de Freudenberg en el proyecto, fomentando el compromiso y el orgullo que sienten los empleados por sus profesiones.

ACTIVIDADES

La actividad principal de Come2Industry consiste en que los propios empleados de Freudenberg realizan sesiones de orientación profesional para jóvenes de cuarto de ESO y segundo de Bachillerato, cursos cruciales en la toma de decisiones profesionales.

Para lograr este objetivo, las sesiones se estructuran en cinco actividades de una hora de duración:

1. Al comenzar, los jóvenes realizan un test en el que se pone a prueba su conocimiento sobre la industria del siglo XXI. En dicho test, los jóvenes tienen que indicar si piensan que la industria es «ruidosa o silenciosa», «repetitiva o creativa», «artesanal o robotizada», «peligrosa o segura».

BENEFICIOS PARA FREUDENBERG

01

A través del proyecto Come2Industry, se anima a los jóvenes a conocer profesiones industriales con alta demanda por parte de las empresas.

02

Come2Industry contribuye a difundir entre los jóvenes y sus familias una imagen realista, atractiva y actualizada de la industria.

03

El proyecto contribuye a fomentar un empleo juvenil de calidad en la región.

04

Con el proyecto, Freudenberg consigue empleados más motivados y socialmente responsables al involucrarles en el proyecto como embajadores de su profesión.

2. A continuación, se muestra un vídeo corto de sensibilización sobre la industria del siglo XXI en el que se ve –contra el cliché– que la industria hoy en día es limpia, está automatizada y ofrece carreras profesionales interesantes para jóvenes con talento, tanto para hombres como para mujeres.
3. Tras el vídeo, los jóvenes se dividen en grupos y los embajadores van rotando por estos explicando sus tareas en el trabajo, sin revelar su profesión. Mientras tanto, los jóvenes apuntan las tres competencias personales más destacadas de cada embajador, tales como «creatividad», «trabajo en equipo», «pensamiento analítico», etcétera. Al final de la actividad, los jóvenes intentan adivinar las profesiones de los embajadores. Con este ejercicio, los jóvenes conocen las profesiones y las competencias que requieren.
4. Después de dar a conocer las profesiones, los embajadores explican los respectivos ciclos formativos e indican los centros educativos de la zona donde los pueden cursar.
5. Finalmente, los jóvenes vuelven a realizar el test inicial sobre la imagen que tienen de la industria y comparan los resultados iniciales con los del final.

Al finalizar la sesión, los jóvenes indican a través de cuestionarios las profesiones que más les interesan y son invitados a visitar junto a sus familias las instalaciones del Grupo Freudenberg.

DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN

La selección de las cinco profesiones industriales

Freudenberg considera esencial orientar a los jóvenes hacia profesiones industriales con una alta demanda laboral. Para identificar dicha necesidad, el equipo analizó las ofertas de empleo que se repetían con mayor frecuencia en su propia bolsa de trabajo y en las del Vallés Oriental. Una vez identificadas las cinco

profesiones industriales con mayor demanda, se contrastaron los resultados con los jefes de RRHH de las empresas de Freudenberg.



«Para nosotros era clave orientar a los jóvenes hacia una demanda real.»

La selección y el trabajo de los embajadores

Los mismos jefes de RRHH de las empresas de Freudenberg identificaron a empleados de las cinco profesiones más demandadas interesados en compartir voluntariamente su experiencia profesional con jóvenes. Así se seleccionaron once embajadores el primer año del proyecto y quince el segundo.

Para preparar las sesiones de orientación, los voluntarios reciben dos días de formación. Durante estos días se identifican las competencias personales de cada persona y se relacionan con su profesión. Además, reciben formación para comunicarse efectivamente con los jóvenes.

Cada embajador realiza en enero y febrero alrededor de 10 sesiones de orientación en centros educativos. Para reducir las ausencias en el trabajo, acostumbran a hacer tres sesiones seguidas en el mismo centro educativo, abarcando diferentes clases de un mismo curso.

La misión de los embajadores durante las sesiones con alumnos es, sobre todo, despertar la curiosidad de los jóvenes a través de la presentación en primera persona de diferentes profesiones, y haciendo hincapié en las competencias personales requeridas para cada una.

Asimismo, presentar su propia profesión, acercando a los jóvenes a las profesiones con mayor demanda dentro del sector: Mecánico industrial, Técnico de mantenimiento, Mecatrónico, Técnico de laboratorio, Operador



«Estamos convencidos de que a través de las competencias personales los jóvenes se pueden acercar mejor a ciertas profesiones. Para poner un ejemplo: Una persona a quien le guste trabajar sola, que sea muy rigurosa y perfeccionista, se identificará mucho más con un trabajo en laboratorio que en mantenimiento.»

de logística y Programador industrial. Sin embargo, la actividad no se centra en presentar las profesiones y orientar sobre las formaciones correspondientes, sino en despertar la curiosidad de los jóvenes explicando las competencias personales que requieren dichas profesiones.

El contacto con los centros educativos

Primero, Freudenberg averiguó qué ciclos formativos estaban asociados a las cinco profesiones industriales que habían identificado y qué centros educativos de la zona impartían dichos ciclos. En total, se identificaron 10 ciclos de Formación Profesional que coincidían total o parcialmente con las profesiones. El primer año se contactaron siete centros y el segundo año, 11. Tras explicarles el programa, se organizaron las visitas a los centros. Un factor esencial en la colaboración fue adaptarse al horario de tutoría de los centros para facilitar la organización.



«Nos ajustamos a la hora de tutoría, porque ello resulta más sencillo para la logística de los centros.»

Las colaboraciones clave

La Fundación Bertelsmann estuvo involucrada en todo el diseño del proyecto, aportando su conocimiento para que el enfoque

metodológico fuera el más adecuado. Además, junto con la consultora Ana Matas, se estableció una comisión institucional en la que también participa el Departament d'Ensenyament, un actor fundamental.



«Estamos muy agradecidos de contar con el apoyo oficial del Departament d'Ensenyament, que nos parece fundamental.»

RESULTADOS

De los 400 alumnos que participaron en la primera edición, aproximadamente 120 jóvenes pidieron información adicional sobre las profesiones y algunos de ellos visitaron las instalaciones de Freudenberg, junto a sus familiares. A futuro, Freudenberg tiene la intención de hacer seguimiento de cuántos jóvenes se inscriben a ciclos formativos del sector industrial. Sin embargo, el impacto real se podrá observar en tres años.

En relación a los empleados de Freudenberg, estos describen la actividad como muy gratificante, lo cual se reflejó en el gran número de solicitudes recibidas en la tercera convocatoria de embajadores.

FACTORES DE ÉXITO

Para asegurar el éxito del proyecto fue fundamental identificar previamente las profesiones con alta demanda laboral y optar

por una metodología de orientación basada en las competencias personales.

Además, fue importante el apoyo de la Fundación Bertelsmann para desarrollar el diseño del proyecto.



«Es importante que participen personas directamente implicadas en las profesiones que transmitan pasión, que cuando expliquen lo que hacen, les brillen los ojos de la ilusión.»

Sin embargo, el factor de éxito más relevante, fue contar con el apoyo de embajadores orgullosos de su profesión, ya que a través de su convencimiento son capaces de llegar mejor a los jóvenes.

UNA MIRADA AL FUTURO

A futuro, Freudenberg considera que debe aumentar la presencia de mujeres embajadoras para tener más referentes femeninos y así atraer más mujeres al sector. En el primer año, de 11 embajadores, 10 eran hombres. Sin embargo, también hay que reconocer que la escasez de mujeres en el sector dificulta identificar más embajadores del sexo femenino.

Por otra parte, la empresa también ha detectado que es más beneficioso realizar las sesiones de orientación también en tercero de ESO, ya que en cuarto de ESO muchos jóvenes ya se han decantado por una opción formativa. Este cambio ya lo incorporó Freudenberg en la segunda edición del proyecto.

Finalmente, Freudenberg recomienda ampliar el programa a otras zonas y regiones para incrementar su impacto. Freudenberg ha ido

aumentando el número de centros y alumnos participantes. Sin embargo, el proyecto sigue estando muy localizado.

REFLEXIONES DE FREUDENBERG PARA OTRAS EMPRESAS

- » **¿Necesitáis reclutar talento y renovar la imagen de vuestro sector? Analizad si podéis replicar el proyecto Come2Industry –el modelo funciona bien y no solo sirve para el sector industrial, sino también, por ejemplo, para el sector de los servicios o de la madera. Es eficaz para todas aquellas ocupaciones y/o sectores productivos donde abundan «los tópicos» y las imágenes estereotipadas.**
- » **Recomendamos a las empresas que cuenten con un consultor especializado, experto en la materia que ayuda con el enfoque metodológico. Nuestra experiencia muestra que facilita en gran medida el éxito del proyecto.**
- » **¿Queréis proporcionar motivaciones adicionales a vuestros propios empleados? Vuestros trabajadores se sentirán orgullosos y motivados si les convertís en embajadores de su profesión.**
- » **¿Por qué vale la pena poner en valor las profesiones con alta demanda vinculadas a la Formación Profesional? Porque obtendremos en la sociedad más jóvenes con un empleo estable y de calidad y más talento para la industria.**



Empresa: IBM España
Proyecto: Formación
tecnológica para
profesores

Entrevista con Belén Perales Martín, Directora de RSC.

**«Tenemos
impacto en
muchos más
jóvenes si
formamos a los
profesores.»**



RESUMEN

IBM España ofrece, desde su departamento de RSC, y en colaboración con las Consejerías de Educación de varias Comunidades Autónomas y la asociación Creática, formación tecnológica para el profesorado. El objetivo de la formación es capacitar a los profesores en la aplicación de la tecnología, la programación y la robótica en las aulas para transmitir los contenidos curriculares con herramientas transversales. A través de estas metodologías, los profesores inspiran a sus alumnos y facilitan que estos adquieran nuevas competencias y se interesen por el mundo tecnológico. La última incorporación ha sido la formación en Inteligencia Artificial.

ORIGEN

Como todas las empresas tecnológicas, IBM prevé que en el futuro próximo habrá una alta demanda de profesionales en el sector y escasez de jóvenes con vocaciones y formación STEM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas), lo cual se traducirá en la falta de candidatos.

En 2014, IBM lanzó el programa de formación Robots, Videojuegos y Apps en el Aula dirigido a profesores de tecnología de secundaria con el fin de mejorar y actualizar sus conocimientos tecnológicos y, así, poder trasladarlos a los estudiantes y contagiarles la ilusión por el sector. En 2017, IBM decidió dar un paso más e impartir la formación a profesores de primaria y el programa pasó a llamarse Creatividad, Programación y Robótica.

En 2018 nació el programa Watson va a clase para formar a los profesores de Secundaria, Bachillerato y Formación Profesional en Inteligencia Artificial

OBJETIVOS

El objetivo final de formar a profesores en competencias tecnológicas es que estos puedan orientar a sus alumnos en materias STEM y proporcionar los criterios y conocimientos necesarios para decidir si les interesa la tecnología y, por ende, se imaginan un futuro profesional en el sector.



«Muchos jóvenes no son conscientes de lo que les gusta. Con nuestro programa aspiramos a escuchar de algunos de ellos: “¡Qué interesante (la tecnología)!, a lo mejor yo podría trabajar en esto”.»

Además, IBM aspira a que los jóvenes cambien su aproximación a la tecnología, empezando a percibirla como algo accesible e interesante con una gran utilidad. Siendo una empresa tecnológica, IBM quiere incrementar el conocimiento del sector, dando a conocer el lenguaje y la labor del mundo tecnológico.

IBM quiere facilitar la labor del profesor, los expertos en educación, ofreciéndoles nuevas herramientas tecnológicas para sus asignaturas.

ACTIVIDADES

El programa consiste en ofrecer formación en tecnología al profesorado de los distintos niveles educativos.

A través de la mejora de la capacitación de los docentes, estos podrán transmitir conocimientos más avanzados y actualizados y tendrán mayor facilidad para despertar vocaciones STEM entre sus alumnos.

Desde que se inició el programa en 2014, las formaciones han sido impartidas por voluntarios de IBM con la colaboración de Creática.



«Nunca voy a olvidar las caras de sorpresa de algunos profesores cuando veían cómo podían utilizar el programa Scratch Junior para sus clases de inglés, de matemáticas y de música.»

Cuando se creó el programa en 2014 se llamó Robots, Videojuegos y Apps en el Aula y estuvo dirigido a profesores de tecnología de secundaria. En las formaciones se enseñaba

BENEFICIOS PARA IBM ESPAÑA

01

Atraer talento y tener más profesionales cualificados en el ámbito tecnológico, despertando el interés en los jóvenes por la tecnología y su deseo de trabajar en el sector.

02

Aumentar la satisfacción y compromiso de los empleados con la empresa, ya que se sienten útiles y, además, a veces tienen la posibilidad de ofrecer dicha formación en los centros educativos de sus hijos.

03

Mejorar su imagen pública, ofreciendo conocimientos relevantes al sector educativo.

a los profesores a crear animaciones y juegos educativos a través de herramientas como Scratch, App Inventor o Minecraft, creando sus propias aplicaciones para el móvil y diseñando robots y videojuegos.

A partir del 2017 el programa pasó a llamarse Creatividad, Programación y Robótica y se dirigió a profesores de primaria, con la intención de incidir en alumnos en edades más tempranas, ya que todavía disponen de una curiosidad natural. Como en primaria no existe la asignatura de Tecnología, Programación y Robótica, el curso tiene como fin enseñar a los profesores cómo integrar herramientas como Scratch Jr, Makey Makey, Crumble o Machine Learning for Kids en sus asignaturas.

DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN

Cooperación con Creática y la Consejería de Educación de Madrid

IBM buscó un aliado para desarrollar la parte pedagógica del curso. La asociación Creática, con una larga experiencia en formar a jóvenes y profesores sobre el uso de la tecnología, se presentó como el partner ideal. Como resultado de dicha colaboración, IBM pone a disposición las herramientas tecnológicas y Creática aporta la metodología pedagógica. Al ser una asociación sin ánimo de lucro, IBM apoya económicamente la asociación. Un segundo agente colaborador esencial son las Consejerías de Educación que están apostando por la innovación y las nuevas tecnologías en el aula. Por ello, cuando IBM le planteó la idea de desarrollar un curso presencial para docentes de secundaria, la Comunidad de Madrid brindó su completo apoyo, ofreciendo incorporar dicho curso en su catálogo de formaciones, acreditando a los profesores sus horas de formación.

Un paso más

En 2018, IBM pone en marcha Watson va a Clase, un programa pionero del área de Responsabilidad Social Corporativa de IBM en España, cuyo principal objetivo es introducir la Inteligencia Artificial (IA) en el currículo educativo de los estudiantes de Secundaria en España.

Se trata de que el alumnado comprenda y use principios básicos de codificación y habilidades clave para la IA. Enseñamos al profesorado para que pueda incorporar estos contenidos en sus clases y así lograr un mayor impacto en los jóvenes.

La búsqueda de centros educativos para participar se lleva a cabo a través de las Consejerías de Educación de las 17 Comunidades Autónomas, siendo estas quienes hacen la convocatoria.

Tras la selección de los profesores, en una primera fase se lleva a cabo una formación presencial para que la capacitación sea efectiva y los profesores se sientan cómodos a la hora de incorporar en sus clases los contenidos aprendidos y puedan transmitir los conocimientos a los alumnos de forma práctica. Además, se les facilitan cuentas gratuitas para utilizar los servicios de IBM Cloud.

En la segunda fase de transmisión de conocimientos a los alumnos, se ofrece al profesor la posibilidad de contar con el soporte de voluntarios de IBM que le acompañarán en mayor o menor medida en la clase, dependiendo de la necesidad del docente. Desde que comenzamos en 2018 con centros educativos de la Comunidad de Madrid, se han sumado al proyecto centros educativos de Albacete, Lanzarote, Fuerteventura, Murcia y Sevilla.

