

# INFORME DE SÍNTESIS

DE LA  
ACCIÓN DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN

## ESTUDIO MULTISECTORIAL DE DETECCIÓN DE NECESIDADES DE FORMACIÓN DE LOS TRABAJADORES DE LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS

ACTIVIDADES DE LOS CENTROS DE LLAMADAS Y ESTUDIOS DE MERCADO Y  
REALIZACIÓN DE ENCUESTAS DE OPINIÓN PÚBLICA EN LA COMUNIDAD  
AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA

Exp. Núm.: 7059-AC/09

**Entidad Solicitante:**

**Instituto de Formación y Estudios Sociales. Dirección Territorial de Andalucía.**

**Entidades Colaboradoras:**

**Federación de Servicios. Unión General de Trabajadores de Andalucía.**

**Fundación de Estudios y Servicios a la Sociedad.**

Ejecutada al amparo de la ORDEN de 23 de octubre de 2009, por la que se desarrolla el Decreto 335/2009, de 22 de septiembre, por el que se regula la ordenación de la Formación Profesional para el Empleo en Andalucía, y se establecen las bases reguladoras para la concesión de subvenciones y ayudas y otros procedimientos; y de la RESOLUCIÓN de 26 de octubre de 2009, de la Dirección General de Empleabilidad y Formación Profesional del Servicio Andaluz de Empleo, por la que se aprueba la convocatoria para la concesión de subvenciones destinadas a la realización de acciones de investigación e innovación, en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Financian:



Servicio Andaluz de Empleo  
CONSEJERÍA DE EMPLEO

Unión Europea



Fondo Social Europeo  
El Fondo Social Europeo invierte en tu futuro

Promueve:



Colaboran:







Acción de Investigación e Innovación:

“Estudio Multisectorial de Detección Necesidades de Formación de los Trabajadores de las Actividades Económicas ‘Actividades de los Centros de Llamadas’ y ‘Estudios de Mercado y Realización de Encuestas de Opinión Pública’ en la Comunidad Autónoma de Andalucía”.

Núm. Expediente: 7059-AC/09

Ejecutada al amparo de la Orden de 23 de octubre de 2009, por la que se desarrolla el Decreto 335/2009, de 22 de septiembre, por el que se regula la ordenación de la Formación Profesional para el Empleo en Andalucía, y se establecen las bases reguladoras para la concesión de subvenciones y ayudas y otros procedimientos; y de la RESOLUCIÓN de 26 de octubre de 2009, de la Dirección General de Empleabilidad y Formación Profesional del Servicio Andaluz de Empleo, por la que se aprueba la convocatoria para la concesión de subvenciones destinadas a la realización de acciones de investigación e innovación, en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Entidad Solicitante: Instituto de Formación y Estudios Sociales. Dirección Territorial de Andalucía.

Entidades Colaboradoras: Federación de Servicios de la Unión General de Trabajadores de Andalucía.

Fundación de Estudios y Servicios a la Sociedad.

Dirección Técnica: Instituto de Formación y Estudios Sociales. Dirección Territorial de Andalucía.

Diciembre, 2010

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

|           |   |           |
|-----------|---|-----------|
| <b>1</b>  | <b>PRESENTACIÓN</b> .....   | <b>7</b>  |
| <b>2</b>  | <b>OBJETIVOS DEL ESTUDIO</b> .....  | <b>7</b>  |
| <b>3</b>  | <b>ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....   | <b>7</b>  |
| <b>4</b>  | <b>DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....  | <b>8</b>  |
| <b>5</b>  | <b>DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN DE REFERENCIA E INFORMANTES CLAVE</b> .....   | <b>8</b>  |
| <b>6</b>  | <b>TÉCNICAS DE RECOGIDA DE DATOS Y PROCEDIMIENTOS DE ACTUACIÓN</b> .....  | <b>9</b>  |
| <b>7</b>  | <b>METODOLOGÍA DE ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN</b> .....  | <b>9</b>  |
| <b>8</b>  | <b>RESULTADOS DEL ESTUDIO</b> .....   | <b>10</b> |
| 8.1       | Resultados del análisis efectuado en la actividad económica ‘Actividades de los Centros de Llamadas’.....                             | 10        |
| 8.1.1     | Características generales de la actividad económica .....   | 10        |
| 8.1.2     | Necesidades y demandas de formación .....   | 12        |
| 8.1.3     | Motivación hacia la formación .....   | 13        |
| 8.1.4     | Barreras de acceso a la formación.....  | 14        |
| 8.1.5     | Soluciones a las barreras de acceso a la formación .....  | 14        |
| 8.1.6     | Oferta formativa actual .....   | 14        |
| 8.1.7     | Prospectiva de futuro .....   | 15        |
| 8.2       | Resultados del análisis efectuado en la actividad económica ‘Estudios de Mercado y Realización de Encuestas de Opinión Pública’ ..... | 15        |
| 8.2.1     | Características generales de la actividad económica .....   | 15        |
| 8.2.2     | Necesidades y demandas de formación .....   | 17        |
| 8.2.3     | Motivación hacia la formación .....   | 18        |
| 8.2.4     | Barreras de acceso a la formación.....  | 18        |
| 8.2.5     | Oferta formativa actual .....   | 19        |
| 8.2.6     | Prospectiva de futuro .....   | 20        |
| 8.3       | Redes conceptuales .....  | 20        |
| 8.3.1     | Red conceptual de la actividad económica ‘Actividades de los Centros de Llamadas’.....  | 21        |
| 8.3.2     | Red conceptual de la actividad económica ‘Estudios de Mercado y Realización de Encuestas de Opinión Pública’ .....                    | 21        |
| <b>9</b>  | <b>VALIDACIÓN DE RESULTADOS</b> .....   | <b>22</b> |
| <b>10</b> | <b>ACTUACIONES PARA LA DIFUSIÓN</b> .....   | <b>22</b> |



## 1 PRESENTACIÓN

El presente informe tiene como finalidad recoger los principales aspectos metodológicos y los resultados y conclusiones obtenidos tras la ejecución de la Acción de Investigación e Innovación "Estudio multisectorial de detección de necesidades de formación de los trabajadores de las actividades económicas 'Actividades de los Centros de Llamadas' y 'Estudios de Mercado y Realización de Encuestas de Opinión Pública' en la Comunidad Autónoma de Andalucía".

Esta Acción de Investigación e Innovación se ha ejecutado al amparo de la Orden de 23 de octubre de 2009, por la que se desarrolla el Decreto 335/2009, de 22 de septiembre, por el que se regula la ordenación de la Formación Profesional para el Empleo en Andalucía, y se establecen las bases reguladoras para la concesión de subvenciones y ayudas y otros procedimientos; y de la Resolución de 26 de octubre de 2009, de la Dirección General de Empleabilidad y Formación Profesional del Servicio Andaluz de Empleo, por la que se aprueba la convocatoria para la concesión de subvenciones destinadas a la realización de acciones de investigación e innovación, en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

La presente investigación se realiza por iniciativa de la Federación de Servicios de la Unión General de Trabajadores de Andalucía (FES UGT Andalucía), en colaboración con la Fundación de Estudios y Servicios a la Sociedad, siendo la entidad solicitante de la misma la Dirección Territorial de Andalucía del Instituto de Formación y Estudios Sociales. La financiación de la misma corrió a cargo del Servicio Andaluz de Empleo de la Junta de Andalucía y del Fondo Social Europeo.

## 2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Los objetivos generales que se han pretendido conseguir con la realización de la presente Acción de Investigación e Innovación son los siguientes:

- Identificar las necesidades de formación de los trabajadores de las actividades económicas 'Actividades de los Centros de Llamadas' y 'Estudio de Mercado y Realización de Encuestas de Opinión Pública' de Andalucía, con el fin de elaborar una oferta de formación adecuada a las necesidades reales atendiendo a las nuevas demandas y exigencias del mercado laboral.
- Detectar las posibles dificultades que impiden el acceso a la formación a los trabajadores de estas actividades económicas y los medios para su eventual eliminación, presentando un especial interés hacia los colectivos más desfavorecidos.
- Optimizar las cualificaciones profesionales de los trabajadores de estas actividades económicas, según lo establecido en el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales (CNCP), mediante la implementación de acciones formativas que atiendan a las necesidades de estos sectores.
- Profundizar en las necesidades de formación a medio y corto plazo que los trabajadores de las actividades económicas objeto de estudio puedan presentar.
- Optimizar la calidad de la Formación para el Empleo en las actividades económicas a estudiar en Andalucía a través del ajuste de la oferta de formación a las necesidades detectadas.
- Potenciar las técnicas y habilidades profesionales y actualizar los conocimientos de los trabajadores de las actividades económicas objeto de estudio, fomentando tanto su promoción social como laboral.
- Realizar un trabajo de divulgación de los productos obtenidos entre los agentes implicados en planes de Formación para el Empleo, de manera que se puedan beneficiar de ellos todas aquellas entidades comprometidas con la planificación, gestión y evaluación de planes de formación en las actividades económicas estudiadas.

