

METAS QUE ABORDA LA INICIATIVA: 102. Para el 2030, potenciar y promover la inclusión social, económica y política d todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición.

Resumen Ejecutivo

El core de nuestro negocio tiene que ver con la venta de un servicio: el seguro. Sabemos cómo vender, cómo comunicar eficazmente, cómo captar nuevos clientes y cómo fidelizarlos.

Por otro lado, la esencia de nuestro programa de voluntariado corporativo reside en empoderar poblaciones vulnerables para que cuenten con las herramientas necesarias para poder transformar la realidad en la que viven y salir del círculo vicioso de la pobreza.

Poner lo que sabemos hacer al servicio de los demás. A partir de esta premisa, y en el marco del programa de Voluntariado Corporativo, especialistas de La Caja brindan talleres de venta y atención al cliente a poblaciones vulnerables del Barrio 31, Retiro en conjunto con el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. El objetivo del taller es brindarles tips y herramientas sobre cómo mejorar e impulsar sus ventas teniendo en cuenta al vendedor, el cliente y el proceso integral de venta. Se realiza una vez por mes, en el CeDEL del GCBA, ubicado en la Villa 31.



Objetivo:
REDUCIR LA DESIGUALDAD EN Y ENTRE
LOS PAÍSES.

#ODSConexos:

ODS 1 Fin de la pobreza **ODS 4** Educación de calidad **ODS 8** Trabajo decente y crecimiento económico

#PalabrasClave: "Voluntariado corporativo", "Empoderar", "Comunidades vulnerables", "Talleres de venta", "Capacitación".

Descripción

• Antecedentes

En La Caja conviven profesionales de múltiples disciplinas: abogados, actuarios, psicólogos, contadores, actuarios, etc. La diversidad del conocimiento y expertise de su gente nos permitió repensar el programa de voluntariado corporativo desde una mirada de empoderamiento: buscamos migrar de las acciones de filantropía a aquellas que tiendan a poner al beneficiario como protagonista, brindándoles las herramientas para promover su desarrollo social y económico.

Como empresas de seguros somos especialistas en la venta y atención al cliente. Así es como un grupo de colaboradores referentes del área de capacitación diseñaron un taller de ventas a medida para dictar en poblaciones vulnerables que encuentran en la venta y el comercio un medio de vida. El objetivo es brindarles herramientas y tips sobre el proceso de venta, características del cliente, el vendedor, las fases de la compra, negociación y en un segundo módulo aprender aspectos relacionados con el



marketing del negocio, diferenciación de marca e imagen personal.

Los recursos utilizados fueron capacitaciones, presentaciones y dinámicas que utiliza el área de capacitación para formar a los ejecutivos de ventas en la compañía. Las alianzas generadas que fueron necesarias para el desarrollo de este proyecto fue en primer lugar con el área de capacitación comercial de la compañía (interno) y por otro lado con el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (alianza público-privada), que nos cede las instalaciones y realiza la convocatoria y el seguimiento de los talleres como parte de la propuesta de cursos que ofrece en el CeDel, ubicado adentro del Barrio 31.

Para el 2018, la propuesta es ampliar la red de voluntarios que dictan este taller a partir de formación a otros colaboradores brindándoles la capacitación y las herramientas que necesita para replicar este taller en sus comunidades.

• Barreras encontradas para el desarrollo de las acciones

La convocatoria al taller es muy variable ya que la asistencia al mismo muchas veces depende de factores como el clima (cuando llueve en general no salen de las casas) o a veces las mujeres no pueden concurrir o se tiene que retirar antes porque no tienen donde dejar a sus hijos mientras tanto.

• Contribución de la iniciativa al ODS y su proyección en tiempo

La iniciativa busca reducir las desigualdades socio económicas y achicar la brecha de una población marginada por no contar con los conocimientos y recursos necesarios para desarrollar su propio negocio o emprendimiento. Es a través de la formación en habilidades profesionales y técnicas que se busca capacitar a este segmento y brindarles herramientas necesarias para profesionalizar su labor.

Proyección de resultados: a partir de talleres mensuales, convocado a un promedio de 15 participantes por encuentro se busca llegar a 135 personas anualmente, en los períodos comprendidos entre marzo y diciembre (9 meses).

Indicadores: Cantidad de talleres brindados anualmente. Cantidad de asistentes a cada taller. Número de personas que comenzaron a trabajar formalmente a partir de los talleres. Número de personas que comenzaron un nuevo emprendimiento a partir del dictado del taller. Número de mujeres que comenzaron un nuevo emprendimiento. Porcentaje de aumento de ventas de un determinado comercio a partir de la realización del taller. Nivel de satisfacción pos venta alcanzado en algunos comercios.