Aunque consideramos como método ideal la formación presencial, para poder llegar al mayor número de profesores y alumnos, hemos creado una plataforma de desarrollo colaborativo que aloja nuestro proyecto

<http://watsonvaaclass.es/> y un aula virtual Moodle para que pueda producirse también la formación online. Y el soporte interno y externo se lleva a cabo a través de un canal de Slack.

Implicación de los empleados de IBM

IBM tiene la convicción de que sus empleados valoran que la empresa les ofrezca oportunidades de voluntariado. La empresa cuenta con un programa de voluntariado desde el año 2003, donde los empleados pueden inscribirse y obtener material para formarse. Los empleados invierten su tiempo y dedicación, mientras que IBM proporciona apoyo económico, conocimientos, herramientas técnicas y cualquier otro recurso que facilite la labor e impacto del voluntario.

En relación a la formación tecnológica para profesores, participan alrededor de 50 voluntarios de IBM cada año, tanto en la formación inicial como en el acompañamiento a los profesores en sus centros educativos.

RESULTADOS

A través de estos programas de formación tecnológica para profesores, IBM ha formado a **500 profesores** de Primaria y Secundaria, los cuales han mostrado una gran satisfacción. Esto se ha evidenciado en las encuestas finales donde los profesores han calificado la formación como «muy buena». Además, las solicitudes de participación superan cada año las plazas disponibles, a

pesar de que la formación tiene lugar en periodo vacacional.

Un aspecto especialmente valorado por los participantes es la metodología presencial de la actividad, ya que consideran que les ayuda a aprender y crear equipo con los demás asistentes, teniendo la posibilidad de compartir dudas y logros. Otro logro ha sido la satisfacción de los empleados voluntarios.

Estos han expresado que aprecian poder enseñar contenidos concretos y útiles y tener contacto directo con personas de su comunidad local.

FACTORES DE ÉXITO

IBM considera que el factor de éxito más importante es la colaboración entre todos los agentes implicados en el modelo, siendo una colaboración fluida, con roles claramente definidos y complementarios y compartiendo todos un único objetivo.



«Yo creo firmemente en la colaboración entre actores públicos y privados para implementar un buen proyecto educativo. Nadie tiene por sí solo la solución. Cada uno aporta su granito de arena, su parte de conocimiento, y así, juntos, vamos sumando.»



«Cuando empezamos con los programas de voluntariado en el año 2003, era más difícil, puesto que el voluntariado en España tradicionalmente se veía como algo personal que no se mezclaba con la vida profesional. Por suerte, esta cultura está cambiando y los empleados se involucran cada vez más y con mayor entusiasmo.»

UNA MIRADA AL FUTURO

La comunicación del programa Watson va a clase para hacer posible su expansión a los centros educativos de toda España y de otros países de habla hispana es uno de los temas en los que estamos trabajando en este momento.

Implicar al mayor número de empleados de IBM para que den a conocer estos programas en el mayor número posible de centros educativos es el objetivo del reto «100 % Educación» que acabamos de anunciar.

Buscar colaboraciones para extender la red de voluntarios que puedan dar soporte a centros educativos en los que IBM no tiene empleados, es otro de nuestros retos actuales.

REFLEXIONES DE IBM ESPAÑA PARA OTRAS EMPRESAS

- » Pensad bien en qué puede aportar vuestra empresa a un centro educativo en función de vuestro conocimiento y vuestra cultura empresarial.
- » Preguntad directamente al centro educativo en qué le podéis ayudar como empresa para buscar una actividad que redunde en el interés de ambos.
- » Aclarad qué queréis conseguir con la colaboración con un centro y qué beneficio deseáis obtener.
- » Intentad unir esfuerzos con otras empresas que ya llevan a cabo actividades parecidas. Juntos llegamos más lejos.





Empresa: PIKON
Deutschland AG

Proyecto: Curso de
programación para
alumnos

**Entrevista con
Jörg Hofmann,
director
ejecutivo.**

**«Es importante
que los jóvenes
adquieran, de
forma lúdica,
experiencia y
conocimientos en
programación.»**



PIKON
involve. inspire. improve.

RESUMEN

PIKON, proveedor de servicios de tecnologías de la información, con sede en Saarbrücken (Alemania), ofrece desde 2012 un curso de programación para alumnos de 14 a 19 años. Su objetivo es despertar el interés de los jóvenes por esta rama de la informática, muy vinculada a profesiones con futuro. El curso, que dura dos semanas e incluye la creación de un proyecto por parte de los alumnos, es impartido por empleados de PIKON.

ORIGEN

La idea de impartir este curso surgió en el marco de las actividades de RSC de la empresa.



«Muchos alumnos quieren hacer “algo con ordenadores” en el futuro, pero a menudo no tienen ni idea de qué estudios de FP o universitarios existen ni qué competencias requieren. Aunque seas un genio navegando por internet o logres superar todos los niveles de un juego de estrategia, ello no significa que tengas lo que se necesita para programar.»

La empresa cuenta con una larga trayectoria en formación, tanto como empresa formadora de FP Dual como en estudios universitarios duales. Esto le permitió identificar la necesidad de una mejor orientación hacia las áreas STEM desde edades más tempranas y activar medidas específicas adecuadas para reducir las diferencias de género en este ámbito.

OBJETIVOS

El objetivo del curso es proporcionar a los participantes una primera aproximación al mundo de la programación y, así, despertar su interés por las profesiones del sector de las tecnologías de la información. El curso introduce conceptos básicos sobre la programación de forma lúdica.



«Con este curso queremos llegar sobre todo a las alumnas. Generalmente, son mucho mejores en programación que los alumnos, pero a la hora de plantearse sus perspectivas profesionales en este campo no se atreven.»

ACTIVIDADES

El curso se imparte por parte de empleados de PIKON – todos ellos programadores y consultores. La formación está dirigida a alumnado de entre 14 y 19 años, con especial foco en las alumnas y en jóvenes sin conocimientos previos sobre programación. Suelen participar en cada edición entre 10 y 15 alumnos y PIKON proporciona ordenadores portátiles usados, con los que los jóvenes pueden trabajar durante el curso.

A través del curso, los alumnos aprenden que para programar se necesitan competencias como la creatividad y la precisión. Una

BENEFICIOS PARA PIKON DEUTSCHLAND AG

01

Despierta el interés de los alumnos – especialmente de las alumnas– por profesiones del ámbito de las tecnologías de la información y consigue, así, atraer a nuevas generaciones de profesionales a la empresa y al sector.

02

Mejora la reputación de la empresa gracias a su compromiso en la región.

03

Los empleados de PIKON, tras la realización del curso, ganan experiencia formando y desarrollan una mayor motivación y vinculación con la empresa.

vez concluido el curso, están en mejores condiciones para decidir si les interesa cursar, por ejemplo, un ciclo formativo de informática o bien estudios universitarios de informática empresarial o si, por el contrario, prefieren formarse en otro sector.

Durante la primera semana, los empleados de PIKON explican los conceptos fundamentales sobre algoritmos y estructura de datos. Durante la segunda semana los alumnos desarrollan su proyecto informático que puede consistir, por ejemplo, en un juego, una competición de preguntas y respuestas o una app móvil. El curso termina con la presentación de los proyectos por parte de los alumnos a los empleados de PIKON.

DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN

Contacto con los centros educativos para la captación de alumnos

En el pasado, PIKON ha seguido diferentes vías para involucrar a los centros educativos en el proyecto. Durante los primeros años, la coordinadora del curso contactaba directamente con centros educativos de la región y les presentaba el proyecto. Después, los primeros contactos pasaron a efectuarse en el marco de encuentros de networking periódicos, organizados por los partners responsables locales, para poner en contacto a los responsables de los centros educativos y las empresas. A través de estos encuentros era mucho más fácil conseguir que participaran varios centros a la vez. Desde hace algún tiempo, estos encuentros ya no se celebran y PIKON ha vuelto a contactar directamente con los centros.

Los primeros cursos que contaron con la participación de varias escuelas tuvieron lugar en las dependencias de PIKON en Saarbrücken. Recientemente, PIKON ha optado por tener una colaboración permanente con una sola escuela durante el

curso, y los alumnos de otros centros pueden seguir participando.

El calendario de los cursos se enmarca en el período de dos semanas de formación práctica en una empresa, que son las prácticas obligatorias (en el sistema educativo alemán, el alumnado debe realizar una estancia de prácticas de dos semanas en una empresa). Esto asegura que la mayoría de jóvenes puedan participar a los cursos sin dificultades de agenda.

Debido a la evolución de la tecnología, el contenido del curso se actualiza cada año.

Implicación de los empleados

El curso de programación lo imparten cada año tres empleados de PIKON, idealmente de diferentes departamentos de la empresa, para que aporten experiencias y contenidos diversos. Estos empleados son liberados de su trabajo durante la preparación e impartición del curso y cuentan con el pleno apoyo del Consejo de Administración y de los responsables de sus respectivos departamentos.

RESULTADOS

El curso de programación lleva impartándose desde el año 2012, con una participación de entre 10 y 15 alumnos en cada edición. Al final del curso, los participantes dan su opinión sobre el contenido y la organización del curso. Estas aportaciones se tienen en cuenta para la mejora en próximas ediciones.

Algunos participantes, al finalizar el curso, vuelven a la empresa para realizar un programa de prácticas de varias semanas o se postulan para hacer un estudio dual en PIKON.

En 2015, el concepto del curso de PIKON ganó el premio al mejor proyecto de las empresas medianas de Sarre en un concurso para empresas comprometidas con escuelas.

FACTORES DE ÉXITO

El éxito del curso depende de varios factores. En primer lugar, el compromiso del Consejo de Administración es fundamental: este promueve activamente el curso dentro de la empresa y ello refuerza la motivación y la vinculación de los empleados con la empresa.

También parece fundamental que los equipos directivos de los centros reconozcan la relevancia de la informática aplicada como una competencia clave para el futuro profesional del alumnado, así como el valor añadido que supone para los alumnos la colaboración de los centros educativos con las empresas.

Por último, los factores de éxito del curso para los alumnos participantes son su utilidad práctica y su metodología lúdica, que facilitan la entrada en el mundo de la programación.

UNA MIRADA AL FUTURO

El mayor desafío para la realización del curso de programación radica en la heterogeneidad del grupo. La composición del grupo de participantes, con y sin conocimientos, es un gran desafío para los empleados que realizan los cursos.



«El objetivo no es que los alumnos se conviertan en maestros de la programación en dos semanas, que sean los nuevos Bill Gates o Mark Zuckerberg, sino que se pregunten: “¿Puedo imaginarme mi futuro profesional en el sector de las tecnologías de la información?”»

REFLEXIONES DE PIKON DEUTSCHLAND AG PARA OTRAS EMPRESAS

- » Todas las empresas pueden complementar los conceptos teóricos que se enseñan en los centros educativos con contenidos prácticos y actualizados, por ejemplo, acerca de los perfiles profesionales del mañana. Esto supone también un valor añadido para los centros.
- » La mejor manera que tienen los alumnos de saber realmente si cuentan con las habilidades y el interés necesario para trabajar en el sector tecnológico es a través de la experiencia práctica en una empresa.
- » Animamos a las empresas y a los centros educativos a buscar oportunidades de intercambio, ya que es la única forma de que los alumnos conozcan la profesión y las empresas encuentren a futuros empleados con las ideas claras.

Empresa: QIPRO
Proyecto: Masterclass

**Entrevista con
Esther Sánchez
Casal, Directora
de RRHH y
Comunicación.
«A través
de clases
magistrales,
nuestros
empleados
comparten su
conocimiento
con los jóvenes.»**



RESUMEN

QIPRO, empresa del Grupo Opplus, dedica su actividad a dar soporte en la gestión y desarrollo de operaciones administrativas y de back office a diferentes empresas. Desde 2017, QIPRO ofrece a centros educativos de Formación Profesional el programa Masterclass. La empresa ofrece a centros educativos la posibilidad de escoger entre 25 clases magistrales con temáticas diversas, que son impartidas por empleados voluntarios de la empresa en las aulas. Las clases tienen una duración de dos horas y están dirigidas a alumnos de centros de FP de Málaga y Murcia, donde la empresa tiene sus sedes. Los objetivos de QIPRO son dar a conocer la empresa a jóvenes, que podrían ser futuros empleados, y motivar y dar visibilidad a los empleados voluntarios de posiciones intermedias.

ORIGEN

QIPRO tiene un alto nivel de contratación al año, incorporando anualmente a alrededor de 230 empleados nuevos. Es por ello que la empresa identificó la necesidad de innovar para atraer talento a su cantera. Desde hace algunos años, QIPRO ha desarrollado un programa de Formación Profesional Dual, a través del cual alumnos de FP se forman en la empresa como parte de su currículo formativo. La buena experiencia obtenida, así como los buenos resultados de contratación, motivaron a QIPRO a ampliar su relación con los centros educativos en la segunda fase del proyecto.

Para poder llegar a más jóvenes, la empresa decidió ofrecer clases magistrales en los centros educativos donde se forman sus posibles futuros empleados, compartiendo conocimiento adquirido a lo largo de los

años. La iniciativa surgió del departamento de RRHH, quienes junto al resto de departamentos de la empresa desarrollaron un catálogo con una serie de clases magistrales.

OBJETIVOS

A través del programa Masterclass, QIPRO tiene como objetivo principal conseguir generar entre los jóvenes el deseo de formar parte de la empresa y poder ampliar así su cantera con nuevos talentos.

A través de este programa, la empresa también quiere dar visibilidad y motivar a los empleados, especialmente a los cargos intermedios, que son quienes imparten esas formaciones de forma voluntaria. Compartiendo su conocimiento, el objetivo es que estos se sientan valorados y orgullosos de pertenecer a la empresa.

QIPRO es una empresa comprometida con su entorno que valora poder aportar sus conocimientos a los centros educativos, y así a la sociedad.



«Aquí hay una cuestión de cantera. Somos una empresa en la que cada año hay que contratar a 230 personas de rotación natural. Necesitamos ser conocidos en el mercado y que la gente quiera venir aquí a trabajar.»

ACTIVIDADES

El programa Masterclass de QIPRO consiste en ofrecer a centros de FP una serie de clases magistrales de dos horas cada una, a elegir entre un catálogo de 25 temas. Las clases son impartidas por voluntarios de la empresa que, además, participan en la creación de los contenidos y desarrollo de la actividad, compartiendo su conocimiento y tiempo.

Las 25 clases magistrales están recopiladas en un catálogo e incluyen temáticas de RRHH, contabilidad y finanzas, las especialidades de QIPRO. El catálogo incluye formaciones técnicas como por ejemplo la clase de «Departamento de Compras», donde se abordan aspectos como la definición y planificación de la compra, el marco legal de los contratos de compra y la gestión de

BENEFICIOS PARA QIPRO

01

Con el programa Masterclass, los empleados ponen en valor su trabajo, se sienten más valorados y satisfechos, y desarrollan un orgullo de pertenencia a la empresa.

02

Para QIPRO, el programa facilita crear un vínculo y acercarse a los centros educativos, donde se encuentra el futuro talento de la empresa. Dicho acercamiento permite a QIPRO crear cantera para dar respuesta a su alta contratación anual.

03

Los propios empleados de QIPRO se han interesado en recibir las Masterclass de sus compañeros. Esto ha permitido aumentar el desarrollo profesional de los empleados y hacer circular el conocimiento internamente entre departamentos.

facturas. Y también se ofrecen contenidos más transversales y útiles para todo perfil de alumno, como la de «Selección de Personal», donde los alumnos aprenden sobre procesos de selección y practican afrontar entrevistas de trabajo.