## 3 ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN

El ámbito territorial de esta investigación queda definido por las trabajadoras y trabajadores de todas las empresas ubicadas en la Comunidad Autónoma de Andalucía cuya actividad productiva fundamental se englobe en uno de los siguientes sectores, según CNAE 2009:

- **Actividades de los Centros de Llamadas** encuadrado en CNAE 82.20.
- **Estudio de Mercado y Realización de Encuestas de Opinión Pública** enmarcado en el CNAE 73.20.

## 4 DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

En este estudio hemos aplicado un diseño de investigación de tipo descriptivo, cuyo objetivo consiste en llegar a conocer las situaciones predominantes de una población o área de interés, de forma objetiva y comprobable, a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. La puesta en marcha de este diseño implica la realización progresiva de una serie de fases que pasamos a describir a continuación:

**FASE 1. Planificación del estudio.** La actividad principal de esta fase ha consistido en el establecimiento de un plan de actuación en el que se han detallado todas las acciones a ejecutar, con su correspondiente calendarización.

**FASE 2. Contactos previos.** Previamente a la de recogida de datos primarios, hemos considerado pertinente la realización de contactos previos con expertos con la intención de concretar y perfilar algunos rasgos de las actividades económicas a estudiar, así como indagar sobre posibles informantes clave que pudieran colaborar en la investigación. Otras tareas realizadas en esta fase han sido: la delimitación de los procedimientos, técnicas e instrumentos de recogida de información primaria; y la definición de la población objeto de estudio.

**FASE 3. Fase documental: recogida de datos secundarios.** En esta fase hemos procedido a la búsqueda exhaustiva y recopilación de documentos, informes o estudios producidos por organismos, instituciones y entidades, tanto públicas como privadas. La principal finalidad de esta fase ha sido extraer toda la información posible que guardara relación con los objetivos propuestos en nuestra investigación.

**FASE 4. Fase empírica: recogida de datos primarios.** El propósito principal de esta fase ha sido recoger los datos primarios correspondientes al estudio con el fin de obtener resultados coherentes y acordes a los objetivos planteados. Las principales tareas realizadas durante esta fase han sido: diseño y elaboración de los instrumentos de recogida de información primaria (guión de entrevista semiestructurada a expertos y guiones para los grupos de discusión de trabajadores de las dos actividades); contacto con las personas a entrevistar y con los participantes de los grupos de discusión; y de recogida de datos a través de los instrumentos confeccionados.

**FASE 5. Análisis de la información y validación de resultados.** La principal tarea desarrollada en esta fase ha sido el análisis de la información obtenida (tanto de la fase documental como de la empírica) y, a partir de ahí, se han elaborado los resultados de manera independiente para cada actividad económica estudiada. Posteriormente, estos resultados han sido sometidos a un proceso de validación final por un grupo de expertos. Las actuaciones que hemos llevado a cabo han sido: análisis de la información recogida con cada instrumento; análisis conjunto de los resultados obtenidos en la fase documental y en la fase empírica; y validación de resultados a través de un grupo de expertos (Método Delphi).

**FASE 6. Elaboración de productos finales.** Las tareas desarrolladas en esta última fase han sido las conducentes a la elaboración de los productos finales previstos en este proyecto.

## 5 DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN DE REFERENCIA E INFORMANTES CLAVE

La población objeto de estudio de esta investigación ha estado compuesta por todas aquellas personas que desempeñan su labor profesional dentro de las 'Actividades de los Centros de Llamadas' y 'Estudios de Mercado y Realización de Encuestas de Opinión Pública' dentro de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Se han establecido diferentes perfiles de informantes para cada técnica de recogida de datos utilizada (entrevistas semiestructuradas y grupos de discusión), los cuales son:

- **16 profesionales** para las **entrevistas semiestructuradas**, a razón de **8 por cada actividad económica**, con dilatada experiencia y conocimiento en las actividades económicas estudiadas y que poseían alguno de los siguientes perfiles socioprofesionales: expertos y delegados de organizaciones sindicales y empresariales de una sola actividad o del conjunto de actividades investigadas; empresarios o representantes de éstos pertenecientes a las actividades económicas objeto de estudio (tanto de empresas públicas como privadas); y trabajadores pertenecientes a dichas actividades económicas.
- Se han celebrado **2 grupos de discusión**, uno compuesto por 6 trabajadores que desempeñaban su labor profesional en la actividad económica 'Actividades de los Centros de Llamadas'; y otro compuesto por 7 trabajadores que lo hacían en la actividad 'Estudios de Mercado y Realización de Encuestas de Opinión Pública'. La condición para participar en los grupos de discusión ha sido el desempeñar o haber desempeñado su actividad profesional en una de las actividades económicas objeto de esta investigación.

## 6 TÉCNICAS DE RECOGIDA DE DATOS Y PROCEDIMIENTOS DE ACTUACIÓN

Las técnicas e instrumentos de recogida de datos se han establecido en función de la población objeto de estudio y de los objetivos de la investigación. Así, los criterios que se han tenido en cuenta para su diseño han sido: las posibilidades reales de aplicación; la obtención de la máxima riqueza informativa; la precisión de los datos; y la accesibilidad de las técnicas.

**Entrevistas semiestructuradas:** El objetivo principal ha sido la obtención de información relevante acerca de los objetivos planteados en nuestro estudio. Para ello, el entrevistador ha formulado una serie de preguntas que contenían diferentes aspectos clave de interés para la investigación. Los participantes han sido expertos de ambas actividades económicas.

**Grupos de discusión:** La finalidad ha sido recabar el punto de vista de los trabajadores de las actividades económicas 'Actividades de los Centros de Llamadas' y 'Estudios de Mercado y Realización de Encuestas de Opinión Pública'. La utilidad de esta técnica de recogida de información radica en la riqueza de la información que se obtiene gracias, precisamente, al intercambio de opiniones y valoraciones que se produce entre los participantes, lo que nos aporta datos más actuales y directos acerca de los objetivos del estudio.

## 7 METODOLOGÍA DE ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

El siguiente paso, tras la recogida de información procedente de las entrevistas y grupos de discusión, ha sido el análisis de la misma. El método utilizado para ello ha consistido en examinar el contenido de los discursos de los participantes con la intención de obtener datos mucho más detallados y específicos acerca de los objetivos del estudio. En este sentido, hemos codificado la información utilizando un **sistema de categorías** elaborado *ad hoc*, donde se ha estructurado y organizado la información de manera que se pudieran visualizar los temas generados en los diferentes discursos, y que está compuesto por:

- **Categorías generales:** Son los temas principales sobre los que versan los discursos de los informantes. Estos temas se corresponden claramente con los objetivos del estudio, estableciéndose 6 categorías bien diferenciadas: características generales de la actividad económica; necesidades de formación; motivación hacia la formación; barreras de acceso a la formación y posibles soluciones a las mismas; oferta formativa actual; y prospectiva de futuro de las necesidades formativas.
- **Códigos:** Están incluidos dentro de las categorías generales y hacen alusión a contenidos específicos dentro de ellas.
- **Subcódigos:** Se organizan dentro de los códigos y contienen un nivel de especificidad superior a éstos. A diferencia de los códigos, los subcódigos pueden incluir connotaciones positivas y negativas según la opinión de los informantes.
- **Siglas:** Palabra formada por el conjunto de las letras iniciales de cada categoría, código o subcódigo que nos ha servido para codificar los discursos y para su posterior análisis en el programa informático Atlas.ti.
- **Informantes:** Cada uno de los perfiles de las personas que han refrendado un código o subcódigo dentro de una categoría general.

El proceso de análisis se ha llevado a cabo a través de los siguientes pasos:

- Escucha activa y en profundidad de las entrevistas semiestructuradas y grupos de discusión.
- Realización de transcripciones literales de todas las entrevistas y grupos de discusión.
- Categorización y estructuración de la información.
- Identificación y selección de fragmentos.
- Elaboración de dos cuadros resumen, uno para cada actividad económica.
- Creación de redes conceptuales que muestran la relación existente entre las categorías generales, los códigos y subcódigos.
- Elaboración de un informe de resultados y conclusiones.

## 8 RESULTADOS DEL ESTUDIO

### 8.1 Resultados del análisis efectuado en la actividad económica 'Actividades de los Centros de Llamadas'

#### 8.1.1 Características generales de la actividad económica

**1. Perfil de las trabajadoras y los trabajadores.** Definimos a los trabajadores de la actividad como: *mujer, joven, con estudios superiores y mileurista*. Si tenemos en cuenta los datos extraídos del estudio "El sector español de contact center" realizado por la Asociación de Contact Center Española (ACE)<sup>1</sup>, estos datos y los que aportan los expertos y trabajadores consultados se complementan, ya que según el estudio, de los agentes, que es donde se concentra el mayor volumen de trabajadores, el 76% son mujeres y el 24% hombres; y el intervalo de edad donde se encuadra a la mayoría de los agentes es el de 26 a 35 años.