«Intentamos aportar valor al centro educativo, es decir, aquel know-how que nosotros tenemos muy arraigado a través de nuestra experiencia.»

DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN

La convocatoria de los centros educativos

QIPRO ofrece su programa Masterclass a cualquier centro educativo de FP interesado de Málaga y Murcia. Para acercarse a los centros, la empresa organiza una reunión anual en sus oficinas a la que invita a tutores de centros en las que se presenta el programa Masterclass. Debido a la estrecha colaboración que la empresa tiene con algunos centros a través de las prácticas de FP y FP Dual, la empresa empieza su ronda de contactos con estos centros. En la actualidad cinco de estos solicitan las clases magistrales. Los centros interesados pueden solicitar el número de clases magistrales que consideren, sin ningún límite.

La creación del programa Masterclass

El desarrollo del programa Masterclass se impulsa desde el departamento de RRHH. Se establece una persona responsable de la programación en RRHH que contacta con cada director de Área y facilita una plantilla para elaborar las clases magistrales.

Seguidamente, cada director de Área se reúne con su equipo y entre todos proponen las temáticas que les resultan más interesantes para compartir. Como resultado, cada equipo rellena la plantilla con el título de la clase magistral, así como las habilidades a desarrollar en esta y el nombre del voluntario responsable que llevará la actividad a cabo. Una vez aprobada la plantilla por el departamento de RRHH, el voluntario responsable de cada área desarrolla el contenido y las dinámicas de las clases magistrales, y acude a los centros educativos a impartir la clase. La convocatoria para participar en el programa Masterclass es totalmente voluntaria, por lo que hay departamentos que presentan muchos temas y otros departamentos que no presentan ninguno.

La formación de los voluntarios

QIPRO procura que los voluntarios sean empleados de puestos intermedios, y que tengan los conocimientos adecuados, con el fin de darles visibilidad y motivarlos. Desde el departamento de RRHH se imparte una formación interna de entre dos y tres días a los voluntarios para ayudarles a desenvolverse adecuadamente en las aulas. Son formaciones que abarcan aspectos como: claves para hablar en público, cómo preparar la formación o herramientas para encontrar dinámicas adecuadas. El objetivo es que los empleados voluntarios se sientan cómodos al acudir a los centros educativos y dispongan de las herramientas necesarias para aportar valor a los alumnos.

Desarrollo del programa en los centros

El catálogo con el abanico de formaciones se envía a centros educativos de FP, que internamente valoran qué clases magistrales les interesan. Una vez identificada la preferencia, QIPRO organiza desde el departamento de RRHH a los empleados voluntarios para dar respuesta a la demanda.

Los empleados interesados acuden al centro educativo y dinamizan la actividad que ellos mismos han diseñado. Más allá de los contenidos ofrecidos, los voluntarios además responden a cuestiones relacionadas con la orientación académico-profesional. Algunas de las preguntas más recurrentes están relacionadas con el tipo de perfil que buscan las empresas y el funcionamiento del mercado laboral. Cada empleado dispone de un máximo de cuatro horas laborales retribuidas al semestre para impartir las clases.



«Hay una formación de “formadores ocasionales” para gente que no se dedica a esto todos los días sino de vez en cuando. Aprenden a captar la atención del público, a hablar en público, a preparar la formación. El objetivo es que se sientan más seguros al ir al centro educativo.»

Durante el primer año del programa, QIPRO impartió clases magistrales en cinco centros educativos de FP de Málaga y en tres de Murcia. La respuesta por parte del profesorado y alumnado fue muy favorable, y valoraron especialmente poder acercarse a los jóvenes al mundo empresarial. En relación con los contenidos, las clases magistrales con mayor éxito han sido las formaciones relacionadas con RRHH, ya que se aplican a todo tipo de perfiles de alumnos.

Los empleados de QIPRO también están muy satisfechos y lo consideran una actividad gratificante en la que se sienten apreciados. Muchos de los participantes han expresado estar motivados para seguir impartiendo clases en el futuro y algunos también comparten sus experiencias en la intranet de la empresa.



«Es muy importante que la persona que participa como formador vuelva más crecida que nunca, porque ha hecho una cosa distinta, lo han formado, ha sido formador y se siente valorado.»

RESULTADOS

En relación con el impacto que tiene el programa en la contratación de nuevos empleados, la empresa aún no ha podido sacar ninguna conclusión. Y a futuro, valorarán la utilidad de este programa para atraer talento.

Un resultado inesperado del programa ha sido que el gran éxito de las clases magistrales ha despertado el interés por parte de los propios empleados en recibir dichas formaciones. A consecuencia, el programa Masterclass se ha complementado con sesiones de formación continua para los propios empleados de QIPRO. Los mismos empleados comparten entre ellos sus conocimientos, lo que facilita la comunicación y colaboración entre las diferentes áreas de la empresa.



«En QIPRO se hacen cientos de actividades distintas. Tú puedes haber estado siete años focalizado en una actividad y que te parezca interesante aprender una actividad nueva. Así que decidimos hacer estas formaciones también internamente.»

FACTORES DE ÉXITO

Un factor de éxito es la atención personalizada que realiza QIPRO con los centros educativos. QIPRO recibe al centro educativo en sus oficinas para presentar la empresa y su catálogo formativo, asiste al centro para impartir las clases magistrales y, además, tiene como objetivo contratar a alumnos de los propios centros. Sin duda, las instituciones educativas participantes se sienten bien atendidas y perciben los beneficios de participar en el programa Masterclass.

Otro factor relevante es escoger temáticas interesantes y que aporten valor añadido a los alumnos. Clases magistrales como «Selección de Personal» o «El desarrollo de talento en la empresa», aportan valor a todo tipo de perfil de alumnado y sirven para cualquier entorno empresarial.

Un tercer factor de éxito es la gran motivación de los empleados voluntarios. Sus ideas y entusiasmo a la hora de diseñar e impartir las clases magistrales son fundamentales para el éxito del programa.

UNA MIRADA AL FUTURO

En la actualidad, el programa Masterclass y los aprendices de FP Dual son una parte importante de QIPRO y estamos inmersos en un proyecto innovador para formar, especializar y profesionalizar a los formadores que imparten sus Masterclass en los centros educativos. Con esto pretendemos ofrecer para el siguiente curso una formación de mayor calidad, si cabe, con nuevas formas de aprendizaje, contenido y elementos pedagógicos.

A futuro, QIPRO quiere aumentar el número y diversidad de clases magistrales que imparte en centros educativos. La empresa considera que hay una gran variedad de conocimientos que aún puede compartir a través de las Masterclass. Para poder ajustar la oferta a la demanda, QIPRO quiere evaluar esta primera etapa y preguntar a los centros educativos qué áreas de mejora existen, tanto en la metodología como en el contenido de las formaciones.

REFLEXIONES DE QIPRO PARA OTRAS EMPRESAS

- » El modelo del programa Masterclass se puede adaptar a cualquier tipo de empresa y es fácilmente replicable. Se trata de compartir un conocimiento que ya se tiene con los jóvenes y eso lo puede hacer cualquier empresa, en cualquier sitio.
- » Llevar a cabo este programa trae muchas ventajas empresariales porque consigues que tus empleados valoren más a la empresa, les fidelizas y haces que se sientan orgullosos de pertenecer a ella.
- » Para una empresa que tenga las mismas necesidades de contratación que la nuestra, es importante no centrarse solo en la contratación de los empleados que necesitas hoy, sino también considerar el gran número de empleados potenciales que necesitarás en el futuro. Poner el foco en los centros educativos, que es donde están esos futuros empleados, es importante y el programa Masterclass facilita ese acercamiento.



02



CONTRIBUIR A LA ECONOMÍA Y LA SOCIEDAD

En este capítulo se analizan **seis casos** de empresas que apuestan por la orientación profesional para contribuir a la economía y la sociedad en general.

CASOS PRÁCTICOS

AIRBUS

Flying Challenge

BANCO SABADELL

Programa Coach

FUNDACIÓN PERSÁN

Emprendimiento en las escuelas

PÉREZ-LLORCA

Socios por un día

TRANSPORTS METROPOLITANS DE BARCELONA (TMB)

TMB se mueve por la educación

ZURICH

Programas de capacitación
de jóvenes

Estas empresas **complementan** los aprendizajes que adquieren los jóvenes en **el sistema educativo con formación y recursos** adicionales que les permiten **desarrollar competencias relevantes para la empleabilidad** y aumentar su conocimiento sobre **el mercado laboral**. Con ello pueden tomar sus decisiones de futuro con mejores criterios y de forma más reflexionada. Los seis casos son de sectores muy diversos (jurídico, aviación, transporte, banca, seguros etc.), pero todos comparten el convencimiento de que una mejor orientación profesional produce efectos positivos tanto para el alumnado y el sistema educativo como para las empresas y la competitividad de nuestra economía en general.

Las empresas de este capítulo suelen participar en la orientación profesional como parte de sus programas de responsabilidad social corporativa, reforzando con ello su compromiso social con la educación, el empleo y la sociedad en general. Sin embargo, también para ellas se trata de una «inversión estratégica», puesto que les proporciona ventajas que van mucho más allá de la responsabilidad social corporativa.

¿Qué beneficios pueden obtener las empresas impulsando programas de orientación?

1. **Acortar la distancia entre el mundo académico y el profesional** fomentando la colaboración entre empresas, centros educativos e instituciones.
2. **Mejorar la formación y preparación de los jóvenes** para el mundo profesional, ayudándoles a desarrollar habilidades y competencias requeridas.
3. **Contribuir a disminuir el desajuste entre lo que los alumnos estudian y lo que el mercado laboral realmente demanda** y, de esta forma, aumentar la competitividad de las empresas y de la economía.
4. **Optimizar la inversión que realiza la sociedad en la educación postobligatoria disminuyendo el elevado porcentaje de abandono** que se produce en los primeros años de grados universitarios y ciclos de Formación Profesional.

¿Cómo pueden desarrollar las empresas su compromiso con la orientación profesional?

Las empresas pueden **iniciar sus propios proyectos** de orientación o **participar en programas** promovidos por centros o entidades especializadas, que se encargan de la coordinación y desarrollo de los mismos.

En ambos casos, pueden llevarse a cabo diferentes acciones de orientación como sesiones de **mentoring**, **visitas a empresas**, **concursos de emprendimiento o formación en tecnología**, entre otras. Todas ellas ofrecen grandes ventajas para el desarrollo académico y profesional de los alumnos y, a menudo, se basan en recursos propios de los que ya dispone la empresa, lo que facilita su implementación.

”

ORIENTAN SOBRE SU FUTURO LABORAL

«Complementan los aprendizajes de los jóvenes con programas y recursos que les permiten desarrollar competencias y aumentar su conocimiento sobre el mercado laboral.»

Empresa: Airbus
Proyecto: Flying Challenge

**Entrevista con
Francisco José
Romero Pérez,
Public relations
& CSR Manager.
«El objetivo de
Flying Challenge
es que cada
alumno descubra
su pasión.»**



AIRBUS

RESUMEN

La Fundación Airbus, perteneciente al grupo aeronáutico del mismo nombre, desarrolla en España desde 2014 el proyecto Flying Challenge, un proyecto de orientación dirigido a los jóvenes de tercero o cuarto de ESO en las provincias en las que está presente Airbus. El principal objetivo es contribuir a prepararles mejor para su futuro profesional.

Durante un curso escolar, voluntarios de la empresa asisten a centros educativos para impartir tutorías y acompañamiento a los alumnos en la creación de iniciativas y proyectos sociales. De esta forma, se fomenta el espíritu emprendedor, el desarrollo de habilidades transversales y también se ayuda a los alumnos a descubrir sus vocaciones. Además, también se pretende despertar vocaciones STEM y atraer talento al sector, que prevé una demanda de trabajo superior a la oferta de profesionales.

ORIGEN

La situación económica de España y la falta de empleo hace que a los jóvenes españoles les cueste mucho mantener la motivación para estudiar, lo cual provoca una alta tasa de abandono escolar. El proyecto Flying Challenge de Airbus busca contribuir a paliar los efectos sociales derivados de esta situación.

Para Airbus, es muy importante la relación de la empresa con su entorno y dejar un impacto social positivo a largo plazo en las localidades en las que se encuentran sus instalaciones.

OBJETIVOS

El principal objetivo del proyecto Flying Challenge es proporcionar a los alumnos

un apoyo duradero y eficaz que les ayude a prepararse mejor para su futuro profesional y contribuir a reducir el abandono escolar.

Para ello, se proporciona a los alumnos información sobre sus alternativas formativas, un acompañamiento en la adquisición e identificación de intereses vocacionales y capacidades y una formación en emprendimiento, donde aprender a planificar un proyecto, dimensionar los recursos y priorizar acciones.

Otro objetivo importante para Airbus es la captación de talento. Con este proyecto pretende acercar el sector de la ingeniería a los jóvenes, mostrando que con conocimiento, esfuerzo y dedicación se puede tener un buen futuro dentro de la empresa en muy diferentes ámbitos y funciones.

ACTIVIDADES

Flying Challenge es un proyecto de orientación académico-profesional que consiste en que voluntarios de Airbus impartan sesiones de tutoría y formación en emprendimiento a alumnos de segundo, tercero y cuarto de ESO. El proyecto abarca dos cursos escolares, en los cuales se llevan a cabo tutorías agrupadas en cinco módulos y relacionadas con el autoconocimiento, la adquisición de destrezas y competencias, el conocimiento y plan vocacional. El programa culmina con la realización y presentación de un proyecto de emprendimiento, que puede estar relacionado con la tecnología, la técnica o la ciencia, o tratarse de un proyecto de colaboración social en su entorno.

El programa utiliza la metodología APB (Aprendizaje Basado en Proyectos) donde los alumnos aprenden haciendo. El proyecto consta de las siguientes fases:

Fase 1: Tutorías en el Aula.

Con el apoyo de la dirección y del personal docente del centro educativo y la participación de los voluntarios corporativos, se ofrece a los alumnos tutorías semanales en el aula, agrupadas en los siguientes módulos:

BENEFICIOS PARA AIRBUS

01

Los empleados voluntarios están satisfechos con la empresa por poder mostrar no solo sus conocimientos técnicos, sino sus habilidades interpersonales.

02

Cuando los empleados participan en estos proyectos de voluntariado, el clima interno y la relación entre los empleados mejora. Se reducen las diferencias entre departamentos y se desarrolla una relación de compañerismo entre todos los implicados en el proyecto.

03

Con proyectos como este, Airbus consigue captar la atención de los jóvenes y especialmente de las chicas hacia el sector de las ingenierías, muy especializado, y que exige un nivel de compromiso y dedicación muy altos.

- Autoconocimiento y motivación. Durante este módulo los participantes realizan ejercicios sobre lo que les motiva en la vida, llevan a cabo actividades de reflexión y análisis de la realidad y se presentan ante sus compañeros. Se trabaja el autocontrol y la comunicación emocional.
- Habilidades y competencias personales y sociales. Se realizan dinámicas para mejorar ciertas habilidades sociales: hablar en público, resolver conflictos de forma adecuada, toma de pequeñas decisiones.
- Módulo de emprendimiento. Los voluntarios ayudan a los jóvenes a organizarse en grupo, al diseño y desarrollo de un proyecto de emprendimiento que tenga un beneficio en el centro educativo o en su entorno social más cercano. Les orientan sobre la organización y reparto de roles, planificación, gestión, búsqueda de información y documentación sobre el proyecto.
- Conocimiento de los itinerarios educativos y profesionales. En colaboración directa con los voluntarios corporativos, se dan a conocer las alternativas formativas y laborales.
- Proyecto vocacional. Con los conocimientos adquiridos, los estudiantes empiezan a planificar su plan vital. Se trabaja con la AMPA (Asociación de Madres y Padres de Alumnos) poniendo a disposición de padres y tutores herramientas para acompañar a sus hijos en la toma de decisiones sobre su futuro laboral.