**2. Perfil de las empresas.** En cuanto al perfil de las empresas que componen esta actividad, la opinión de los expertos es diversa, aunque la mayoría comparte que son *grandes empresas* -de más de 250 trabajadores- y *multinacionales*. Destacar también que existen *empresas pequeñas* en la actividad de 'Centros de Llamadas' que realizan determinados servicios, como el de captación de clientes, y que no suelen seguir el convenio colectivo. En este sentido, los datos del Directorio Central de Empresas (DIRCE) del Instituto Nacional de Estadística para el año 2010<sup>2</sup>, corroboran esta información, al establecer que el 80% de las empresas de esta actividad son pequeñas empresas. Son los *servicios que prestan las empresas* -emisión o recepción de llamadas-, los que condicionan que éstas sean grandes o pequeñas.

**3. Servicios que ofrecen las empresas.** Los servicios a terceros que ofrecen las empresas de esta actividad económica se dividen en: *emisión y recepción de llamadas*.

**3.1. Emisión de llamadas.** Cuando se habla de *emisión de llamadas*, los expertos hacen referencia a la venta de productos, ya sean éstos seguros; tarjetas de créditos; telefonía móvil o fija; suscripción a diarios, periódicos y revistas; y los servicios de calidad, en donde ya no se vende ningún producto sino que lo que se pretende es ofrecer ayuda a los nuevos clientes. Otro de los servicios que ofrecen es la *fidelización*, cuya finalidad es conseguir una relación estable y duradera con los clientes. Para ello, además de captar al cliente, tiene que convencerlo y conservarlo de forma perdurable. Entre los servicios de emisión de llamadas se encuentran los *estudios de mercado*, que realizan los 'Centros de Llamadas' bien para *ofrecer nuevos productos*, bien para *realizar estudios sociales* o para la *actualización de bases de datos de clientes*.

**3.2. Recepción de llamadas.** La *recepción de llamadas* de los 'Centros de Llamadas' se fundamenta en la *atención al cliente*. En nuestro estudio diferenciaremos entre la atención al cliente que prestan las empresas a distintos *Servicios Públicos* y los que prestan a *Servicios Privados*.

**3.2.1. Servicios Públicos.** Entre los Servicios Públicos destacan, principalmente, la atención telefónica para la asistencia sanitaria; el servicio de bomberos; la campaña de la renta; la asistencia de servicios sociales; y la atención telefónica para la campaña de la vivienda.

**3.2.2. Servicios Privados.** En este sentido, destacan como servicios que ofrecen las empresas de 'Centros de Llamadas' a organismos privados los relacionados con los *utilities*, servicios tales como el gas, la electricidad, el agua, las telecomunicaciones y la televisión por cable. Los servicios de *atención telefónica de transportes y aerolíneas* son otros de los que prestan los 'Centros de Llamadas' a estas empresas para atender a sus clientes en relación a horarios, reservas y venta de billetes, etc. *Servicios financieros*: clientes que solicitan a través de los 'Centros de Llamadas' tarjetas de crédito o transferencias bancarias. Las llamadas para atender los *servicios de soporte técnico* se realizan, fundamentalmente, para la *banca en internet*; el *servicio técnico de internet*; o para restablecer el funcionamiento de *máquinas de refrescos*. Por último, otros servicios de atención al cliente son los referentes a *telefonía móvil*; *seguros médicos privados*; y la *venta de entradas de instalaciones*.

**4. Clasificación profesional.** Según el Convenio Colectivo estatal del sector de Contact Center<sup>3</sup>, las trabajadoras y los trabajadores que prestan sus servicios en esta actividad se sitúan en dos esquemas de organización

<sup>1</sup> Información tomada de la página web de la Asociación de Contact Center Española (ACE). El sector español de Contact Center (2009). Madrid. Consultado el 14 de junio de 2010. Disponible en: [http://www.ace.fecemd.org/resources/image/Resumen\\_Estudio-2009.pdf](http://www.ace.fecemd.org/resources/image/Resumen_Estudio-2009.pdf)

<sup>2</sup> Datos extraídos del Directorio Central de Empresas del Instituto Nacional de Estadística, para el año 2010. Consultado el 7 de octubre de 2010. Disponible en: <http://www.ine.es/jaxiBD/tabla.do?per=12&type=db&divi=DIR&idtab=15>

<sup>3</sup> Resolución de 7 de febrero de 2008, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica el Convenio colectivo estatal del sector de Contact Center. BOE. núm. 44, de 20 febrero 2008.

diferenciados, designados como '*personal de estructura*' y '*personal de operaciones*'. Si bien en el Convenio Colectivo estatal del sector, el *personal de estructura* engloba a distintas figuras, los expertos y trabajadores consultados hacen referencia a: *directivos*; *técnicos de sistemas*; *técnicos administrativos*; *auxiliares administrativos* y *personal de recursos humanos*. Una figura que muestra controversia entre los distintos expertos y trabajadores es la de *responsable o jefe de servicios o proyectos*. Para unos, éste pertenecería a estructura; es decir, a la empresa. Para otros, sin embargo, pertenecería a operaciones; esto es, a la propia plataforma.

El *personal de operaciones*, por su parte, integra a las personas que realizan su trabajo en las campañas y servicios que estas empresas prestan para un tercero y está compuesto, en su mayoría, por: el *teleoperador*, que es un agente que trata directamente con el cliente; el *teleoperador especialista*; el *gestor*; el *coordinador*; el *supervisor*; y el *jefe de proyectos*. También forman parte de este *personal de operaciones* las figuras de *formador* y *quality*. Esta clasificación de los recursos humanos no necesariamente se cumple en todas las empresas; dependerá de la organización de las mismas. Asimismo, pueden surgir otras figuras que no están recogidas en el propio convenio y que, sin embargo, son mencionadas por los expertos y trabajadores consultados; es el caso, por ejemplo, del *apoyo de sala* y del *workforce*.

5. Tareas que desarrollan los trabajadores. Las tareas que desarrollan los dos esquemas organizativos -*personal de estructura* y *personal de operaciones*- dentro de un Contact Center son diferentes. Entre las funciones del *personal de estructura* se encuentran las de atender y ejecutar actividades de gestión internas dentro de la organización de la empresa, siendo de permanente necesidad para la misma. Por su parte, el *personal de operaciones* realiza su trabajo en las campañas y servicios que la empresa de Contact Center presta a un tercero.

5.1. Personal de estructura. Son diversas las figuras que conforman la estructura de una empresa de Contact Center. En el discurso de los expertos y trabajadores solamente se hace referencia a las tareas de los *técnicos de sistemas*, que realizan el *mantenimiento de los ordenadores*, no especificándose las relativas a las demás categorías profesionales ya que, según los informantes consultados, las tareas que éstos desempeñan son transversales a cualquier tipo de empresa.

5.2. Personal de operaciones. Los *teleoperadores* son agentes que *emiten llamadas*, siguiendo métodos de trabajo protocolizados -argumentarios-, y *repcionan llamadas* para la prestación de sus servicios. El *apoyo de sala*, solventa las dudas que puedan tener los teleoperadores durante la prestación de sus servicios al cliente. La figura del *workforce*, lograr el *equilibrio entre los recursos disponibles y las demandas de los servicios*.

Debemos diferenciar las tareas que desarrollan el formador y el quality. El *formador* es el encargado de impartir los cursos para la capacitación del *personal de operaciones*, mientras que el *quality* efectúa el control de calidad de las llamadas que realizan los teleoperadores. En cuanto al *coordinador*, se encarga de la *coordinación de un grupo de teleoperadores*, responsabilizándose del desarrollo del trabajo de éstos atendiendo las consultas de los mismos, así como de pasar los *informes correspondientes*. En relación al *supervisor*, realiza la tarea de revisar todo el trabajo y sus resultados, solventando cualquier incidencia en relación a las llamadas que puedan tener los teleoperadores.

6. Promoción. Queda establecido por convenio que el acceso al nivel de teleoperador especialista se produce de modo automático tras llevar un año prestando servicios efectivos como teleoperador de nuevo ingreso dentro de la empresa. A partir de ese momento, y a medida que se promociona, la dificultad es mayor. De *teleoperador especialista* se pasa a *gestor*; de *gestor* a *coordinador*; de *coordinador* a *supervisor*; de *supervisor* a *responsable o jefe de servicios*; y de *jefe de servicios* a *director de la plataforma*. Los motivos por los que se promociona son: por *elección de la empresa*; por *crecimiento de la empresa*; por *el aumento de las campañas*; por *la experiencia laboral* adquirida anteriormente; por un *puesto vacante dentro de la empresa*. El principal motivo por el que no existe *promoción* en las empresas de 'Centros de Llamadas' es *porque no es rentable para el trabajador*, ya que la responsabilidad de determinados cargos no se ve recompensada con el sueldo. Además, se señala que *no existe promoción del personal de operaciones al de estructura*, aunque tenemos que resaltar que, para uno de los expertos, en la actividad *no existe promoción de ningún tipo*.