Fase 2: Feria de empleo o de carreras.

Los estudiantes acuden a la sede de Airbus, donde durante cuatro horas tienen la oportunidad de rotar por varios stands en los que diferentes voluntarios les presentan el desarrollo de su carrera profesional en diferentes profesiones y puestos de trabajo. También realizan una visita guiada por las instalaciones. De esta manera, los jóvenes experimentan un mayor acercamiento al mundo laboral.

Fase 3: Clausura.

En el acto de clausura los alumnos presentan los proyectos, se agradece a los voluntarios su dedicación, y se llevan a cabo actividades de formación aeronáutica y vuelo sin motor para los estudiantes.

Un ejemplo **de proyecto surgido del programa Flying Challenge**, y del que la empresa se siente muy orgullosa, es un proyecto de emprendimiento social relacionado con el efecto de la terapia musical en enfermos de Alzheimer llamado Música para despertar. A través de él, alumnos de 13 y 14 años colaboran con profesionales de una asociación tras recibir una formación

El proyecto ha tenido tan buena acogida que el personal de los centros de Afanas de Puerto Real, El Puerto y Chiclana ya lo está aplicando.

DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN

Selección y formación de los voluntarios

Para el proyecto Flying Challenge se selecciona a los voluntarios según un criterio de diversidad de divisiones, profesiones, edades y género. Se trata de un proceso informal, en el que se busca un equilibrio y que todo el que quiera pueda participar. Esta diversidad mejora el clima interno, reduce la diferencia entre áreas y consigue un nivel de compromiso muy alto.

Tanto los voluntarios de la empresa como los tutores de los centros educativos reciben una formación de aproximadamente seis horas sobre el voluntariado, el proyecto y su desempeño como voluntarios.

Alianzas y colaboraciones

El proyecto cuenta con la colaboración de Cadigenia, empresa de formación creativa, que ha diseñado la metodología y el manual

del voluntariado, imparte la formación y hace el acompañamiento durante todo el curso.

Además, colabora Cruz Roja Internacional por su capilaridad y experiencia en voluntariado, y la Universidad Politécnica y la Universidad de Cádiz, que aportan voluntarios. También participa en el proyecto la empresa Altran, que acude con voluntarios a la Feria de Empresas que se celebra anualmente en las oficinas de Airbus. Todo ello requiere una tarea de coordinación muy importante asumida por el CSR Manager en Airbus Operations y su equipo.

Actualmente hay alrededor de 150 voluntarios y siete plantas involucradas. Cada uno realiza de media 20 horas al año de voluntariado dentro de su jornada laboral, además de otras horas individuales fuera del trabajo.

Han pasado siete años y el proyecto tiene más voluntarios de los que puede absorber.

Desarrollo del programa en las aulas

Una vez superada la complejidad del inicio, la implicación de los voluntarios es enorme. A medida que se familiarizan con la clase, la dinámica hace que los alumnos se enganchen, valoren mucho la opinión de los voluntarios y se acaba generando una relación de respeto, confianza y proximidad con ellos.

A lo largo del año, Airbus organiza reuniones con sus voluntarios para valorar la incorporación de nuevas herramientas. También se detectan debilidades y fortalezas que puede haber durante el curso y se les hace pequeños actos de reconocimiento. Asimismo, reciben *feedback* de los directores de los centros.

Búsqueda de centros

En cuanto a los centros, se eligen centros públicos que estén próximos a la planta para facilitar la logística de los voluntarios que acuden a los mismos, y que reflejen bien la

realidad social y la diversidad de alumnos necesitados de orientación: alumnos en riesgo de exclusión social, con expedientes brillantes, con discapacidad, de diferente nacionalidad, etcétera. Actualmente Airbus desarrolla Flying Challenge con siete centros educativos situados cerca de las cuatro plantas que tiene en España. Para el éxito del proyecto, es fundamental el compromiso de la dirección del centro, del orientador y de los tutores del aula, que participan en la formación inicial para adquirir la metodología y conocer a los voluntarios.

RESULTADOS

Tras varios años de experiencia, los directores de los centros ven cómo mejora el expediente académico de los alumnos, la asistencia a clase y la convivencia dentro del centro.



«La capacidad que tienen los alumnos para adquirir el aprendizaje y las habilidades cuando ya ven el final es rapidísima. Los profesores los ven enganchados en el proyecto y dicen: “Yo jamás me hubiera imaginado que esta chica se hubiese levantado, hubiese explicado a toda la clase el proyecto de esta manera y que se hubiese implicado, cuando es la que siempre está aparte”.»

Dentro de la empresa, el proyecto ha creado una cultura de compañerismo entre los equipos de voluntarios, una mejora en el clima laboral y en su aprendizaje personal, así como un mayor nivel de satisfacción y compromiso con la empresa.



«Cuando les escuchas hablando de lo que la empresa les ha dado y lo agradecidos que están porque se les ha dado la oportunidad de participar en este proyecto, resulta emocionante.»

La compañía recibió el premio de «Empresa Orientadora» en la 10ª edición de los premios Educaweb en 2017, como reconocimiento a su labor de apoyo y asesoramiento a jóvenes de últimos años de secundaria y FP.



«Los voluntarios están encantados, porque dicen: “Estoy adquiriendo una cantidad de recursos que de otra manera no tendría”.»

FACTORES DE ÉXITO

Las colaboraciones con otras empresas y entidades como Cruz Roja Internacional, con presencia y experiencia en voluntariado, y Cadigenia, para la generación de los contenidos y la formación, han sido claves para el éxito del proyecto. Tener a partners como Altran, la Universidad de Cádiz y la Universidad Politécnica también hace que el proyecto sea más sólido.

Además, llevar a los voluntarios a las aulas es un acierto, ya que se genera una estrecha relación entre alumnos y empleados que añade un valor indiscutible al proyecto.

Otro factor de éxito a destacar es el entusiasmo y nivel de implicación de los centros. El proyecto tiene una doble

dimensión, de orientación y de innovación educativa a través de la metodología APB, que tiene muy buena acogida por los profesionales del centro.



«Aquí ganan la empresa, los voluntarios, los alumnos y la dirección del centro.»

UNA MIRADA AL FUTURO

De cara al futuro, Airbus busca consolidar a nivel institucional el apoyo del proyecto. También le gustaría trabajar con más universidades, puesto que fortalecer la estructura del partenariado enriquece mucho el proyecto.

A nivel inter-empresas del grupo Airbus trabaja ya en conectar todos los centros Flying Challenge de Europa. Asimismo, se está planteando ampliar la colaboración entre empresas para llegar a más centros, compartiendo el conocimiento y aprendiendo de otras empresas. En este sentido, la empresa Altran ya ha dado pasos en esa dirección, participando en una versión reducida del proyecto Flying Challenge que Airbus ha lanzado. Por último, la empresa planea introducir el proyecto en la FP cuando se implante en los institutos el ciclo de Aeroespacial que se ha aprobado recientemente.



REFLEXIONES DE AIRBUS PARA OTRAS EMPRESAS

- » Estamos abiertos a que el concepto Flying Challenge pueda servir para otras empresas.
- » Es un proyecto que permite mejorar las relaciones con el entorno local y devolver un poco a la sociedad. Se crean muchas sinergias y lazos de conexión con el entorno.
- » Para empresas más pequeñas, se puede ajustar la dimensión del proyecto, es posible hacer una pequeña colaboración con un grupo de alumnos más reducido.
- » En cualquier caso, recomendamos un acuerdo con alguna asociación local y replicar buenas prácticas que ya existan en otras empresas.

Empresa: Banco Sabadell
Proyecto: Proyecto Coach, en colaboración con la Fundación Exit

Entrevista con Emili Pascual, director de Experiencia de Empleado.

«Los jóvenes que participan en el Proyecto Coach recuperan la motivación por los estudios y la gran mayoría de ellos continúan su formación académica.»



B Sabadell

RESUMEN

Banco Sabadell, grupo bancario español, participa desde 2014 en el Proyecto Coach de la Fundación Exit a través de su fundación, y es un proyecto estratégico dentro del área de RSC. El Proyecto Coach es una iniciativa de voluntariado corporativo que pretende orientar y motivar a jóvenes en situación de vulnerabilidad social que han tenido una experiencia de fracaso escolar a través del *coaching* y del *mentoring*. El programa se centra especialmente en la FP Básica y de Grado Medio, etapas educativas críticas donde el abandono medio es del 40 %. Las sesiones son impartidas por empleados voluntarios que ayudan al joven a descubrir los diferentes puestos de trabajo que puede ofrecer una empresa y a identificar sus propios intereses y habilidades. El objetivo del programa es que los alumnos conecten con su vocación a través de la exploración en un entorno real de trabajo y recuperen la motivación para continuar con sus estudios.

ORIGEN



«Desarrollando nuestros propios materiales de formación sobre la base del Proyecto Coach capitalizamos el conocimiento y la experiencia, pudiendo usar el aprendizaje en otros programas para formar a los voluntarios o destinatarios, por ejemplo, el Programa Graduated.»

En 2014 el Banco Sabadell inició su participación en el programa de la Fundación Exit, dentro del marco de su política de RSC. Años después, el proyecto cobró mayor relevancia para la empresa y el banco pasó a desarrollar su propio programa inspirado en la metodología y formación de Exit implantada con un gran éxito por esta fundación desde el año 2007.

Trabajar con un formato de proyecto tan estructurado como el proyecto Coach permitió un rápido desarrollo interno gracias a las buenas experiencias de los voluntarios que participaban cada año.

OBJETIVOS

El principal objetivo del programa es aumentar la satisfacción y el compromiso de los empleados con la empresa. Cada voluntario se embarca en una relación de acompañamiento con un joven, lo cual en términos profesionales supone un «mini-proyecto» en sí mismo. De esta forma, se convierte en una oportunidad única para que los voluntarios realicen tareas y actividades completamente diferentes a las habituales y desarrollen competencias de relación, adaptación y atención a la diversidad, al relacionarse con personas muy jóvenes que vienen de contextos socioculturales diferentes.



«Buscamos contribuir a la orientación de los jóvenes en un momento crítico de su vida, ofreciéndoles una experiencia inspiradora en la que puedan conocer diferentes áreas profesionales de interés de la mano de un voluntario de la compañía.»

BENEFICIOS PARA BANCO SABADELL

01

Los empleados que participan reciben una formación de calidad en *coaching* y *mentoring*. Este aprendizaje, además de servirles para el programa, les ayudará en su desarrollo profesional. También aumenta la motivación y el orgullo de pertenencia a la empresa.

02

Es una gran oportunidad para la empresa para detectar y potenciar capacidades de liderazgo y organización entre los empleados que participan en el proyecto.

03

Los jóvenes son potenciales clientes futuros del banco y tenerlos cerca durante el programa, es una oportunidad para la empresa a la hora de poder conocer de primera mano tendencias, gustos, valores, comportamientos, etcétera.

04

La experiencia de participar en el Proyecto Coach ha aportado también una serie de aprendizajes para mejorar los programas de formación interna de la empresa, como el Talento Joven.

Esta exposición de los voluntarios introduciendo al joven en departamentos de la empresa diferentes al suyo, permite, además, identificar y testar habilidad y competencias de liderazgo y organización de los empleados involucrados al tener que interactuar con otras personas dentro y fuera de la empresa.

Además, el fin último del programa es ayudar a los jóvenes a conectar con su vocación y, desde ahí, motivarles a continuar con su formación académica teniendo una mirada más amplia e inspiradora sobre el contexto profesional y sobre sí mismos.

ACTIVIDADES

El proyecto consiste en ofrecer una experiencia de exploración del contexto profesional en las instalaciones del Banco Sabadell de Madrid y Barcelona a jóvenes que provienen de situaciones de vulnerabilidad o se encuentran en riesgo de abandono escolar. La experiencia utiliza técnicas de *coaching* y de *mentoring* y se articula en torno a seis sesiones, meticulosamente pautadas, en las que cada voluntario acompaña a un joven de manera individual en su proceso de orientación académica y profesional en un entorno real de trabajo.



«Los voluntarios organizan las visitas de los jóvenes a las oficinas del banco, y son los encargados de crear espacios de encuentro con otros empleados de diferentes departamentos, para que los alumnos puedan conocer diferentes perfiles profesionales o incluso tomar café o comer con los compañeros.»

Además del acompañamiento one-to-one, el programa está organizado de tal manera que jóvenes y voluntarios se relacionan con otras personas de la empresa, y también se facilitan actividades en grupo con otros voluntarios y jóvenes. Este enfoque es muy enriquecedor para todos, también para los voluntarios que, al verse acompañados por otros iguales de otras empresas, establecen vínculos emocionales.

La actividad se focaliza en una etapa crítica como es el primer año de una FP Básica o de Grado Medio donde el abandono medio es del 40 % y muchos jóvenes se encuentran con baja autoestima y motivación hacia los estudios. Gracias a la metodología y la implicación del voluntario, a través de una experiencia realmente inspiradora, el programa, consigue ayudar a recuperar la motivación por los estudios de los jóvenes.

El programa consta de seis sesiones, cada una de las cuales está perfectamente pautada, contando con material de apoyo para que los voluntarios puedan ejercer de forma adecuada su rol de coach y mentores. Por otra parte, cada sesión tiene un objetivo concreto relacionado con el autoconocimiento, la búsqueda de información o la toma de decisiones por parte de los alumnos. Las sesiones se articulan como sigue:

1. Encuentro entre jóvenes y voluntarios:

Bienvenida y reunión de todos los voluntarios de las diferentes empresas y los jóvenes para que se conozcan en un entorno amigable y puedan entender bien el foco y el funcionamiento de esta experiencia. Este encuentro se realiza en el centro educativo donde estudia el joven, para que ocurra en un espacio conocido por él. En esta primera toma de contacto es muy importante que se genere un ambiente de confianza y es aquí donde se presentan las «parejas» o «equipos» formados por cada voluntario y su alumno asignado.

2. Presentación de la empresa:

Es la primera visita y en ella el voluntario presenta la

compañía, el organigrama, los diferentes departamentos, etcétera, y el joven decide cuáles quiere conocer en mayor profundidad.

3. **Sector de interés:** El voluntario organiza un recorrido por los departamentos que han sido seleccionados en la sesión anterior por el joven como más interesantes para conocer.
4. **Recursos Humanos:** El joven tiene una sesión con el departamento de Recursos Humanos de la empresa, junto a los otros jóvenes participantes en esa experiencia en la compañía. Conocen los programas de formación y desarrollo, realizan una simulación de entrevista y reciben consejos expertos para mejorar su desempeño en las entrevistas.
5. **Proyecto personal:** El joven, con el apoyo y el feedback del voluntario, establece unos objetivos de mejora personales y educativos/profesionales para el corto y medio plazo.
6. **Evento final de proyecto:** Encuentro entre todos los jóvenes y los voluntarios participantes en cada experiencia del Proyecto Coach.

que estructura la experiencia, pone foco en la actividad de los voluntarios y les ofrece una formación inicial y un acompañamiento personal a lo largo de la misma.

El programa se organiza en «Experiencias Coach» en las que participan varias empresas a la vez, cada una de ellas con diferentes voluntarios, de manera que se vive como una experiencia colaborativa e incluso de *networking* entre los voluntarios.

La fundación se encarga también de seleccionar y coordinar la relación con los diferentes centros, entidades educativas y alumnos participantes en cada experiencia del proyecto.

Formación de los voluntarios

La Fundación Exit forma a los voluntarios del Banco Sabadell para que puedan hacer de coach para estos jóvenes. La formación tiene una duración de cuatro horas y se realiza un par de semanas antes de que los voluntarios interactúen con los alumnos de manera que puedan estar bien preparados para ello. Esta formación es siempre presencial y en ella participan conjuntamente todos los voluntarios de las diferentes empresas que colaboran en cada experiencia del Proyecto Coach.