7. Condiciones laborales. Las condiciones laborales de los trabajadores de esta actividad vienen marcadas por: la *rotación a través de los distintos servicios*, lo que provoca en ellos estrés y ansiedad; la *inestabilidad laboral* asociada al *tipo de contratos -por obras o servicios-* de los trabajadores; la *inadecuada proporción entre el salario* -unos 800 euros al mes- y la *jornada laboral*, ya que trabajan días festivos y tienen que realizar guardias;

prestar un servicio enfocado principalmente a la venta, en donde los trabajadores han que cumplir unos objetivos o *ratios de ventas abusivos* para, en la mayoría de los casos, conservar su puesto de trabajo.

**8. Acceso y consolidación en la actividad.** El acceso de los trabajadores a la actividad viene determinado por una *formación inicial* que se entenderá terminada cuando la persona atienda llamadas reales. Esta formación tiene un *periodo de prueba de un mes*. En relación a la *formación inicial*, tiene lugar cuando el trabajador se inicia en la actividad y, una vez que está dentro de la empresa, cuando se pasa de un proyecto a otro nuevo. Además de esta formación, los trabajadores reciben *formación continua o de reciclaje* para la obtención de nuevos conocimientos en los productos o servicios que van a desarrollar en esos momentos.

**9. Deslocalización.** Según la opinión de los expertos y trabajadores, la deslocalización de la actividad *amenaza a los trabajadores nacionales* con la *pérdida de empleo*, ya que *la mano de obra es más barata en otros países*.

**10. Convenio colectivo.** La actividad de 'Centros de Llamadas' cuenta con un Convenio Colectivo estatal<sup>4</sup> que tiene establecidas *cláusulas de formación* y, además, regula la existencia en los centros de trabajo de un comité donde se consulta cómo se va a llevar a cabo la formación de los trabajadores. Para éstos, la preocupación surge cuando las empresas -a veces- no cumplen todos los aspectos recogidos en el convenio, como en el caso de la *no reducción del horario laboral de las madres trabajadoras*. La mayoría de las empresas se acogen a este convenio; sin embargo, existen algunas excepciones, como es el caso de las *pequeñas empresas*.

**11. Otras características de la actividad.** Otras características señaladas de forma breve por los expertos y trabajadores giran en torno a la *no profesionalización de la actividad*; el *trabajo eventual para ganar dinero* por parte de algunos trabajadores del sector; la *mano de obra que implica el ofrecer servicio 365 días del año*; la *no aceptación de los inmigrantes*; la existencia de *planes propios de formación en las grandes empresas*; y la *baja sindicalización del personal de estructura*.

### 8.1.2 Necesidades y demandas de formación

A partir de las opiniones de los expertos y trabajadores, establecemos las necesidades de formación detectadas en la actividad económica 'Actividades de los Centros de Llamadas'.

**1. Aspectos generales.** En este punto destacamos que las necesidades de formación se caracterizan, principalmente, por estar *en función del producto o servicio que realizan los trabajadores*.

**2. Necesidades de formación sin especificar por categoría profesional.** Las *necesidades transversales* destacadas por los expertos respecto al *personal de estructura* están relacionadas con: *resolución de conflictos*; *técnicas de relajación y control del estrés*; *planificación y gestión del tiempo*; *prevención de riesgos laborales*. En cuanto a las *necesidades específicas*, los expertos señalan que el personal de estructura demanda *formación relacionada con el producto*, además de algún curso en materia de *contabilidad*. En relación al *personal de operaciones*, los expertos consultados sólo mencionan la necesidad de llevar a cabo una *formación sindical*.

**3. Necesidades de formación por categoría profesional.** Las necesidades formativas se constituyen en este punto *en función de las categorías profesionales, tanto del personal de estructura como del de operaciones*, estableciéndose así las necesidades transversales y específicas de todos los trabajadores.

**3.1. Necesidades de formación del personal de estructura.** Las distintas necesidades de formación, transversales y específicas, del personal de estructura a las cuales hacen referencia los expertos son: para los *técnicos de sistemas* la principal necesidad va encaminada a *programas de redes*. Para los *técnicos y auxiliares administrativos*, las referidas a *informática* - en concreto, de *Excel*- y *nóminas*. Las personas que realizan las tareas propias de la selección de personal suelen tener cubiertas sus necesidades formativas, ya que las empresas cuidan de que estos trabajadores estén bien formados. En cuanto al *departamento financiero*, son relativas a conocimientos de *informática* -concretamente *Excel*- y *contabilidad*. Por último, las personas del *departamento comercial*, según la opinión del representante empresarial, necesitarían tener conocimientos de *PowerPoint*.

**3.2. Necesidades de formación del personal de operaciones.** Los mandos intermedios, *supervisores* y *coordinadores* comparten, según los expertos y trabajadores consultados, necesidades formativas. En este sentido, las de carácter *transversal* para ambos son: *planificación y gestión del tiempo*; *dirección de equipos*; *liderazgo*; *técnicas de motivación*; *técnicas de negociación y habilidades sociales*. Por otro lado, las necesidades específicas para ambos serían las de *manejo de tecnologías propias de la actividad* -*centralitas telefónicas*- y *coaching*. También existen necesidades propias de cada uno de ellos; en el caso del *supervisor*, tener

<sup>4</sup> Ibidem nota 4.

conocimientos de *contabilidad*. Por su parte, el *coordinador* necesitaría mejorar sus conocimientos de *informática*, tanto a *nivel general* como específico (por ejemplo, *Excel*). En relación al *formador*, uno de los miembros de comités de empresa o representante de los trabajadores resalta que *tiene necesidades formativas* relacionadas con su campo profesional. En este sentido, otro de los expertos del mismo perfil especifica que estos profesionales necesitan el curso de formador de formadores. En cuanto al *gestor* y *teleoperador especialista*, e incluso al *teleoperador*, en algunas ocasiones, las necesidades de formación señaladas por los expertos son las mismas y relativas a *informática*; *técnicas de relajación y control del estrés*; *idiomas* y *modulación de la voz*.

Las necesidades transversales más reiteradas por los expertos y trabajadores con respecto al teleoperador son: técnicas de relajación y control del estrés; idiomas, siendo el inglés el más demandado; informática a nivel general; y habilidades comunicativas. En otro orden, son nombradas: expresión oral; idiomas -inglés, francés y alemán-; informática -todo lo relativo al paquete informático de office para saber manejarse con el ordenador-; una vez se dominen dichos programas, necesidades de un nivel más avanzado de informática; también, internet. Por parte del representante empresarial, los teleoperadores necesitarían tener conocimientos relativos a ordenografía y violencia de género. Los trabajadores destacan como necesidades formativas transversales las referentes a: prevención de riesgos laborales; técnicas de motivación; igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. En relación a las necesidades específicas de los teleoperadores, se señalan: técnicas de venta; modulación de la voz; y prevención de riesgos laborales (en concreto, ergonomía), además de excelencia telefónica y atención al cliente. Para uno de los miembros de comité de empresa o representante de los trabajadores es muy importante la formación continua y de reciclaje sobre el producto o servicio de los teleoperadores. Por último, los trabajadores destacan las necesidades de formación en prevención de riesgos laborales; específicamente, visualización de pantalla, temperatura e iluminación.

**3.3. Necesidades de formación según colectivos.** A este respecto tenemos que señalar que, en cuanto al sexo, no hay diferenciación entre lo que demandan los hombres y las mujeres. Atendiendo a la edad, los jóvenes requieren más cursos de idiomas; concretamente, de inglés. Mientras, las *mujeres mayores de 45 años* son el objetivo principal para realizar cursos de *informática*, debido principalmente a su adaptación a las nuevas tecnologías tras abandonar unos años el mercado de trabajo para dedicarse a la familia. En cuanto a los *inmigrantes*, *no existe diferenciación con respecto a los nacionales*, ya que para iniciarse en la actividad reciben la misma formación sobre el producto. Los expertos *no reflejan diferencias en las necesidades formativas según los distintos colectivos*, sino que más bien la establecen en función del servicio que se realice.

**3.4. Necesidades en función de las características de los cursos.** Las *características* que deben tener los *cursos de formación* para que la mayor parte de los trabajadores de la actividad económica 'Actividades de los Centros de Llamadas' accedan a ellos, son: la *modalidad* de las acciones formativas, para unos, es la de *teleformación* la más apropiada, principalmente, por la flexibilidad que aporta a los cursos. Para otros, sin embargo, la modalidad idónea es la *presencial*, ya que conlleva una mayor implicación por parte de los participantes en los cursos. En cuanto a los *contenidos*, éstos deberían de ser *prácticos*, ya que se aprende mejor, aunque sería conveniente la combinación de éstos y los *teóricos*, dependiendo del curso en cuestión. Respecto a la *metodología*, hay determinados cursos que necesitarían realizar un *role playing* para interpretar el papel que después los trabajadores tienen que desarrollar en su actividad habitual.

Los cursos se deben impartir teniendo en cuenta las *campañas* en las que están inmersos los trabajadores a lo largo de todo el año.

Referente a la *duración de los cursos*, la más apropiada es el intervalo que va desde menos de una semana a 2 ó 3 meses. En cuanto a las *horas* que deberían de tener esos cursos, oscilan entre 20 y no más de 50 horas, en días alternos de la semana. Con respecto a las *horas al día*, entre 3 y 4 horas son las apropiadas para dichos cursos. En relación a la *jornada*, ésta debería ser lo más flexible posible para facilitar la formación de los trabajadores, teniendo lugar tanto *fuera como dentro de la jornada laboral*.

### 8.1.3 Motivación hacia la formación

Según la opinión de los expertos y trabajadores consultados, los principales motivos por los que los trabajadores de la actividad económica 'Actividades de los Centros de Llamadas' realizan cursos son: cambiar de sector; promocionar profesionalmente, unido a una mayor remuneración; y desarrollarse personalmente. Asociados a los motivos anteriores, surgen otros como la *estabilidad laboral*; *mejorar el currículum*; *reciclarse*; obtener *mejores condiciones laborales* o estar dado de *alta en la seguridad social*.

#### 8.1.4 Barreras de acceso a la formación

En referencia a las *barreras relacionadas con el trabajador*, la única comentada por los expertos ha sido la *desmotivación de los trabajadores mayores de 45 años*, ya que éstos no ven en la formación ninguna salida. Atendiendo a las *relacionadas con la empresa*, distinguen como las más destacadas que *la empresa no facilite el acceso a otra formación no relacionada con el trabajo* y la *dificultad para conciliar la vida familiar y laboral*. Otras barreras también indicadas son que *no existe promoción laboral*; la *falta de tiempo de la empresa para reciclar a los trabajadores* y que *la empresa ofrece formación, especialmente, a los mandos intermedios*. Con respecto a las barreras relacionadas con la oferta formativa, dos son las señaladas: la *modalidad inadecuada de los cursos*; y que *no se oferta la formación que estos trabajadores demandan*. También algún informante manifiesta que los trabajadores de esta actividad *no tienen ningún tipo de barreras a la hora de acceder a la formación*.

#### 8.1.5 Soluciones a las barreras de acceso a la formación

Tenemos que destacar en este punto que las únicas soluciones aportadas son las *relacionadas con la empresa*. En este sentido, *negociar los horarios de formación* y *mejorar la conciliación de la vida familiar y laboral* son las soluciones mencionadas.

#### 8.1.6 Oferta formativa actual

En este apartado, desarrollaremos distintos aspectos que nos permitirán conocer la oferta formativa de las empresas de la actividad; las características de los cursos de formación inicial y de reciclaje; y otra oferta formativa impartida por otras entidades distintas a las empresas de la actividad.

**1. Oferta formativa de la empresa.** La mayoría de los expertos y trabajadores consultados dicen que las *empresas ofrecen cursos a sus trabajadores*, pero con la singularidad de que esa formación siempre es *relativa al servicio que se presta*. Todos los informantes están de acuerdo en que las empresas ofrecen formación a sus trabajadores para incorporarse a la empresa; y, una vez dentro de ella, existe una formación continua, debido a las distintas modificaciones que puedan surgir en los servicios que se ofrecen. Con respecto a la formación que ofrecen las empresas al personal de estructura, según el discurso de los expertos y trabajadores, los cursos *transversales* van enfocados a *informática*; los *específicos* se orientan a la *formación sobre el producto o servicio*; *contabilidad*; y *nóminas*. Con respecto al *personal de operaciones*, la oferta formativa que las empresas les brindan viene especificada por categoría profesional. Según la opinión de un miembro de comité de empresa o representante de los trabajadores, al *jefe de proyecto* le ofrecen la *formación continua* necesaria para el desarrollo de su trabajo; al supervisor, coordinador y formador les ofrecen el curso de dirección de equipos; y sólo al supervisor y coordinador cursos de informática. Con respecto al *teleoperador*, la oferta formativa se intensifica en *cursos relativos al desempeño de sus funciones*. Antes de exponer detalladamente los cursos específicos, nos detenemos brevemente en la *formación transversal* que reciben los *teleoperadores*. Dos son los cursos mencionados. Por una parte, el de *prevención de riesgos laborales*, por el representante empresarial; y, por otro, el de *primeros auxilios*, propuesto por uno de los miembros de comité de empresa o representante de los trabajadores.

En relación a los cursos específicos, la formación inicial predomina en los conocimientos que deben adquirir los teleoperadores para llevar a cabo los distintos servicios. Una vez que el teleoperador se incorpora o siempre que se producen modificaciones, las empresas invierten en la *formación continua* de los teleoperadores para que el servicio sea lo más satisfactorio posible para el cliente. Por su parte, un miembro de comité de empresa o representante de los trabajadores y el representante empresarial, señalan que las empresas, además, ofrecen a los teleoperadores otros cursos como *atención al cliente* para tratar -principalmente- con clientes difíciles. *Excelencia telefónica*; *técnicas de venta*; *identidad corporativa*; *ley de protección de datos*; *sistema de localización geográfica por satélite*; *protocolo sanitario*; y *emergencia en catástrofe*, son otros de los cursos señalados por el representante empresarial en cuanto a formación específica. A estos cursos añaden los trabajadores el de *modulación de la voz*, como otra acción formativa ofertada por las empresas de la actividad.

**2. Características de los cursos de formación inicial.** Las características de los cursos de formación inicial que ofrecen las empresas de 'Centros de Llamadas' son: en cuanto a la *modalidad*, la *formación inicial* siempre es *presencial*. La *metodología* para que los trabajadores adquieran los conocimientos necesarios consiste en "escuchas"; es decir, el teleoperador se sienta al lado de un compañero y escucha cómo interactúa con el cliente. La planificación temporal de los cursos de formación inicial se extiende a lo largo de *todo el año*, aunque *dependerá de las distintas campañas que tengan lugar*. En cuanto a la *duración* general, ésta puede ser de entre *una semana o dos hasta más de dos meses*, siempre dependiendo del servicio. Las *horas al día* de estos cursos

van desde las 4 a las 8 horas, siempre, como venimos comentando, dependiendo del proyecto que en ese momento esté desarrollando la empresa. Atendiendo a la *jornada laboral*, los expertos no se ponen de acuerdo al respecto. Para unos, los cursos ofertados por las empresas tienen lugar *dentro de la jornada laboral*; para otros *fuera*, dependiendo de la empresa; y otros dicen que tanto *dentro como fuera de la jornada laboral*.

**3. Características de los cursos de formación de reciclaje.** Las empresas de esta actividad económica, además de los cursos iniciales, ofrecen a sus trabajadores *cursos de reciclaje* para la actualización de nuevos conocimientos. La *modalidad* de impartición, según los expertos consultados, es tanto *presencial* como de *teleformación*. La planificación temporal gira en torno a cursos de 2 ó 3 días con una duración máxima de 3 horas. En cuanto a la *jornada laboral*, se desarrollan tanto dentro como fuera del horario de trabajo.

**4. Otra oferta de formativa.** Además de la oferta de las propias empresas que conforman la actividad, existen otras entidades que ofrecen formación a los trabajadores del sector. Los miembros de comités de empresa o representantes de los trabajadores dividen su opinión respecto a la existencia de *otra oferta formativa* aparte de la proporcionada por la propia empresa, aunque la mayoría señala que ésta *sí existe* y se ofrece, básicamente al *personal de operaciones*, siendo *primeros auxilios*, *informática* e *idiomas* los cursos relativos a la *formación transversal*; y *nóminas* a la *formación específica*. En cuanto a las características de estos cursos, la *modalidad* es tanto *presencial como semipresencial y teleformación*; y la *duración* se extiende a *una semana*.

### 8.1.7 Prospectiva de futuro

Las aportaciones de los expertos y trabajadores respecto al futuro van encaminadas tanto a las necesidades formativas como a aspectos relacionados con la actividad.

**1. Necesidades formativas.** Las *necesidades de formación futuras* que señalan son referidas únicamente al *personal de operaciones*, ya sean *mandos intermedios* y *teleoperadores*, no indicándose ninguna más para las restantes categorías profesionales. Respecto a los *mandos intermedios*, formación en *habilidades sociales y dirección de equipos de trabajo*.