Esta formación es un elemento crítico del proyecto y en ella los voluntarios aprenden técnicas de *mentoring* y de *coaching* que utilizarán para acompañar mejor a los alumnos pero que también les será de utilidad en su día a día profesional.

DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN

Colaboración con Fundación Exit

El Proyecto Coach ha sido diseñado por la Fundación Exit como un programa completo



«El Proyecto Coach es mucho más que un voluntariado, es la unión perfecta entre empresa, sociedad y responsabilidad social corporativa. Mediante el voluntariado, no solo contribuyes al desarrollo y orientación de los jóvenes, sino que impactas directamente en la satisfacción y empoderamiento de los trabajadores y conviertes a la organización en un transmisor de conocimiento de puertas hacia fuera.»

Sesiones del proyecto

A lo largo de las seis sesiones del proyecto, el voluntario conocerá en profundidad a un joven del que también podrá aprender mucho y que le obligará a activar nuevas competencias de comunicación, de relación intergeneracional e intercultural y de atención a la diversidad. Además, el rol del voluntario también consiste en liderar internamente el proyecto para que el alumno tenga acceso a los diferentes departamentos de la empresa y pueda conseguir información de interés para él.

Para que esto sea posible, y un alumno pueda moverse junto con el voluntario por diferentes departamentos de la empresa, el proyecto ha de ser público en la compañía y eso ofrece también visibilidad interna a las personas que participan en la experiencia.

RESULTADOS E IMPACTO

El Proyecto Coach ha tenido ya más 100 ediciones en las que han participado más de 3.800 voluntarios de 185 empresas diferentes y se han beneficiado de esta experiencia más de 3.400 jóvenes.

Sin duda, el mejor resultado y la mayor recompensa para Banco Sabadell y sus participantes es saber que todos los alumnos que han pasado por el Proyecto Coach han retomado sus estudios a continuación. En total, a lo largo de estas seis ediciones, en Banco Sabadell han participado 116 voluntarios y 116 jóvenes.

Además, Banco Sabadell, también obtienen un gran retorno del programa: Por un lado,

los voluntarios reciben una formación de calidad en *coaching* que repercutirá en su desarrollo y desempeño profesional; por otro, al introducir dinámicas y personas nuevas en la organización, todos los empleados, desde la dirección hasta los voluntarios, se verán expuestos a salir de su zona de confort de un modo u otro. Los voluntarios asumirán roles y tareas nuevos para ellos, y otros compañeros se enfrentarán a la diversidad teniendo que relacionarse con personas de otra edad, procedencia, entorno, etcétera.

FACTORES DE ÉXITO

El principal factor de éxito es sin duda la calidad del programa: desde la formación previa en *coaching* para los voluntarios, hasta el propio desarrollo del proyecto, con sesiones individuales muy pautadas, dedicando tiempo de calidad a los alumnos y realizando un seguimiento minucioso de su avance.

Por otro lado, el acompañamiento de los voluntarios por parte de la Fundación Exit, así como la experiencia compartida con voluntarios de otras empresas, generan un elevado sentimiento de compromiso por su parte y les ofrece una posibilidad única de relación y encuentro con otras personas, en este caso los jóvenes.

También es importante destacar el equilibrio entre una experiencia individual (un joven con un voluntario) y a la vez una vivencia de equipo con otros voluntarios y otros jóvenes, lo que hace que el programa impacte de verdad en las personas y consiga resultados realmente impresionantes en los jóvenes que participan.



«El 87 % de los voluntarios afirma que participar en el Proyecto Coach ha mejorado sus competencias directivas y el 99 % valora positivamente la participación de la empresa en el proyecto.»

«Entre los jóvenes, el 93 % acabó el Proyecto Coach con la intención de seguir estudiando y el 88 % estableció un objetivo educativo y/o profesional de mejora.»

Por último, el foco del proyecto en un perfil específico de joven y en una etapa muy concreta y crítica de su vida, hace que el proyecto sea entendible por todos y eleva el compromiso de todas las partes con una experiencia que ha de ser inspiradora.



«Los ejemplos en primera persona ayudan a los alumnos a identificarse y les resulta muy positivo ver que el éxito no es fruto de suerte si no de toma de decisiones acertadas.»

UNA MIRADA AL FUTURO

La relación entre la empresa y sus empleados ha cambiado. Las nuevas generaciones de trabajadores valoran de forma distinta las compensaciones que un empleo les puede aportar. En la actualidad, ser parte de un equipo con un proyecto común, como el Proyecto Coach, en el que cada pieza se sienta arropada por las demás, en un entorno de reto, mejora y fraternidad, se ha convertido en un elemento clave para fidelizar el talento. Es por eso que las empresas deben establecer dinámicas que favorezcan el sentimiento de grupo, sacar a los equipos de su entorno habitual y generar relaciones más allá de tareas y proyectos diarios: la salud, el deporte o la solidaridad son catalizadores de las relaciones profesionales, que eliminan barreras y crean capital social. Un capital social que también están demandando nuestros clientes y que nos diferencia de la competencia.

El Proyecto Coach de la Fundación Exit se ha convertido desde hace años en una de las variables fundamentales en la ecuación que equilibra la responsabilidad social de Banco Sabadell y es percibido por nuestro equipo de voluntarios como una oportunidad de incidir

en la mejora de oportunidades laborales de aquellos jóvenes que han interrumpido su formación.

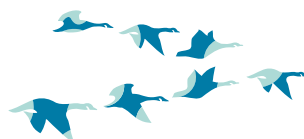
REFLEXIONES DE BANCO SABADELL PARA OTRAS EMPRESAS

- » Lo importante es ponerte en la piel de los jóvenes. Empatizar con lo que han vivido. Eso significa no centrarse en el pasado y exponerles un futuro posible en la que sus decisiones anteriores no están sometidas a juicio.
- » En el programa hay que ofrecerles experiencias de calidad, diferenciales, positivas, que les estimulen a considerar la vuelta a la escuela como la mejor opción para un futuro mejor.

Empresa: Fundación Persán

Proyecto: Emprendimiento en las escuelas

Entrevista con José Castro Mora, Gerente.
«Queremos que los jóvenes vean el emprendimiento como una alternativa de calidad el día de mañana.»



FUNDACIÓN
persán

RESUMEN

La Fundación Persán pertenece al grupo empresarial Persán, dedicado a la fabricación y comercialización de productos de lavado y limpieza desde 1940. En 2015 puso en marcha un programa para fomentar el emprendimiento entre los alumnos de tercero y cuarto de ESO y primero de Bachillerato de centros educativos de Sevilla.

La actividad consiste en acompañar a los estudiantes en la creación de una empresa y el desarrollo de productos a lo largo de un curso escolar con el objetivo principal de entrenar actitudes y aptitudes emprendedoras entre los jóvenes andaluces.

ORIGEN

Como fundación vinculada a una empresa familiar, la Fundación Persán se creó con un fin social: ayudar a las personas en riesgo de exclusión social a integrarse en el mercado laboral. A raíz de la crisis económica, la entidad ha incorporado distintas líneas de trabajo, y ha aumentado la diversidad de colectivos con los que trabaja.

En el año 2014, la fundación inició un proyecto para fomentar el emprendimiento en las aulas en el que participaron 10 escuelas. La motivación principal fue promover la cultura empresarial entre los estudiantes para despertar inquietudes empresariales que el día de mañana se pudieran materializar en la creación de empresas y la generación de oportunidades de empleo.

OBJETIVOS

La Fundación Persán lleva a las escuelas una experiencia completa de emprendimiento

con el objetivo de fomentar el espíritu emprendedor entre los jóvenes y animar a las nuevas generaciones a que consideren el emprendimiento como una alternativa real para su vida profesional. La entidad busca estimular, desde edades tempranas, la cultura, los valores y la ambición empresarial inherente al emprendimiento. La fundación considera que es la mejor etapa para estimular la creatividad e introducir a las personas en el mundo del emprendimiento debido a la capacidad de aprendizaje de los jóvenes.



«Utilizando el símil del deporte, nosotros no estamos buscando atletas que nos representen en las próximas olimpiadas; sino que la gente haga deporte. El objetivo no es elegir a los mejores para que sean como Amancio Ortega, sino que los estudiantes vean que el emprendimiento puede ser una alternativa profesional de calidad el día de mañana.»

ACTIVIDADES

El proyecto consiste en que alumnos de tercero y cuarto de ESO y primero de Bachillerato creen en grupo una empresa y desarrollen productos que posteriormente venderán. La actividad se lleva a cabo en estrecha colaboración entre los tutores del centro y el equipo de la Fundación Persán.

La fundación se ocupa de formar al profesor encargado, ofreciendo asesoramiento continuo y facilitando material pedagógico para estructurar las sesiones. Al inicio, se entregaba a los centros el KitCaixa Jóvenes Emprendedores, pero en la actualidad los recursos y materiales son fundamentalmente digitales. Los tutores, previamente formados,

BENEFICIOS PARA FUNDACIÓN PERSÁN

01

A través del proyecto, Fundación Persán promueve el talento y la cultura empresarial, necesarios para nuestra economía y sociedad.

02

Los empleados se sienten más cercanos a una empresa comprometida y alineada con sus mismos valores.

03

Persán consigue conocer más de cerca a sus futuros clientes, saber cómo piensan, su forma de ver la vida, sus inquietudes y sus necesidades, y así adelantarse a los tiempos.

son los encargados de llevar a cabo las sesiones en horario escolar y de hacer seguimiento de los alumnos. Además, la Fundación Persán organiza charlas motivacionales y visitas a diferentes lugares y espacios para enriquecer la actividad. Por ejemplo, en 2018 se visitó El Cubo, un lugar con varias aceleradoras que ofrecen servicios de asesoramiento para impulsar las primeras fases de una start-up de la mano de Telefónica y la Junta de Andalucía.

El programa de emprendimiento se divide en seis fases:

Fase 1: Competencias y búsqueda de proyectos

De septiembre a diciembre se trabajan en clase las competencias transversales para el emprendimiento. Los jóvenes analizan sus propias competencias y aprenden sobre la importancia de trabajar en equipo y complementar competencias entre sí. Además, los alumnos desarrollan la habilidad y son capaces de detectar necesidades, origen de una idea de emprendimiento, y de utilizar su creatividad para poder abordar esas necesidades. Durante esta primera fase, los alumnos trabajan con distintas técnicas, como *brainstorming* o *brainwriting*.

Fase 2: La elección del proyecto

En enero los alumnos desarrollan sus propuestas de emprendimiento por grupos de tres o cuatro alumnos y cada uno de ellos desarrollará una propuesta sobre la que trabajarán a lo largo del curso.

Para elaborar la propuesta, los alumnos trabajan un mapa del binomio problema-

solución y elaboran un mini-Canvas, herramienta para definir y crear modelos de negocio innovadores. Con dichas herramientas los alumnos aprenden, entre otras cuestiones, a identificar un problema, a buscar soluciones, identificar a qué segmento de población está dirigido el producto, evaluar sus ventajas competenciales y valorar cómo lo harán llegar al cliente.

La Fundación Persán anima a los alumnos a desarrollar proyectos para jóvenes de secundaria como público objetivo, debido a que los alumnos conocen sus problemas, su entorno y saben de cuánto dinero disponen para comprar. Además, la entidad les invita a crear productos para cubrir problemas que se puedan solucionar por uno, dos o tres euros, que es lo máximo que puede gastar un chico de secundaria. La idea es que los alumnos tengan muchos clientes cautivos en la hora del recreo para facilitar su venta. Un último requisito es que la propuesta pueda ser prototipable por 400 euros.

Fase 3: La búsqueda de financiación

En la segunda edición del proyecto, la Fundación Persán añadió un nuevo aspecto al programa: la necesidad de recaudar dinero y pedir un microcrédito al banco para prototipar el producto. La financiación se consigue de dos maneras:

- » 200 euros son recolectados pidiendo inversiones de máximo cinco euros a individuos del entorno de los alumnos. La clase expide un título de propiedad de participaciones, que incluye el nombre completo, DNI y el anunciado «participa



«Queremos generarles estrés controlado para que en el futuro recuerden la experiencia. Hay dos situaciones que lo provocan: primero, la situación “traumática” de entrar en el despacho del director de un banco a pedir dinero con catorce años, porque para ellos 200 euros es mucho. Y después, la primera venta. Experimentar que alguien dé su dinero por un producto que tú has generado tampoco se olvida.»

con __ euros». Este ejercicio, además de ayudar a recaudar fondos, obliga a los jóvenes a contar la historia de su producto a un mínimo de 40 personas.

- » 200 euros son solicitados en forma de microcrédito a una oficina bancaria de La Caixa. Para facilitar este ejercicio, la Fundación Persán establece previamente un acuerdo con el banco para que la dirección de la sucursal «simule» la reunión para la concesión del crédito. Para adquirir el microcrédito, una comisión de alumnos representantes (máximo, cinco) prepara la reunión, acude a la sucursal y se reúne en el despacho del director para solicitar el microcrédito. Los alumnos tienen el compromiso de devolver todo el dinero con los beneficios del producto.
- » La Fundación Persán concede el dinero al colegio, aunque los alumnos creen que es el banco quien se lo ha concedido.

Fase 4: La fabricación y venta del producto

De febrero a abril se lleva a cabo la fabricación, y de mayo a junio, la venta del producto. Los jóvenes son los encargados de vender dicho producto en su entorno. Con el fin de apoyar a los alumnos, la Fundación Persán organiza un evento público donde los jóvenes tienen la oportunidad de enfrentarse a un público real, fuera del entorno educativo, para tratar de vender el producto.

Fase 5: El cierre de la empresa

Por último, al final del curso, se hace el cierre de la empresa. Para la Fundación Persán, esta es una parte importante que no se suele enseñar. En el momento del cierre hay dos posibles escenarios:

- » Que los ingresos sean mayores que los gastos. En dicho caso, los jóvenes primero tienen que devolver los 400 euros al banco y a los inversores privados y, luego, donar el resto de beneficios a una ONG o causa social. El objetivo es introducir el concepto de responsabilidad social corporativa.

- » En el caso más común, en el que los ingresos no superan los gastos, los jóvenes tienen que dirigirse a cada uno de los acreedores para explicar cuál ha sido el resultado empresarial. Este ejercicio obliga a los jóvenes a enfrentarse a todas las personas que les han prestado dinero con el objetivo de desmitificar el tema del fracaso. El fallo está permitido, pero no la falta de entrega. Realizando este ejercicio en un entorno controlado, los jóvenes aprenden a asumir que a veces las cosas no salen como esperan, pero que hay que afrontarlo y seguir intentando nuevas ideas.



«En los casos más comunes, en el que los ingresos no superen los gastos, les decimos a los jóvenes: “Oye, tenéis que enfrentaros a todos los que os han dejado el dinero. Sabían que era una opción de riesgo y cabía la posibilidad de que no os saliera el negocio”. El fallo está permitido, pero la falta de entrega y responsabilidad no.»

Ejemplo de emprendimiento realizado

Los productos que se desarrollan en el programa tienen una base de desarrollo real y deben ser comercializables. Por ejemplo, un centro educativo elaboró un producto que se fabricó y acabó saliendo al mercado. Se trata de una mochila para estudiantes de secundaria con el tamaño de un ordenador de 13,3 pulgadas, con bolsillo exterior para los auriculares y con un espacio para una batería de móvil externa. La Fundación Persán puso a los jóvenes en contacto con un fabricante de mochilas y, a día

de hoy se puede comprar. Al acabar el curso escolar en junio, los jóvenes cerraron el proyecto y se dejó a elección del centro su continuidad. El objetivo ya estaba cubierto.



«Nos gusta tanto el proyecto de secundaria porque vemos que los alumnos tienen mucha creatividad, desparpajo y no tienen limitaciones a la hora de imaginar. Su actitud frente a los proyectos y los retos suele ser: ¿y por qué no?»

DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN

La captación de centros educativos

El contacto con los centros se hace a través de la red de contactos privada de la empresa, es decir, muchos de los empleados son padres y conectan a la empresa con los centros de sus hijos. La Fundación Persán concierta la reunión con el director y con el jefe de estudios, va al centro y cuando encuentra a un docente del claustro que cree en el proyecto y lo quiere desarrollar, lo lanza. El proyecto puede integrarse en diferentes asignaturas, porque es un tema transversal.

El recibimiento por parte de los directores suele ser muy positivo, ya que participar en el programa prestigia al centro y no supone ningún coste adicional. Sin embargo, el reto más difícil es encontrar al profesor que haga suyo el proyecto. A pesar de ello, la empresa ha conseguido cada año identificar a los profesores más motivados, que han resultado siempre ser clave para el éxito del proyecto.

La preparación y el acompañamiento del profesorado

La preparación y acompañamiento del profesorado es fundamental. Para ello, la Fundación Persán realiza una serie de actividades.

Los profesores reciben una formación sobre emprendimiento antes de empezar el programa. El primer año del programa la formación fue impartida por la Fundación Trilema, pero después nos hicimos cargo desde la Fundación Persán. Esta actividad está homologada por la Consejería de Educación de la Junta de Andalucía y el profesorado de los centros públicos recibe puntos por participar.

Tras finalizar la formación, la fundación entrega el material pedagógico digital necesario para estructurar los objetivos y actividades de cada sesión.

El responsable del proyecto en la fundación realiza un seguimiento riguroso del proyecto y, además de estar en constante contacto con el profesorado, organiza visitas y charlas para complementar el contenido del programa. Entre otras actividades, a principio de curso la fundación realiza una charla sobre emprendimiento, acompañado de un emprendedor para inspirar a los jóvenes.

RESULTADOS

Cada año, entre 500 y 1.000 alumnos participan en el proyecto de emprendimiento. Tanto profesores como jóvenes valoran positivamente su participación en la actividad, ya que expone nuevos retos para los alumnos y les muestra una alternativa profesional de calidad. Además, el programa consigue romper con los estigmas y miedos que tienen los jóvenes al pensar en la opción de emprender.

En el curso 2018/19 se seleccionaron 14 propuestas en la sesión final de presentación

de resultados, de las 65 recibidas. Participaron alrededor de 250 alumnos, y 70 de ellos estuvieron implicados en las propuestas finalistas. En el curso 2019/20 ya se han inscrito 111 equipos inscritos, de entre 3 y 5 alumnos cada uno.

La Fundación Persán ya está viendo los primeros resultados del programa y es que, algunos de los alumnos que en su día participaron en el programa, están demostrando un gran nivel a la hora de presentarse a concursos de emprendimiento en la universidad. Persán, que participa como jurado en concursos de emprendimiento de Sevilla, ha visto que el nivel de los proyectos en las universidades del sur está ganando en calidad.

FACTORES DE ÉXITO

Encontrar a un profesor motivado y comprometido con el programa, así como ofrecerle el apoyo necesario durante todo el proceso, es fundamental para asegurar el éxito del programa. Los docentes llevan la mayor carga del proyecto, por lo que la formación y recursos son importantísimos.

Plantear a los alumnos retos interesantes pero controlados es otro de los factores que hacen de este proyecto algo único y exitoso.

La colaboración con La Caixa es otro factor de éxito, tanto por el uso que hacen los profesores del KitCaixa Jóvenes Emprendedores, como por disponer de una red extensa de oficinas que facilita la operativa en la fase de búsqueda de financiación. La Caixa, a nivel territorial y de sucursal, reacciona muy positivamente ante el proyecto, ya que es una actividad de RSC que no supone un gran trabajo añadido.

UNA MIRADA AL FUTURO

A futuro, la fundación está considerando proponer diferentes retos, de manera que las propuestas puedan solucionar problemas identificados por ellos mismos o vengan

a solucionar alguno de los sugeridos. Identificamos que la creatividad de los alumnos se potencia al tener más margen de creación y actuación y, por eso, decidimos abrir el abanico de propuestas concretas por parte de los participantes.

Aunque el proyecto está teniendo resultados muy favorables, uno de los mayores retos es que los centros educativos finalicen el programa. Especialmente, la segunda fase del proyecto en la que se desarrolla y vende el producto ya que requiere un mayor esfuerzo por parte de los profesores y, por ende, es más difícil de implementar.

En este sentido, la Fundación Persán también está replanteando la dinámica de la última sesión. La idea es crear un campamento de tres días en el que poder trabajar con alumnos y profesores y para ello habrá dos programas de formación específicos e independientes, para alumnos y para profesores, pero también incluirá actividades de interacción entre ambos grupos.

Además, a futuro, la Fundación Persán quiere promover el emprendimiento inter-centros, es decir, que diversos centros con diferentes especializaciones desarrollen proyectos conjuntamente. Esto permitiría, por ejemplo, que una clase de Bachillerato colaborase con un ciclo de Formación Profesional para desarrollar conjuntamente una propuesta emprendedora, lo cual permitiría elaborar proyectos técnicamente más complejos. Para promover este tipo de colaboraciones, la fundación valora cerrar acuerdos con compañías tecnológicas.

Otro proyecto a futuro es desarrollar una plataforma online para intercambiar conocimiento entre profesores. Disponer de una web permitiría intercambiar experiencias entre profesores, plantear problemas, acceder a propuesta emprendedoras que se hayan planteado en el pasado, compartir píldoras formativas sobre emprendimiento y generar un sentimiento de comunidad entre los profesores participantes, entre otras

cosas. A través de dicha plataforma, así como otras acciones, la Fundación Persán quiere contribuir a crear un ecosistema que promueva el emprendimiento en Andalucía.

REFLEXIONES DE LA FUNDACIÓN PERSÁN PARA OTRAS EMPRESAS

- » La gente con talento, y especialmente la juventud de hoy, no solo valora empresas que tengan activos tangibles, sino que además busca que estén alineadas con sus valores y que se impliquen en la sociedad. Son este tipo de valores intangibles los que les ayudarán a atraer y retener talento.
- » Es muy enriquecedor trabajar con jóvenes. Hay que tener en cuenta que los jóvenes de hoy son nuestros clientes del futuro y es importante conocer sus necesidades e intereses. Trabajar con ellos nos permite adelantar nuestra empresa a los tiempos.
- » Generar espíritu emprendedor no es solo crear nuevas empresas, sino también es una actitud que se puede aplicar en la gestión empresarial y en la organización del personal.





Empresa: Pérez-Llorca
Proyecto: Socios por un día, en colaboración con la Fundación Junior Achievement

Entrevista con Constanza Vergara, directora Corporativa y Socia, y Beatriz Montes, abogada sénior de Corporate.

«El programa Socios por un día en un bufete permite a los jóvenes descubrir qué hace un abogado en su día a día.»



Pérez-Llorca

RESUMEN

Pérez-Llorca, despacho de abogados de referencia en España, dedicado al asesoramiento jurídico de empresas, participa desde el año 2010 en el programa Socios por un día, que ofrece la Fundación Junior Achievement. El programa consiste en acoger a alumnos de cuarto de ESO, Bachillerato y FP en empresas durante cuatro días para que tengan la oportunidad de compartir la jornada laboral con profesionales en entornos reales de trabajo. En el caso de Pérez-Llorca, los alumnos acompañan a profesionales del Derecho y conocen de cerca en qué consiste y cómo se desarrolla la abogacía en un bufete.

ORIGEN

Pérez-Llorca es un despacho de abogados entre cuyos valores está el de colaborar en proyectos de RSC que aporten valor a la sociedad. El Despacho dispone de un Comité Pro Bono donde se definen las líneas de actuación y los ámbitos sociales en los que el bufete colabora. Además de los casos pro bono de asesoramiento jurídico gratuito, Pérez-Llorca desarrolla su acción de RSC en sectores como la infancia y la educación.

Es por ello que cuando, en el año 2010, la Fundación Junior Achievement se puso en contacto con el despacho y les propuso participar en el proyecto Socios por un día, la firma valoró los grandes beneficios del programa y decidió ponerlo en marcha. Con la participación de Pérez-Llorca, el programa Socios por un día permite enseñar qué es y qué se hace en un despacho de abogados.

OBJETIVOS

El objetivo principal de Socios por un día en Pérez-Llorca es enseñar a alumnos qué es y cómo se desarrolla el día a día en un despacho de abogados con el fin de contribuir a la orientación profesional de los jóvenes. Esta valiosa información y experiencia les ayudará a tomar decisiones sobre su futuro.



«Yo empatizo mucho con los alumnos, ya que cuando tenía 15 años, me hubiera gustado poder conocer desde dentro algunas empresas y ver cómo es el mundo real antes de decidirme por estudiar una carrera u otra.»

Además, el programa permite a Pérez-Llorca ofrecer a sus abogados, sobre todo a los junior, la oportunidad de contribuir y aportar un valor a la sociedad.

Los abogados piden participar cada vez más en este tipo de programas, por lo que el bufete considera importante llevar a cabo este tipo de iniciativas.

ACTIVIDADES

El programa consiste en recibir a estudiantes de cuarto de ESO, Bachillerato y FP entre uno y cuatro días en la firma. Durante dicha estancia, los jóvenes acompañan a los abogados en sus distintas tareas durante toda la jornada laboral.

Durante la estancia los jóvenes rotan entre abogados de diferentes especialidades y de esta manera el alumno obtiene una visión global de las diferentes disciplinas que conforman el derecho de empresa. Esto sirve

BENEFICIOS PARA PÉREZ-LLORCA

01

Socios por un día motiva a los empleados de la empresa, especialmente a los abogados jóvenes, ya que les permite ayudar a jóvenes a encontrar su camino profesional.

02

El proyecto forma parte de su filosofía de RSC y pone en valor al bufete ante sus clientes y empleados.

03

A través de Socios por un día, el bufete rompe con mitos asociados a profesiones de la abogacía.

también para contrastar algunos mitos como que todo el derecho es procesal e implica ir a juicio o llevar toga.

Además de la estancia en el mismo despacho, los jóvenes acompañan a los abogados en algunas de sus gestiones, siempre con permiso tanto de su colegio como de sus padres o tutores. Participar en actividades prácticas les permite tener una experiencia lo más realista posible.

Pérez-Llorca introduce a los jóvenes en el mundo jurídico sin posicionarse, y además de mostrar su bufete, explica a los alumnos la gran diversidad de especialidades y tipos de bufete que existen, con el objetivo de que aquellos interesados encuentren la especialidad y bufete que les encaje mejor. Se trata, por tanto, de una actividad informativa y no de *mentoring*.

DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN

La búsqueda de centros

Los primeros años, Pérez-Llorca se encargaba directamente de la búsqueda y contacto con centros. El principal criterio era intentar llegar a alumnos de colegios con menos oportunidades de conocer un bufete de abogados. Más tarde, la Fundación Junior Achievement empezó a encargarse directamente de contactar con los centros educativos y seleccionar a los alumnos participantes. Una vez finalizado este proceso, Pérez-Llorca recibe el número total de alumnos seleccionados y la información necesaria para organizar internamente el

programa. El Despacho valora el apoyo de la fundación, ya que trabaja con numerosos colegios, y su apoyo facilita la organización de la actividad: Prepara a los alumnos, se coordina con los docentes y forma a los voluntarios para lograr los objetivos del programa.

Los voluntarios y su implicación

A la hora de seleccionar a los abogados voluntarios del programa, Pérez-Llorca presenta el programa Socios por un día a sus empleados y les explica su fin social.

El bufete valora que puedan participar en el programa los que más recientemente han terminado sus estudios y, de esa forma, pueden tener un trato más cercano con los alumnos y orientarles mejor desde su propia experiencia personal. De hecho, muchos jóvenes abogados suelen preguntar en las entrevistas de selección de personal si el bufete desarrolla acciones pro bono y se ofrecen como voluntarios al oír sobre el programa de Junior Achievement.

La coordinación en la empresa

Pérez-Llorca dispone de un Comité Pro Bono para coordinar las acciones con fin social. Socios por un día se enmarca dentro de estas acciones y, para coordinar el programa, se nombra un Coordinador del Proyecto, que suele ser un abogado sénior del bufete. Esta persona organiza a los abogados voluntarios y coordina las acciones con Junior Achievement.

Primero, se consulta la disponibilidad de los compañeros para recibir a los alumnos y, una



«El objetivo no es que el día de mañana esos alumnos estudien derecho. Al final, el objetivo es que se vayan con más información de la que tenían, tanto si es para bien como si es para descartar este ámbito profesional. Con eso nos damos por satisfechos.»

vez determinado el equipo de voluntarios disponibles, se organizan las visitas con la fundación.

Pérez-Llorca recibe cada vez a un número más amplio de estudiantes. Para poder atenderlos correctamente, se requiere la participación de entre 26 y 48 abogados de la firma. Con el fin de facilitar la organización de los voluntarios, el coordinador establece un plan, donde se especifica el día, la hora y el abogado responsable de cada visita. Es necesario tener un horario bien diseñado, así como disponer de un plan alternativo por si surgen imprevistos o reuniones confidenciales, en las que el alumno no pueda asistir.

RESULTADOS

Al inicio, el bufete aprobó el proyecto y lo puso en marcha con un programa de un solo día con 2-3 alumnos elegidos con un criterio de igualdad de oportunidades. La Fundación Junior Achievement elige una media de 12 alumnos cada año que acompañan a entre 26 y 48 abogados del bufete en su trabajo.

El bufete considera que el tándem formado por Pérez-Llorca y la Fundación Junior Achievement es muy positivo y genera resultados win-win, tanto para los jóvenes como para el propio bufete.

En relación con los jóvenes, el despacho recibe opiniones muy positivas de los mismos alumnos y sus padres, así como desde la Fundación Junior Achievement.

En lo que respecta a los abogados voluntarios, nos complace confirmar que año tras año están interesados en volver a participar

porque les motiva contribuir a la sociedad, aunque a veces eso sea a costa de estar más tiempo en el despacho.

Además, en el Estudio de Impacto 2016-2017 de la Fundación Junior Achievement, los resultados muestran que, en términos generales, el programa Socios por un día contribuye a aumentar la perseverancia ante tareas poco motivadoras, fomenta comportamientos de interés colectivo y disminuye las ausencias injustificadas a clase.

FACTORES DE ÉXITO

Es indudable que el principal factor de éxito de Socios por un día se basa en el gran apoyo que ofrece la Fundación Junior Achievement. Pérez-Llorca valora mucho su transparencia y acierto a la hora de seleccionar y poner en contacto a los centros educativos y alumnos con ellos. La fundación es el agente mejor posicionado para acercarse a los alumnos y saber qué empresas pueden cubrir sus necesidades. Esto supone un importante ahorro de tiempo para el bufete, que de esta forma puede centrarse en organizar internamente el programa y llevarlo a cabo con éxito.

Otro factor relevante es la figura interna del coordinador, indispensable debido al tamaño de la empresa y el número de alumnos que recibe Pérez-Llorca. El coordinador sirve de apoyo y consulta tanto para los alumnos como para los abogados participantes ya que cuenta con una visión global del proyecto y del día a día de los abogados.

Otro aspecto a destacar es el gran compromiso de los voluntarios del bufete



«La respuesta de los alumnos es muy gratificante. En ocasiones, incluso recibimos correos de sus padres confirmando que los jóvenes han estado encantados y les ha gustado mucho la experiencia. Es muy reconfortante saber que les estás ayudando a orientar su futuro profesional.»

que ponen todo su esfuerzo y motivación para conseguir que la experiencia, además de pedagógica, resulte divertida e inolvidable para los alumnos. En este sentido, es importante saber elegir bien a los abogados voluntarios, que se encargan de acoger al alumno y hacerle sentir cómodo en el despacho.