En relación al *teleoperador*, son identificadas a nivel transversal y específico. En cuanto a las *transversales*, destacan: los conocimientos de *informática*; *nuevas tecnologías*; *idioma* - específicamente *inglés*-; *igualdad de género*; *prevención de riesgos laborales*; *expresión oral*; y *técnicas de relajación y control del estrés*.

En cuanto a las necesidades específicas futuras, atención al cliente; técnicas de venta; sonrisa telefónica; y modulación de la voz.

**2. Aspectos relacionados con la actividad.** Entre los *aspectos relacionados con la actividad*, las posiciones discursivas se dividen en dos grupos. Por un lado, los miembros de comités de empresa o representantes de los trabajadores hacen hincapié en la *incertidumbre del mercado de trabajo y financiero*; y en la *rotación de los trabajadores por distintas empresas y campañas*. Por otro lado, los trabajadores creen que la *deslocalización* de la actividad y la *mano de obra más barata* les afectarán en un futuro. Además, desatacan la necesidad de *profesionalización de los trabajadores*.

## 8.2 Resultados del análisis efectuado en la actividad económica 'Estudios de Mercado y Realización de Encuestas de Opinión Pública'

### 8.2.1 Características generales de la actividad económica

A continuación, vamos a exponer las características principales que definen la actividad económica 'Estudios de Mercado y Realización de Encuestas de Opinión Pública'.

**1. Perfil de las trabajadoras y trabajadores.** El perfil de un encuestador o encuestadora es muy heterogéneo, ya que en esta actividad trabajan desde estudiantes y opositores hasta amas de casa, cuyas intenciones no son las de desarrollar una carrera profesional sino obtener algunos ingresos extras. Aún así, basándonos en las opiniones vertidas por los expertos consultados, podemos decir que el perfil general suele ser una mujer, de entre 30 y 40 años, con un nivel académico que puede ir desde estudios básicos hasta superiores y un nivel de ingresos que depende de la categoría profesional y del tipo de empresa, privada o pública, para la que trabaje.

**2. Perfil de las empresas.** Gran parte de los expertos consultados coinciden en señalar que las empresas de esta actividad económica que imperan en Andalucía son de pequeño tamaño. Además, estas pequeñas empresas suelen ser delegaciones de empresas multinacionales y delegaciones de empresas de capital nacional.

Las empresas pertenecientes a este sector realizan fundamentalmente dos tipos de servicios: unos relacionados con estudios de investigación y de asesoramiento en relación al mercado (marketing, consultoría, hall-test,

Mystery Shopping, etc.); y otros relacionados directamente con las encuestas de opinión pública (sondeos electorales, barómetros de opinión, evaluación de servicios públicos, etc.)

3. Clasificación profesional. El convenio colectivo de esta actividad no refleja claramente la clasificación profesional del personal que trabaja en ella, aunque los diferentes informantes consultados afirman que la estructura suele ser la siguiente: director o gerente de la empresa; personal de administración; jefe de proyecto o de estudios o directores de área; técnico de investigación, junior y senior; supervisor o coordinador; codificador y grabador; becario; y encuestador.

4. Tareas que desarrollan las trabajadoras y trabajadores. Teniendo en cuenta las aportaciones de los informantes se establecen una serie de tareas para cada categoría profesional:

- Directores o gerentes. Tienen asignadas tareas tales como la administración general de la empresa; la representación de ésta; contactos con clientes potenciales; y otras tareas de carácter más técnico.
- Técnicos. Las actividades que éstos realizan son: análisis de datos; diseño de proyectos de investigación; diseño de cuestionarios; redacción de informes; supervisión del trabajo de otro personal de nivel inferior; y responsable de proyectos.
- Supervisor o Coordinador. Sus tareas son la orientación y coordinación de los encuestadores; y la reunión y organización de la información que éstos van entregando.
- Codificadores y Grabadores. Suelen grabar las encuestas; transcribir las entrevistas; codificar los datos recopilados; y realizar la explotación estadística de los mismos.
- Encuestadores o Entrevistadores. Llevan a cabo las encuestas en papel, por ordenador o a través del teléfono, así como la realización de entrevistas.

5. Promoción laboral de las trabajadoras y los trabajadores. Hemos apreciado opiniones divergentes respecto a la promoción laboral dentro de esta actividad económica. A este respecto, podemos decir que mientras que algunos de los entrevistados señalan que no existe promoción para los encuestadores, otros concretan que pueden ascender a supervisores, a jefe de equipos de encuestadores o a técnico de investigación.

En cuanto a la promoción del personal técnico, el máximo grado que esta categoría puede alcanzar es el de director o gerente de la empresa, aunque los informantes apuntan que hay poca promoción y, por lo tanto, es complicado promocionar más allá de técnico. Únicamente un trabajador expresa que existen dos formas de promocionar para los técnicos: o cambiando de empresa o ascendiendo dentro de la misma empresa, en la que pasaría de técnico junior a senior. Asimismo, otro trabajador de empresa pública declara que la promoción está en función del tipo de empresa. En este sentido, en las empresas públicas sí existe promoción mientras que en las privadas este aspecto es más difícil de conseguir.

6. Condiciones laborales. Se detectan condiciones laborales diferentes en función de la categoría profesional a la que pertenece cada trabajador o trabajadora. A este respecto, los técnicos de investigación tienen cierta estabilidad laboral, lo que quizás pueda deberse a la especialización que poseen.

Respecto a los encuestadores, los expertos entrevistados muestran diferentes impresiones. Algunos trabajadores de empresas públicas y privadas explicitan que muchos de los encuestadores no tienen contrato. Sin embargo, otros trabajadores tanto de empresas públicas como privadas así como el empresario, piensan que coexisten diferentes tipos de contratos para este tipo de trabajadores. Por un lado, unas empresas ofrecen contratos fijos discontinuos y eventuales, mientras que otras les plantean contratos basura.

En relación a los becarios, las condiciones laborales de éstos se encuentran marcadas en función del tipo de empresa para la que trabajen. En este sentido, los trabajadores argumentan que dentro del conjunto de empresas públicas, unas pagan bien a sus becarios y otras los tienen mal remunerados y trabajando muchas horas al día; mientras que las empresas privadas mantienen a sus becarios en precarias condiciones laborales.

7. Otras características de la actividad económica: Para completar la caracterización de esta actividad económica hemos recopilado otros aspectos que define a la actividad y que son:

- El acceso a esta actividad económica se produce principalmente por conocidos que se encuentran trabajando dentro de la empresa.
- Hay una escasa consideración social del sector, ya que la mayoría de la población cree que cualquiera puede desempeñar la ocupación de encuestador.
- Para ser encuestador es necesario tener ciertas habilidades innatas.
- El nivel de rotación del personal es muy elevado.

Se aprecia, según los trabajadores de empresas privadas, un descenso en el volumen de trabajo de los encuestadores. Las causas principales son: por el cierre de empresas, debido a la crisis económica actual; por el aumento en la realización de encuestas online, lo que deja sin trabajo a los encuestadores de calle; por la disminución en la realización de estudios o proyectos basados en encuestas o entrevistas; y por el aumento de las entrevistas telefónicas.

El establecimiento de redes de campo desde hace unos años hace que se cree un intermediario entre las empresas y los encuestadores, lo que repercute negativamente en estos últimos, puesto que perciben menos dinero por cada entrevista o cuestionario administrado.

A pesar de la existencia de un Convenio Colectivo para esta actividad, los informantes matizan que muchas de las empresas encuadradas en él no lo cumplen debido a que no se ajusta específicamente a esta actividad, sino que es compartido por varias.

## 8.2.2 Necesidades y demandas de formación

Los diferentes expertos y trabajadores que han participado en el estudio clasifican las necesidades y demandas de formación en función de la categoría profesional, según colectivos específicos y en función de las características de los cursos.

1. Necesidades por categoría profesional. Referente a los directores o gerentes, las necesidades formativas específicas que presentan guardan relación con la administración y dirección de empresas y la gestión de los recursos humanos.

Por otro lado, algunos trabajadores opinan que lo que necesitan son conocimientos sobre diseño de proyectos y técnicas de investigación.

Tan sólo un trabajador de empresa pública hace referencia a las necesidades de la figura del supervisor o coordinador, que serían de carácter transversal en organización y gestión del tiempo; y también específicas, en gestión de personal.

En cuanto a las necesidades que presentan los técnicos de investigación, según el empresario, éstas suelen ser sobre informática: concretamente, las relacionadas con el manejo de Access, Excel, PowerPoint y Word. Sin embargo, un trabajador de empresa pública opina que la formación que éstos requieren es, además del idioma, sobre el diseño de proyectos y las técnicas de investigación.