UNA MIRADA AL FUTURO

A futuro, Pérez-Llorca quiere continuar ampliando el número de alumnos y centros educativos que acoge en su despacho, teniendo en cuenta un equilibrio razonable que permita seguir dedicando a cada alumno la atención que se merece. Aumentar el número de participantes exige un alto nivel de coordinación interna y supondría un reto para la empresa.

REFLEXIONES DE PÉREZ-LLORCA PARA OTRAS EMPRESAS

- » Hoy en día muchos despachos de abogados realizan actividades pro bono o con fines sociales. Es importante que estas estén alineadas con la estrategia de ese despacho o empresa. No solo es un deber a la sociedad, sino que a su vez atrae al talento joven, muy comprometido con causas sociales.
- » A las empresas que todavía no participan en la orientación profesional de los alumnos, les diría que el programa Socios por un día es una forma muy fácil de empezar, porque se trata de enseñar el día a día de lo que uno hace. Además, recomendaría hacer este tipo de proyectos a través de fundaciones, como la Fundación Junior Achievement, que facilitan y profesionalizan la tarea.
- » Para nosotros, como abogados, es enriquecedor poder devolver a la sociedad, desde una posición privilegiada, todo eso que tenemos. Además, es una oportunidad que muchos de nosotros no tuvimos, y dársela a estos alumnos tiene mucho valor.



Empresa: Transports
Metropolitans
de Barcelona (TMB)

Proyecto: TMB se mueve
por la educación

Entrevista con Antonia Cruz, Responsable de Patrimonio Histórico y del proyecto TMB Educa.

**«TMB motiva
a alumnos a
no abandonar
los estudios,
mostrando
las diversas
profesiones a las
que pueden llegar.»**



Transports Metropolitans
de Barcelona

RESUMEN

Transports Metropolitans de Barcelona (TMB), empresa que gestiona el transporte público en la ciudad de Barcelona, ofrece a través de su fundación un proyecto educativo denominado TMB Educa, con un gran abanico de actividades para toda la población. Entre las actividades, impulsa el taller TMB se mueve por la educación, dirigido a alumnos de tercero y cuarto de ESO de Barcelona y que tiene como objetivo contribuir a mejorar el éxito escolar, la igualdad de oportunidades educativas y la orientación profesional.

ORIGEN

Antes de desarrollar el programa TMB Educa, la empresa empezó organizando visitas a sus instalaciones para todo tipo de públicos, con el fin de dar a conocer su funcionamiento. En el año 2007, TMB decidió llevar el programa un paso más allá y orientarlo hacia el mundo educativo.

Para ello, la empresa empezó por recabar los objetivos curriculares de todas las etapas educativas para crear, desde cero, un programa adaptado y orientado a complementar los contenidos de los centros educativos con experiencias prácticas en la empresa. El programa se desarrolló con la ayuda de una empresa externa y la colaboración del Consorci d'Educació de Barcelona. El conjunto de estas actividades acabó formando el proyecto TMB Educa.

Dentro de dicho proyecto, el taller TMB se mueve por la educación surgió como una actividad específica dirigida a alumnos de tercero y cuarto de ESO que están en riesgo de abandonar sus estudios. TMB decidió

apostar por este perfil de alumnos para combatir el alto abandono escolar temprano.

OBJETIVOS

El objetivo de este programa es reducir el absentismo y el abandono escolar. El programa anima a los alumnos a seguir esforzándose y continuar con sus estudios mostrándoles un amplio abanico de profesiones con salidas a las que poder dedicarse en el futuro.

Con estas actividades se realiza una labor orientadora, a través de la cual los alumnos ganan confianza, motivación y ven que terminar la ESO y continuar los estudios les proporciona oportunidades laborales de calidad.

Un segundo objetivo del taller es animar a los empleados de TMB a que se conviertan en agentes de motivación y ayuden a jóvenes a cambiar la percepción que tienen sobre el mercado laboral. Algunos de los empleados partieron de una situación parecida a la de estos alumnos y conocen las dificultades y el esfuerzo necesario para encontrar un camino laboral satisfactorio.

ACTIVIDADES

El taller TMB se mueve por la educación consiste en visitas in situ a las instalaciones de TMB, tanto del metro como del bus, acompañados por trabajadores voluntarios. El programa consta de 10 sesiones prácticas repartidas a lo largo de tres meses, en las que los alumnos visitan diferentes ubicaciones de la empresa donde aprenden sobre las diversas profesiones que existen en TMB. Los talleres se realizan antes de Navidad, Semana Santa y las vacaciones de verano, y en cada trimestre participan tres centros educativos, con grupos de entre 10 y 12 alumnos.

Las 10 sesiones se desarrollan con las siguientes temáticas:

1. **Conocemos TMB**, en la que los alumnos aprenden sobre el proyecto TMB se

BENEFICIOS PARA TRANSPORTS METROPOLITANS DE BARCELONA (TMB)

01

TMB contribuye a la sociedad y crea una imagen de empresa comprometida con su entorno y con la educación.

02

TMB recibe inputs de la sociedad a través de los jóvenes que asisten a los talleres y que aportan información a los monitores. Algunos de esos inputs se convierten en mejoras que la empresa implementa.

03

Los empleados voluntarios se sienten motivados al salir de su rutina y poder ayudar a jóvenes a encontrar su camino profesional, compartiendo su experiencia laboral.

04

El proyecto ayuda a TMB a generar un sentido de pertenencia y responsabilidad respecto al transporte público de la ciudad, desarrollando entre los alumnos un mayor sentido cívico y de respeto hacia él.

mueve por la educación, así como el funcionamiento de la empresa y su labor para facilitar la movilidad en Barcelona.

2. **Preparamos nuestros desplazamientos**, para que conozcan la red de transporte público del área metropolitana de Barcelona y descubran cómo se planifica un recorrido con varios elementos de transporte público utilizando herramientas informáticas.
3. **El centro de control de autobús**, para tomar conciencia del personal y la tecnología necesaria para registrar incidencias y lograr un correcto funcionamiento de la red de autobuses.
4. **Observamos qué pasa**, con el fin de que aprendan a observar y coger datos cuantitativos y cualitativos para supervisar el flujo de personas y sucesos que transitan en la red TMB. Durante esta sesión, los alumnos adquieren conciencia sobre el transporte público como espacio de convivencia y observan la gran diversidad de usuarios, con necesidades y limitaciones diferentes, que utilizan el servicio de movilidad público.
5. **Ganamos conocimiento con la información**, donde analizan y extraen estadísticas de hechos observados en las instalaciones de TMB. Durante dicha actividad, los jóvenes aprenden sobre la importancia de cumplir las normas básicas de convivencia, así como de conservar el material móvil y las instalaciones.
6. **El centro de control de metro**, para que tomen conciencia del personal y la tecnología necesaria para lograr un correcto funcionamiento de la red de metro. Durante dicha sesión los alumnos conocen a nivel general cómo funciona el centro de control y su importancia para asegurar la seguridad y la regulación de los intervalos de paso.
7. **Qué se hace en una cochera de metro**, con el fin de que se familiaricen con las labores que se realizan en una cochera.
8. **Hoy conducimos un metro**, para que conozcan la coordinación y labor que realizan los conductores de metro y puedan intercambiar impresiones con estos trabajadores.
9. **Diseñamos una acción de comunicación**, en la que aprenden sobre la comunicación que realizan los medios de transporte, desarrollando acciones adecuadas para los diferentes objetivos comunicativos de la empresa.
10. **Un metro de todos**, con el objetivo de que conozcan el elevado número de actos incívicos que suceden en la red de metro y se familiaricen con el trabajo de los agentes de intervención.
11. **Sesión final**: Diseñamos una acción de comunicación. En la última jornada del taller elaboran una actividad de comunicación acerca de lo que han vivido durante las 10 sesiones anteriores. Puede



«Aquí lo que intentamos es que los jóvenes vean que cualquier persona que trabaja dentro de TMB es como su padre, como su hermano, como cualquiera; que vean que no hay nada especial, no somos diferentes. Tú tienes tus cualidades, yo las mías, pero somos igualmente valiosos. Las diferencias que ellos ven inicialmente se rompen en el momento en que hablan con los empleados, desayunan juntos y estos les explican cómo han llegado hasta donde han llegado.»

ser un trabajo en grupo o individual, grabar escenas en vídeo o realizar una presentación.

Para fomentar el intercambio de experiencias entre alumnos y empleados de TMB, los jóvenes están en constante contacto con los operadores de la empresa. A primera hora de la mañana, los estudiantes se reúnen en las zonas comunes de los empleados. Luego, las actividades son desarrolladas por los mismos trabajadores de TMB, que voluntariamente hacen la función de monitores y muestran su ubicación de trabajo y oficio a los alumnos. Con la colaboración de los empleados de TMB, los alumnos tienen la oportunidad de conocer una gran variedad de profesiones que existen en la empresa: desde un operario de una vía de tren hasta un ingeniero o un arquitecto. A través de TMB se mueve por la educación, los estudiantes ven una gran variedad de puestos de trabajo a los que pueden optar si siguen formándose. Una vez finalizado el taller, se hace entrega de un diploma a cada participante.



«Cuando entran aquí, en estos talleres, y ven al jefe del taller que había entrado como mecánico, se dicen: “este hombre ha entrado aquí, ha evolucionado aquí y finalmente ha llegado hasta donde está ahora, y esto yo lo puedo hacer”. Ahí está la motivación para ellos y para nosotros.»

DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN

La búsqueda de los centros

El contacto con los centros educativos se establece a través de dos vías. Por un lado, el Consell d'Innovació Pedagògica (Consejo de Innovación Pedagógica) del Ayuntamiento de Barcelona dispone de un Programa de Actividades Escolares (PAE), a través del cual las empresas pueden ofrecer actividades para complementar los contenidos curriculares reglados. TMB, igual que otras 140 empresas, utiliza esta plataforma de libre acceso para promocionar el proyecto TMB Educa. Los centros interesados hacen la reserva de la actividad y, a partir de ahí, empieza la tramitación con la empresa. Los centros se encargan de seleccionar al alumnado participante y gestionar la colaboración con la empresa.

Por otro lado, TMB también contacta a centros educativos a través del Consorci d'Educació. En este caso, el Consorci selecciona a los centros educativos, así como al alumnado que participa en la actividad. Además, dicha institución financia el seguro de los alumnos y en función del caso, facilita el transporte hasta las instalaciones de TMB.

La selección, formación y participación de empleados voluntarios

El sistema de selección de los empleados voluntarios se gestiona en cada centro operativo de TMB. Es el director de cada centro el que acepta colaborar con TMB Educa y pregunta entre sus empleados quiénes quieren participar en el proyecto como monitores. **Actualmente, TMB Educa dispone de un total de 45 monitores voluntarios, incluyendo de dos a tres monitores por ubicación, para llevar a cabo sus actividades.**

Para preparar a los empleados voluntarios, estos reciben una formación diseñada

a medida que tiene como fin aprender herramientas pedagógicas para transmitir su conocimiento y saber gestionar a grupos de jóvenes. La temática de la formación varía en función de la solicitud del voluntario. La formación se realiza una vez al año durante una jornada, con la colaboración de la Fundación Pere Tarrés. Además, para cada una de las sesiones existe un manual que describe los objetivos y desarrollo de la actividad.

Con el fin de facilitar la participación de los empleados, la empresa libera de trabajo a los voluntarios durante las horas de formación y participación en las actividades. Un sustituto realiza el trabajo del empleado voluntario mientras este realiza la actividad educativa. Cuando esta acaba, el empleado vuelve otra vez a su ubicación de trabajo. Para llevar a cabo la actividad, es necesaria la colaboración del director de centro, que en muchos casos está dispuesto a involucrarse e intervenir en la visita explicando su experiencia y su evolución en la empresa.



«Nuestros voluntarios les ayudan y les dicen: “No abandonéis, seguid. Yo mismo pensaba que no tenía nada que ofrecer y entré, y ahora tengo un trabajo que me gusta y una estabilidad económica”.»

RESULTADOS

Desde el año 2007, alrededor de **9.000 participantes** de TMB Educa han participado en estas actividades. TMB se mueve por la educación recibe anualmente **entre 40 y 100 alumnos**. Con el fin de evaluar el impacto de la actividad, al finalizar el taller cada profesor de grupo recibe un cuaderno de evaluación, donde el tutor informa sobre la evolución y aceptación de los valores y conceptos que

se han transmitido al alumnado durante el taller de TMB, así como sobre la decisión que cada uno de ellos ha tomado respecto a la continuidad de los estudios.

Como muestra de calidad, TMB Educa tiene el Sello de Calidad Educativa que otorga la Universidad de Barcelona, conforme el proyecto y sus actividades cumplen los objetivos del PEC (Programa de Educación Ciudadana). El objetivo es analizar las buenas prácticas educativas que existen en la ciudad, proponer elementos de mejora y contribuir a optimizar la oferta educativa de Barcelona. Para los centros educativos, el sello es una garantía de que la actividad de TMB es de calidad.

TMB se mueve por la educación no solo motiva a los jóvenes participantes, sino también a los propios empleados de TMB. Ayudar a los estudiantes aumenta la motivación y satisfacción de los empleados, ya que muchos de ellos vivieron circunstancias personales similares y tuvieron que superar dificultades para llegar donde están. Poder ayudar a jóvenes a encontrar su camino a través de su ejemplo es gratificante para los empleados.



«Los monitores que se dedican a la formación sienten que participan en una cosa extraordinaria. Moralmente se ven más realizados, están mucho más contentos en su puesto de trabajo y el trabajo sale mucho mejor.»

FACTORES DE ÉXITO

El primer factor de éxito es la participación, el compromiso y la motivación del equipo de monitores voluntarios. La cercanía de los empleados de TMB es fundamental para que

los jóvenes se sientan reflejados en ellos y comprendan que ellos pueden optar a puestos de trabajo similares si siguen formándose y se esfuerzan. El formato de las actividades del taller permite romper la distancia entre joven y empleado, y empatizar con los alumnos.

Además, la colaboración con organismos locales es fundamental para asegurar la calidad y crecimiento del programa. El Consorci d'Educació de Barcelona apoya en la elaboración de los contenidos de las actividades, la Fundación Pere Tarrés aporta la formación pedagógica de los voluntarios, la Universidad de Barcelona proporciona el Sello de Calidad y el Ayuntamiento de Barcelona ofrece la participación en el Programa de Actividades Escolares con el fin de facilitar el acceso a centros educativos.

TMB también valora mucho los inputs que recibe de los jóvenes que asisten al taller, cuya información es muy útil para introducir mejoras en el programa.

UNA MIRADA AL FUTURO

TMB es una empresa grande con un elevado número de empleados y oficios, lo cual le permite mostrar una gran variedad de profesiones. Esto permite que, cada año, TMB pueda añadir nuevas actividades educativas y aumentar el número de centros y alumnos participantes.

A futuro, a TMB le gustaría hacer un mayor seguimiento del taller y conocer con más detalle el impacto real que tiene la actividad en asegurar que los jóvenes continúen sus estudios.

REFLEXIONES DE TRANSPORTS METROPOLITANS DE BARCELONA (TMB) PARA OTRAS EMPRESAS

- » Participar en el sistema educativo te permite desarrollar una acción social y que la sociedad entienda tu aportación y función dentro ella, más allá del producto o servicio concreto que comercializas. El acercamiento a los jóvenes ayuda a convertirte en una «empresa amiga».
- » Muchos ayuntamientos ofrecen recursos y programas para empresas interesadas en desarrollar programas formativos con centros educativos. Por ejemplo, el Ayuntamiento de Barcelona dispone del Programa de Educación Ciudadana, PEC Barcelona, y el Consell d'Innovació Pedagògica ofrece el Programa de Actividades Escolares, PAE.