El empresario y el trabajador de empresa pública coinciden en la necesidad que tienen los técnicos de formación en el manejo de herramientas y técnicas para el análisis de datos y su tratamiento estadístico. Por otra parte, conocimientos sobre diferentes tipos de software, como de análisis de datos o de encuestas telefónicas, se tornan también de especial relevancia para los técnicos de investigación.

En lo que respecta a los codificadores y grabadores, el empresario apunta que las únicas necesidades que presentan son conocimientos de software y mecanografía.

Todos los expertos consultados, a excepción del representante de los trabajadores, defienden la postura de que la necesidad principal, de tipo transversal, que presentan los encuestadores es la formación en habilidades sociales, sobre todo las relacionadas con la atención al público. Además de ésta, el empresario nos comenta que la empatía es otra habilidad social que deben poseer.

Conjuntamente, trabajadores de empresas públicas y privadas nos advierten de que los encuestadores también requieren conocimientos básicos de informática; el funcionamiento de ordenadores; organización y gestión del tiempo; y derechos y deberes de los trabajadores.

Entre las necesidades específicas que poseen los encuestadores encontramos las siguientes: técnicas de investigación; conceptos básicos sobre investigación; técnicas de realización de encuestas; y los briefing de cada estudio.

Asimismo, el representante empresarial destaca que la formación en mecanografía de tipo numérica se presenta imprescindible para los encuestadores, ya que una de las principales tareas que éstos llevan a cabo es la introducción de datos en el ordenador, a la vez que realizan el cuestionario o entrevista, lo que facilita enormemente la recogida y organización de dichos datos.

Complementariamente, aunque los trabajadores de empresas privadas declaran que los encuestadores no tienen necesidades de formación, algunos demandan que la que se imparta tenga la particularidad de que sea supervisada; es decir, que exista una persona que les vaya guiando durante el desarrollo de su aprendizaje para corregir posibles deficiencias en la ejecución de su trabajo.

En último lugar, un trabajador de empresa pública estima que la formación específica que necesitan los becarios es la relacionada con la aplicación de técnicas estadísticas para que puedan promocionar.

2. Necesidades según colectivos específicos. A criterio de trabajadores de empresas públicas, el representante de los trabajadores, el representante empresarial y el empresario, no hay necesidades dependiendo del colectivo al que pertenecen las trabajadoras y trabajadores de esta actividad económica.

Solo el empresario matiza que, dentro del colectivo de inmigrantes, hay dos tipos: unos que no tienen necesidades de formación, porque son personas que vienen con un alto nivel formativo desde sus respectivos países de origen; y otros inmigrantes, con menos formación, que únicamente requieren habilidades sociales.

3. Necesidades en función de las características de los cursos. Para que las trabajadoras y trabajadores de la actividad económica 'Estudios de Mercado y Realización de Encuestas de Opinión Pública' accedan a la formación es necesario conocer las características que éstos solicitan. A este respecto, la modalidad presencial y semipresencial es la más demandada por las trabajadoras y los trabajadores.

Se muestra necesario que los contenidos de las acciones formativas sean teórico-prácticos, además de estar adaptados a su realidad laboral.

Referente a la metodología de impartición de los cursos, solo un trabajador de empresa pública insta a que ésta esté basada en la realización de supuestos o casos prácticos que les acerquen lo máximo posible a la realidad que van a encontrarse posteriormente.

En cuanto a la planificación temporal de los cursos, el periodo de impartición debe ser flexible y estar adaptado a los picos de actividad y horarios que tienen los trabajadores, aunque otros prefieren la época invernal para realizar la formación.

Con respecto a la duración, no existe un consenso entre los informantes consultados, ya que algunos opinan que tendrían que tener al menos 100 horas, otros dicen que, al menos, dos semanas, o dos meses; otro grupo opina que la duración tendría que estar en función de los contenidos.

Por otro lado, el empresario expresa que la formación debería impartirse al menos dos días por semana, una o dos horas al día y tanto dentro como fuera de la jornada laboral. A este respecto, el representante empresarial alega que los cursos siempre deberían ofrecerse dentro de la jornada laboral.

---

### **8.2.3 Motivación hacia la formación**

Conocer la motivación que tienen las trabajadoras y trabajadores hacia la formación es un aspecto muy importante de cara a la realización de una buena planificación de las acciones formativas que se ofrecen para la actividad 'Estudios de Mercado y Realización de Encuestas de Opinión Pública'. Analizando las opiniones de los informantes consultados, descubrimos que la motivación fundamental que tienen los trabajadores para realizar acciones formativas es la profesionalización, aspecto que es corroborado por trabajadores de empresas públicas, el representante empresarial y el empresario.

Algunos trabajadores de empresas públicas y privadas también destacan que ellos únicamente quieren realizar cursos formativos siempre y cuando éstos les puntúen en las bolsas de trabajo que hay en algunas empresas, ya que esto les ofrece una posibilidad de contar con un contrato laboral de manera más continuada.

Por otra parte, el encontrar un empleo, el alcanzar la estabilidad laboral y promocionar de categoría son también motivaciones que adquieren una especial relevancia para los trabajadores de este sector. Otras son: obtener mayor remuneración, puesta de manifiesto por trabajadores de empresas privadas; mejorar el curriculum, para el representante empresarial; y el propio desarrollo personal del trabajador, para el empresario.

Por último, queremos destacar la apreciación realizada por un empresario que comenta que, en algunas ocasiones, las empresas obligan o sugieren a sus trabajadores que realicen cursos específicos de formación por propio interés empresarial.

---

### **8.2.4 Barreras de acceso a la formación**

La principal barrera de acceso a la formación que tienen las trabajadoras y trabajadores de esta actividad económica es la falta de tiempo para realizar los cursos, lo cual se encuentra directamente relacionado con el elevado volumen de trabajo que tienen las empresas de esta actividad, según el empresario. Otra de las barreras relacionadas con la empresa, según un trabajador de empresa pública, es que no les interesa formar a los trabajadores, ya que esto facilita a las empresas tener a los encuestadores en peores condiciones laborales. Por otro lado, el representante empresarial señala que las pequeñas empresas a veces no facilitan a los

trabajadores el acceso a la formación de tipo presencial, quizás porque la ausencia de éstos en el puesto de trabajo dificultaría el normal funcionamiento de la empresa.

Respecto a las barreras relacionadas con la oferta formativa, tanto los trabajadores de empresas públicas como el representante empresarial nos exponen que no se oferta formación relacionada con esta actividad, lo que desmotiva a los trabajadores a la hora de participar en acciones de formación.

Por su parte, el empresario nos comenta que el principal obstáculo es la inapropiada localización geográfica donde se imparten los cursos. En muchas ocasiones, los trabajadores no viven cerca de donde se ofrece la formación, lo que le dificulta el acceso a la misma. Una posible solución que plantea sería buscar un lugar estratégico y bien situado al que la mayoría de los trabajadores pudieran desplazarse.

Este aspecto que acabamos de mencionar está relacionado directamente también con otra barrera de acceso a la formación que es la inadecuada modalidad en la que se ofertan los cursos. Los trabajadores de empresas privadas argumentan que tienen dificultades para asistir a cursos de modalidad presencial porque no pueden compaginarla con sus horarios de trabajo.

Otra barrera que un trabajador de empresa pública nos comenta, y que guarda relación también con la oferta formativa, es que, en algunas ocasiones, los cursos que ellos necesitan y que les aportan prestigio profesional no son gratuitos, sino que tienen un coste muy elevado.

Para finalizar, cabe destacar que un miembro de comité de empresa y un trabajador de empresa pública expresan que no hay barreras de acceso a la formación, puesto que existen muchas entidades que ofertan formación. La diferencia quizás está en que la que se ofrece es básica y poco específica.

### **8.2.5 Oferta formativa actual**

En este apartado se recoge toda la información concerniente a la oferta formativa actual de la que disponen las trabajadoras y trabajadores de la actividad económica de 'Estudios de Mercado y Realización de Encuestas de Opinión Pública'. Los resultados obtenidos se han clasificado en función de la formación que imparten tanto las empresas como otras entidades. Además, exponemos las características más significativas que dicha oferta posee.

1. Oferta formativa de la empresa. Aunque la mayoría de los expertos consultados coinciden en afirmar que las empresas encuadradas en esta actividad económica ofrecen formación a sus empleados, algunos trabajadores de empresas públicas indican que esta formación por parte de la empresa no existe, mientras que otros expresan que está en función del tipo de empresa. De este modo, las empresas públicas sí ofrecen formación mientras que las privadas no.

Por otro lado, dependiendo de la categoría profesional a la que pertenezca cada trabajador, la empresa ofrece una formación diferente. Así, los técnicos de investigación pueden optar por una formación transversal - como pueden ser cursos de inglés- o por formación específica en técnicas de muestreo y software de análisis de datos tanto cualitativo como cuantitativo.