Empresa: Zurich
Proyecto: Programas de capacitación de jóvenes, en colaboración con la Fundación Junior Achievement

Entrevista con Cristina Gomis Rüth, Directora de Responsabilidad Social Corporativa.
«Nuestros colaboradores ayudan a preparar a los jóvenes para su futuro profesional.»



ZURICH[®]
FOUNDATION

RESUMEN

La compañía aseguradora Zurich desarrolla, desde 2012, programas de voluntariado corporativo relacionados con la orientación de estudiantes de Secundaria, Bachillerato y Formación Profesional en colaboración con la Fundación Junior Achievement. Existen cinco programas diferentes en los que los empleados pueden participar: Habilidades para el éxito, Orienta-T, Miniempresas, Liderazgo Inclusivo y Socias por un día. Estos programas tienen como objetivo, ayudar a los alumnos a desarrollar competencias transversales, fomentar el emprendimiento, potenciar los sectores STEM y el liderazgo femenino.



«El motivo del proyecto es fomentar la empleabilidad entre los jóvenes. Al mismo tiempo, el voluntariado corporativo refuerza el compromiso de los colaboradores.»

ORIGEN

En el periodo de crisis económica, cuando las cifras de desempleo juvenil comenzaron a ser extremadamente elevadas, Zurich decidió focalizar sus acciones de RSC hacia el favorecimiento del empleo juvenil a través de programas desarrollados por Junior Achievement. De entre todos los programas de orientación que ofrece Junior Achievement, Zurich eligió los que mejor encajaban con la empresa en ese momento: Habilidades para el éxito y Miniempresas.

En 2012, se impulsó el primer programa, Habilidades para el éxito, dedicado al desarrollo de habilidades transversales a través de sesiones de formación en centros educativos.

Posteriormente, se introdujo el programa Miniempresas, en el que se fomenta la actitud emprendedora mediante la realización de miniempresas en una competición entre equipos de alumnos.

Fue parecido con el programa Orienta-T, en el que la implicación de Zurich junto con la de otras empresas del patronato de la fundación resultó en el programa Orienta-T que fomenta las vocaciones STEM y el papel del liderazgo de la mujer a través de ponencias y talleres.

Durante el año 2019 la empresa centró sus actividades de Diversidad e Inclusión en la potenciación de la igualdad de género. Con el objetivo de alinear la actividad de RSC en este sentido, se desarrollaron los programas de Liderazgo Inclusivo y Socias por un día con la Fundación Junior Achievement.

OBJETIVOS

El objetivo común de los programas desarrollados por Zurich y Junior Achievement, es contribuir a preparar a los jóvenes para su futuro profesional. Además, cada programa cuenta con sus propios objetivos específicos.

Habilidades para el éxito busca dotar a los jóvenes de las habilidades y competencias trasversales que reclama el mercado laboral. Persigue favorecer el autoconocimiento y la toma de decisiones, es decir, que los alumnos analicen sus propias competencias, establezcan nuevas metas, aprendan a elaborar un CV a afrontar una entrevista de trabajo. Con ello, se busca facilitar la integración en el mundo laboral y en la educación superior.

Miniempresas persigue desarrollar actitudes, aptitudes y conocimientos emprendedores,

BENEFICIOS PARA ZURICH

01

A través del voluntariado, los colaboradores se comprometen más con la empresa, se fidelizan e incrementa su bienestar.

02

Los programas permiten a los voluntarios poner en práctica sus habilidades y desarrollar otras nuevas a la vez que transmiten competencias a los más jóvenes.

03

Para la empresa, vincularse con el mundo educativo es una oportunidad para conocer a sus futuros clientes: los jóvenes.

enseñando a los alumnos a convertir las ideas en acciones, y desarrollando las competencias requeridas por el actual mercado laboral. Todo ello, con una experiencia auténtica desarrollada por los alumnos en la que cuentan con dinero, producto y clientes reales.

Orienta-T fomenta la reflexión de los jóvenes sobre su futuro profesional, el autoconocimiento y la toma de decisiones, incidiendo especialmente en la importancia de los sectores STEM y en el fomento del liderazgo femenino.

Finalmente, los dos programas más recientes, Liderazgo Inclusivo y Socias por un día, pretenden impulsar el liderazgo femenino y empoderar a las jóvenes para que se planteen retos ambiciosos. El programa de Liderazgo Inclusivo añade el objetivo específico de normalizar los distintos estilos de liderazgo y fomentar el hecho de que la diversidad enriquece.

ACTIVIDADES

Habilidades para el éxito consiste en ofrecer sesiones de orientación a alumnos de 15 a 17 años en centros educativos en localidades en las que tiene presencia Zurich. Las sesiones son impartidas por voluntarios de la empresa que se desplazan por parejas a los centros. A través de las formaciones, los alumnos analizan sus competencias, establecen nuevas metas, elaboran su CV y aprenden a afrontar entrevistas de trabajo. El programa implica un gran compromiso para los voluntarios y es muy enriquecedor para ellos.

Miniempresas está dirigido a jóvenes de 15 a 19 años, y consiste en simular la puesta en marcha de una empresa. Los profesores del centro imparten las sesiones en las que los alumnos toman decisiones sobre la misión, organización y gestión de la empresa. Junior Achievement organiza una competición a nivel nacional para la presentación de los proyectos de emprendimiento. Los voluntarios de Zurich forman parte del comité evaluador, valorando los planes de empresa

presentados por los equipos y haciendo una preselección.

La primera fase consiste en seleccionar los proyectos finalistas de cada centro educativo. Para pasar a la siguiente fase, cada equipo tiene que hacer una presentación de la empresa y producto a través de un pitch de 4 minutos ante sus compañeros, profesores, familiares y un jurado que les hace preguntas y evalúa su proyecto. Los voluntarios de Zurich forman parte de este jurado también. De todos estos proyectos, se seleccionan entre 2 y 5 ganadores en función de la comunidad autónoma, que pasan a la fase final de la competición a nivel nacional. Zurich es el patrocinador principal de la Competición Catalana de Miniempresas.

El programa Orienta-T está dirigido a estudiantes de 14 a 16 años, y brinda a los alumnos un espacio de orientación profesional, donde abordan los sectores STEM y el liderazgo femenino. El programa ofrece a los centros educativos un abanico de ponencias o talleres sobre diferentes temáticas impartidas por voluntarios de Zurich. Es el profesor el que elige las sesiones que mejor encajan con las necesidades de cada grupo de alumnos.

Socias por un día está dirigido a alumnas de 15 a 18 años que acompañan a mujeres directivas de Zurich durante una jornada laboral y ven en qué consiste su día a día. Este programa tiene el doble objetivo de orientar a las alumnas sobre su futura carrera profesional, y animarlas a ser ambiciosas para llegar tan alto como se propongan.

Por último, el programa Liderazgo Inclusivo está dirigido a estudiantes de 15 a 19 años y pretende desarrollar en los jóvenes habilidades de liderazgo y, a la vez, concienciarlos sobre la diversidad de personas que pueden formar parte de su equipo de trabajo, y cómo pueden llegar a ser líderes inclusivos. Este programa está impartido por voluntarios de Zurich con experiencia en liderazgo.

Zurich recibe apoyo económico de la Zurich Foundation para el desarrollo de los programas de empoderamiento juvenil.

DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN

El departamento de RSC de Zurich se encarga de coordinar los programas. Desde la central se comunica y difunden los programas y se anima a los voluntarios a participar.

Colaboración con Junior Achievement

Junior Achievement es la responsable pedagógica de los programas de orientación en los que participa Zurich. La Fundación realiza la búsqueda de centros y actúa como nexo entre ellos y la empresa y sus voluntarios. Además, forma a los voluntarios, facilita la didáctica y proporciona los materiales necesarios. También se hace cargo de la parte administrativa y apoya a la empresa en la comunicación interna.

Cualquier colaborador de Zurich puede llevar a cabo el voluntariado en cualquiera de los tres programas (Habilidades para el éxito, Miniempresas y Orienta-T). Son los propios empleados quienes deciden, sin filtro alguno por posición, género o edad, en qué programa participar. Una vez decidido, informan de su disponibilidad horaria para dedicar al proyecto. A partir de ahí se asignan los programas y los voluntarios pasan a tener acceso directo con la Fundación Junior Achievement durante la duración del mismo.

Los programas de Liderazgo Inclusivo y Socias por un día están pensados para que puedan participar colaboradores con experiencia previa en liderar, tanto en su puesto en Zurich, como en otros ámbitos personales. En el caso de Socias por un día, se realiza una convocatoria conjunta para que la actividad se realice un día concreto, en que cada alumna acompaña a una líder de Zurich, para experimentar en primera persona lo que es el mundo corporativo.

Preparación de las sesiones en centros

Junior Achievement asigna los voluntarios a los centros y facilita todo el material necesario para implementar el proyecto. Por ejemplo, proporciona sesiones de vídeo que los voluntarios pueden usar y adaptar en función de sus experiencias y formaciones específicas en la empresa.

Por otra parte, en el programa Miniempresas, la experiencia de Zurich en la gestión del riesgo impulsó el desarrollo de un módulo de gestión del riesgo para completar este programa de la fundación. La empresa ha aportado los contenidos, dejando a la Fundación Junior Achievement la parte pedagógica y de diseño. Los voluntarios de Zurich imparten este módulo a los alumnos dentro del programa de Miniempresas.

Los voluntarios preparan sus sesiones y acuden a los centros por parejas. Es frecuente que los voluntarios introduzcan ejemplos basados en su experiencia personal y hablen del entorno de Zurich. Esto es importante ya que, de algún modo, acerca la empresa a los centros educativos.



«La colaboración con la Fundación Junior Achievement permite utilizar programas a la medida de cada empresa, así como elegir y variar de programas en función de decisiones corporativas. Eso lo hace muy atractivo para las empresas.»

Club de voluntarios

En Zurich existe un Club de Voluntariado cuyo presidente es el CEO de la empresa. Este club cuenta con coordinadores de centro en cada una de las oficinas de la compañía,

que ayudan a difundir los programas entre los equipos locales. Por ejemplo, si hay cinco voluntarios en Valencia, el departamento de RSC lo comunica a Junior Achievement y ellos buscan un colegio en Valencia para desarrollar el programa. Junior Achievement busca los colegios necesarios en cada localidad para que los colaboradores hagan el voluntariado escogido.



«A nosotros, precisamente lo que nos gusta del voluntariado corporativo es que todos son iguales. No hacemos diferencias, salvo algún programa muy específico que está más dirigido a mujeres *manager* para impulsar el liderazgo femenino, cualquiera puede participar: todos tenemos el talento necesario para ello.»

RESULTADOS E IMPACTO

Los resultados de este estudio muestran el impacto de los programas. El programa Habilidades para el éxito contribuye a mejorar el rendimiento académico, desarrolla la perseverancia, facilita la labor orientadora y disminuye ausencias injustificadas a clase. También ayuda a trasladar a los alumnos que el esfuerzo permite alcanzar buenos resultados.

El programa Miniempresas aumenta el espíritu cívico y emprendedor, la perseverancia, mejora las expectativas de cursar estudios superiores y disminuye ausencias a clase no justificadas.

El programa Orienta-T, por su parte, incrementa el número de alumnos que quieren estudiar carreras STEM, la cultura

del esfuerzo, el espíritu emprendedor, mejora las expectativas educativas, la orientación laboral y, como los demás, disminuye la ausencia injustificada al aula.

Durante los últimos cursos escolares de colaboración entre Zurich y Junior Achievement (2014/15-2018/19) participaron 152 centros educativos, 9427 alumnos y 474 voluntarios. Los datos corresponden a la participación en los programas de Habilidades para el éxito, Miniempresas y Orienta-T. Los programas de Liderazgo Inclusivo y Socias por un día se iniciaron en el curso 2019/2020, por lo que aún no se dispone de datos de participación completos.

Además, la Universidad de Murcia realiza periódicamente un **Estudio de Impacto** de los programas de Junior Achievement a nivel global, a través de encuestas a alumnos y voluntarios. De este estudio se extraen los resultados presentados anteriormente.

FACTORES DE ÉXITO

Un factor de éxito fundamental es la colaboración con la Fundación Junior Achievement, que actúa como facilitador de los programas de principio a fin. Gracias a esto, no se requiere un número de horas de dedicación demasiado elevado por parte de la empresa y sus voluntarios.



«Ven lo que han hecho ellos, junto a tres mil personas más en España. Esto también les fideliza y les reafirma. Ya no sólo se trata de su experiencia personal, sino que hay un estudio que lo corrobora. Poder evidenciar ese impacto es un factor de éxito importante.»

También es clave contar con el apoyo firme de la dirección de la empresa al más alto nivel, así como de los mandos directos de los voluntarios. Es un reto poder contar con voluntarios en periodos en los que hay gran carga de trabajo y, en este sentido, es fundamental el apoyo de los responsables directos.

La comunicación con los voluntarios, antes y después del programa, es fundamental para compartir feedback y resultados. Esto permite conocer el impacto del programa y poner en valor su aportación.



«Después de dar una clase vuelven a la empresa contentos y satisfechos. Salen muy enriquecidos de los centros ya que ponen en práctica sus dotes de liderazgo, comunicación y empatía al guiar una clase, y sienten que están aportando a los alumnos. Esto es muy valioso.»

UNA MIRADA AL FUTURO

Como reto a futuro, Zurich quiere adaptar la oferta de voluntariado corporativo a las diferentes realidades y funciones de los colaboradores para, lograr que cualquier empleado, independientemente de su horario o localización geográfica, tenga la oportunidad de participar como voluntario.

Otro de los retos pendientes, es comunicar mejor los programas y aumentar la visibilidad, dentro y fuera de la empresa. A nivel interno, para que la labor de los voluntarios sea más visible y más valorada entre la plantilla. A nivel externo, podrían incluir los programas en la web, por ejemplo, para dar a conocer la apuesta de Zurich por la orientación.

Además, el año pasado se incluyeron los mediadores (partners externos) en los equipos de voluntarios y a Zurich le gustaría aumentar estas colaboraciones y lograr que haya más equipos conjuntos (colaboradores con intermediarios).

REFLEXIONES DE ZURICH PARA OTRAS EMPRESAS

- » Si te planteas embarcarte en un proyecto de orientación, alíate con una entidad experta en el tema. ¡Hay muchas fundaciones y ONGs dispuestas! Que una entidad como la Fundación Junior Achievement se haga responsable de todo el operativo de los programas facilita que cualquier tipo de empresa, pueda llevar a cabo algún programa.
- » Hay que empezar paso a paso. No mires al final del camino porque entonces te dirás que no tienes recursos, gente que lo organice o tiempo. Lo verás todo demasiado complicado, cuando en realidad no lo es.
- » Las generaciones jóvenes buscan cada vez más sentido y propósito en su trabajo, y valoran que las empresas promuevan programas de voluntariado corporativo. Participar en estos programas te permite, como empresa, ponerte en valor y captar el mejor talento.





**EMPRESAS QUE INSPIRAN.
APUESTAS ESTRATÉGICAS
EN ORIENTACIÓN PROFESIONAL**

© Fundación Bertelsmann, Barcelona, 2020

Autoría: Juan José Juárez
y Alexa Meyer - Hamme

Responsable Editorial: Marc de Semir

Coordinación Editorial: Elisabeth Gil
y Sara Sánchez

Imágenes: shutterstock.com

Diseño y maquetación: sacajugo.com

Editado por: Fundación Bertelsmann

Depósito Legal: B 15980-2020



**Fundación
Bertelsmann**

Por el empleo juvenil

Fundación Bertelsmann

Travessera de Gràcia 47-49

08021 Barcelona, España

Tel.: +34 932 687 373

www.fundacionbertelsmann.org