En cuanto a las acciones formativas que las empresas brindan a los codificadores y grabadores, en opinión del empresario, están encaminadas principalmente al manejo a nivel avanzado de herramientas informáticas que faciliten su trabajo, como pueden ser gestión de bases de datos en Excel y Access y software de análisis de datos, lo que les puede aportar un mayor grado de cualificación.

Con respecto a la formación transversal que reciben los encuestadores, podemos decir que los diferentes informantes hacen referencia a que la empresa únicamente les oferta cursos sobre habilidades sociales con la finalidad de que puedan extraer la máxima información al público.

Referente a la formación de carácter específico para los encuestadores, la que más se oferta es el briefing, consistente en sesiones informativas donde se dan las instrucciones para realizar las encuestas.

Además, también se imparte otra formación específica relacionada con: metodología propia del trabajo en la empresa; técnicas e instrumentos de recogida de datos; diseño metodológico de investigación; técnicas de muestreo; y conceptos básicos de investigación.

2. Características de la oferta formativa de la empresa. En relación a las características que tienen los cursos que ofrecen las empresas, podemos decir que la modalidad más utilizada es la presencial, aunque también se realizan cursos de teleformación.

Estas acciones suelen tener contenidos de carácter teórico-práctico en los que se utilizan metodologías tales como las clases magistrales y la realización de supuestos o casos prácticos.

El periodo del año en el que las empresas ofrecen formación está adaptado a los picos de inactividad de la empresa; es decir, se realizan los cursos en las temporadas en las que los trabajadores tienen menos carga laboral. Aún así, algunos informantes manifiestan que suelen hacerse antes o después de periodos vacacionales de verano y navidad.

En cuanto a la duración de la formación, no existe un consenso entre los informantes. Mientras que un trabajador de empresa pública y el empresario indican que los cursos duran entre 1 y 3 horas, otros trabajadores de empresas públicas y privadas manifiestan que la duración suele ser entre 12 y 16 horas o de al menos 1 semana. Esta información contrasta con la que nos facilita el representante empresarial, que afirma que los cursos tienen una media de 80 horas de duración.

Por otro lado, se caracterizan por impartirse diariamente o, al menos, dos días a la semana, en horario tanto de mañana como de tarde, y dentro y fuera de la jornada laboral.

**3. Otra oferta formativa.** Además de las empresas, existen otras entidades que imparten formación. A este respecto, algunos trabajadores de empresas públicas afirman que hay otra oferta aparte de la que ofrece la empresa, mientras que otros trabajadores de empresas privadas niegan este aspecto.

Cabe destacar que el único experto que nos informa acerca de la formación que ofrecen otras instituciones es el empresario. A este respecto, podemos decir que la oferta transversal de otras entidades guarda relación con la informática, concretamente cursos de Office y Access avanzado; mientras que la formación específica está relacionada con cursos de técnicas e instrumentos de recogida de datos y técnicas de análisis de éstos.

---

### 8.2.6 Prospectiva de futuro

En este apartado de prospectiva recogemos, a partir de las opiniones expresadas por nuestros informantes, las necesidades de formación que las trabajadoras y trabajadores de la actividad de 'Estudios de Mercado y Realización de Encuestas de Opinión Pública' pueden presentar en un futuro a corto plazo, así como hacia dónde va a evolucionar el sector.

El tema principal sobre el que versa esta prospectiva es el vinculado a la introducción de nuevas tecnologías que faciliten las tareas que normalmente se desarrollan en esta actividad. En este sentido, tanto trabajadores de empresas públicas como el empresario y el representante empresarial hacen hincapié en la necesidad de crear un nuevo software que facilite el tratamiento de los datos.

En esta misma línea tecnológica, el empresario argumenta la existencia de un aumento progresivo de la utilización de la PDA en la realización de encuestas.

Por otra parte, los trabajadores de empresas privadas, aunque prevén una evolución hacia la realización de encuestas online, piensan que las encuestas en papel que realiza la figura del encuestador seguirán existiendo porque opinan que la gente hoy en día no se para a realizar encuestas vía internet.

Únicamente un trabajador de empresa pública hace referencia a que sería interesante que hubiera una formación en nuevas técnicas estadísticas, de cara a enriquecer visual y gráficamente los resultados de los estudios de mercado y encuestas de opinión que realizan.

Para finalizar, y haciendo referencia a la prospectiva del sector, el empresario cree que, probablemente debido a la incorporación de la PDA en la realización de encuestas, la figura del codificador/grabador puede desaparecer puesto que, al utilizar esta herramienta, los datos se codifican y graban automáticamente.

### 8.3 Redes conceptuales

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos hemos elaborado dos mapas conceptuales, uno para cada actividad económica estudiada. Estas redes relacionan las categorías generales con los códigos y subcódigos encontrados durante el análisis efectuado. En las siguientes ilustraciones exponemos las relaciones explicativas, correlacionales, causales, etc., más significativas que se producen entre los aspectos generales de cada actividad económica; las necesidades y demandas formativas de las trabajadoras y trabajadores; las barreras de acceso a la formación con la que éstos se encuentran; la oferta formativa de la empresa y de otras entidades; la motivación hacia la formación; y la prospectiva de futuro de la actividad.

### 8.3.1 Red conceptual de la actividad económica 'Actividades de los Centros de Llamadas'



Ilustración 1. Red conceptual de la actividad económica 'Actividades de los Centros de Llamadas'.

### 8.3.2 Red conceptual de la actividad económica 'Estudios de Mercado y Realización de Encuestas de Opinión Pública'



Ilustración 2. Red conceptual de la actividad 'Estudios de Mercado y Realización de Encuestas de Opinión Pública'.

## 9 VALIDACIÓN DE RESULTADOS

Los resultados obtenidos tras el desarrollo de esta Acción de Investigación e Innovación han sido sometidos a un proceso de validación para el que se ha utilizado el Método Delphi.

La sesión de trabajo correspondiente a esta validación de resultados se celebró el día 10 de diciembre de 2010 en la sede de la Dirección Territorial de Andalucía del Instituto de Formación y Estudios Sociales.

Los objetivos principales que perseguíamos con su realización han sido: refrendar la metodología utilizada en nuestra investigación; confirmar y aprobar los resultados alcanzados y las conclusiones formuladas; y determinar qué aspectos del informe final deberían ser modificados.

La sesión de trabajo correspondiente se desarrolló en dos partes: en la primera, los miembros del equipo de investigación expusieron los aspectos fundamentales relacionados con el estudio realizado (objetivos, metodología y resultados). En la segunda, los expertos intercambiaron opiniones con los integrantes del equipo de trabajo, plantearon preguntas y expusieron sus opiniones sobre los resultados obtenidos en la investigación, así como su punto de vista sobre las tendencias previstas en las necesidades estudiadas.

El procedimiento llevado a cabo para la organización y celebración de este grupo de validación de resultados ha sido el siguiente:

- Contacto con cada uno de los miembros participantes y envío del Informe de Validación.
- Estudio individual del informe por parte de cada experto.
- Reunión de los expertos convocados para proceder a la validación metodológica y de resultados del informe.
- Exposición de la metodología y de los resultados del estudio por parte de los integrantes del equipo de trabajo.
- Intervenciones de los expertos convocados para la validación e intercambio de opiniones con los miembros del equipo de trabajo.
- Validación de los resultados.

La validación se ha centrado principalmente en la metodología del estudio y de los resultados obtenidos en el mismo, habiéndose formulado y recogido en el Informe Metodológico y de Resultados las sugerencias, aportaciones y observaciones formuladas por los expertos asistentes, los cuales coincidieron en que el estudio es un fiel reflejo de la realidad estudiada. Además, el equipo de investigación recibió felicitaciones, tanto por el trabajo realizado como por la exposición realizada durante el desarrollo de la sesión.

## 10 ACTUACIONES PARA LA DIFUSIÓN

El Instituto de Formación y Estudios Sociales, la Federación de Servicios de la Unión General de Trabajadores de Andalucía y la Fundación de Estudios y Servicios a la Sociedad, difundirán los productos resultantes de este estudio a través de sus estructuras regionales y nacionales a organismos y entidades de ámbito autonómico y estatal implicados en la impartición de cursos de Formación Profesional para el Empleo en las actividades económicas 'Actividades de los Centros de Llamadas' y 'Estudios de Mercado y Realización de Encuestas de Opinión Pública'. Además, serán difundidos a través de las páginas web de cada uno de los mencionados organismos.

Al mismo tiempo, las entidades implicadas en la realización de esta Acción de Investigación e Innovación incluirán referencias e información de los productos obtenidos en aquellos foros -nacionales o internacionales-, publicaciones de carácter científico y memorias de actividades de las que sean autores, colaboradores o participen y se realicen tanto en soporte papel como magnético o de forma presencial.