

La inserció sociolaboral dels col·lectius socialment vulnerables

María Asunción Gallo Montero

PID_00212589

Índex

Introducció	5
Objectius	7
1. Orientació sociolaboral	9
1.1. Orientant	9
1.1.1. Inici	11
1.1.2. Desenvolupament. Derivacions	15
1.1.3. Finalització	19
2. Formació	21
2.1. El sistema educatiu a Espanya	21
2.2. La formació professional per a l'ocupació	22
2.2.1. Formació d'oferta	23
2.2.2. Formació de demanda	25
2.3. La formació prelaboral en la capacitació de persones en situació de vulnerabilitat social	26
2.4. La formació en la intervenció sociolaboral	27
3. Intermediació laboral	28
3.1. Desenvolupament d'un programa d'intermediació laboral	29
3.1.1. Fase de preparació	30
3.1.2. Fase d'intervenció o desenvolupament	32
3.1.3. Fase d'avaluació	34
3.2. Les empreses d'inserció	34
3.2.1. Requisits de les empreses d'inserció	36
3.3. Els centres especials d'ocupació	36
4. Suport a les iniciatives empresarials i autoocupació	37
4.1. Assessorant en autoocupació i creació de noves empreses	38
4.1.1. Idea	38
4.1.2. Projecte i pla d'empresa	39
4.1.3. Pla d'empresa. Què és i com es fa	41
5. Altres mesures	49
5.1. Xarxes de cooperació	49
5.1.1. Tipus de col·laboració	50
5.2. Sensibilització	50
5.3. Infraestructures d'intervenció	52
5.4. Eines i recursos metodològics adaptats	52
5.5. Ajudes	53

5.6. Les clàusules socials	53
Resum	55
Glossari	57
Bibliografia	59

Introducció

La integració social i laboral de les persones i grups socials més vulnerables en els països de l'àmbit europeu és una de les metes de l'Estratègia Europa 2020.

Per aconseguir aquesta meta de la integració social i laboral, especialment de les persones i grups socials més vulnerables, l'Estratègia persegueix uns mercats laborals moderns i inclusius, i també la reforma dels sistemes de protecció social, un accés a serveis públics que redueixin les desigualtats socials i, de manera especialment rellevant, la lluita contra la pobresa.

Al moment d'establir-se l'Estratègia Europa 2020, la crisi econòmica ja havia deixat milions de persones sense ocupació. Els països havien acumulat un deute que hauran de pagar durant molts anys i les diferències entre els països més i menys rics s'incrementaven, i això arriscava la cohesió social. Era urgent establir una sèrie d'actuacions, de polítiques i maneres de fer que mantinguessin l'esforç fet fins llavors per aconseguir la inclusió social i perseverar en les metes de cohesió i lluita contra la pobresa. Més en una conjuntura de crisi econòmica que posa moltes dificultats a l'assoliment d'aquests objectius.

Ja a començaments de segle, el 2001, l'Organització per a la Cooperació i el Desenvolupament Econòmic (OCDE) i la Unió Europea, com a resposta als canvis en les polítiques d'educació, formació i ocupació a Europa, derivats de l'objectiu de Lisboa (2000) de convertir Europa, en el segon decenni del segle, en una societat i una economia basada en el coneixement que resultés més competitiva i dinàmica i amb més cohesió social, van dur a terme un estudi internacional de les polítiques d'orientació sociolaboral, que tenia per objecte examinar en quina manera es podria ajudar els països a desenvolupar alguns objectius d'interès públic que són considerats essencials per mitjà de l'organització, la gestió i la posada en pràctica de l'orientació. En concret, es pretén donar suport a aquells objectius relacionats amb conceptes tan rellevants com l'aprenentatge al llarg de la vida i la participació activa en el mercat de treball. Amb especial atenció als col·lectius que presenten dificultats especials per a la inserció social i laboral.

El que es busca és que els serveis d'orientació sociolaboral existents estiguin ben planificats i organitzats. En l'actualitat s'estan desenvolupant estratègies d'aprenentatge al llarg de la vida, i també polítiques que donen suport a la millora de l'ocupabilitat de les persones, especialment en aquells casos dels col·lectius en situació de vulnerabilitat. Però perquè aquestes estratègies i polítiques es duguin a terme amb èxit, les persones usuàries han de tenir les ha-

L'Estratègia Europa 2020

L'Estratègia Europa 2020, engegada l'any 2010 per la Comissió Europea, proposa tres prioritats de creixement: intel·ligent (basat en el coneixement i la innovació); sostenible (fent un ús eficaç dels recursos) i integrador (amb un alt nivell d'ocupació que tingui cohesió social i territorial)

bilitats necessàries per a gestionar la seva pròpia educació i ocupació. És necessari, per tant, que tinguin accés a una informació i orientació de gran qualitat sobre educació, formació i treball.

En aquest mòdul farem un repàs als diferents tipus d'accions que s'executen en els programes d'ocupació dirigits a persones en risc d'exclusió social i que duen a terme les entitats que els atenen. Es tracta de programes dirigits a afavorir la integració social d'aquestes persones per mitjà de la seva inserció laboral. L'objectiu de les diferents actuacions que integren aquests programes és donar resposta a les causes que dificulten la integració en igualtat i que depenen de les persones mateixes (la seva falta de qualificació, desinformació, sense hàbits laborals, desconeixement de recursos) i també de l'entorn (crisi econòmica, prejudicis socials, estereotips).

A continuació, es descriu la tipologia d'accions que es desenvolupen en els diferents programes d'ocupació. Veurem en què consisteixen i també coneixem una metodologia d'intervenció per a dur-les a terme.

Objectius

En finalitzar aquest mòdul, l'estudiant coneixerà:

1. Els tipus d'actuacions que es duen a terme en els diferents programes d'ocupació dirigits a col·lectius vulnerables.
2. Els objectius de l'orientació sociolaboral amb col·lectius vulnerables o en risc d'exclusió.
3. Els principis bàsics de l'orientació sociolaboral.
4. La formació professional per a l'ocupació.
5. Les fases i desenvolupament d'un programa d'intermediació laboral.
6. Què són i com mitjancen les empreses d'inserció i els centres especials d'ocupació.
7. En què consisteix l'assessorament a projectes empresarials.
8. Com incideixen en la intervenció social les xarxes de cooperació.
9. La rellevància de les campanyes de sensibilització.
10. La importància de les infraestructures i de les eines i recursos per a la intervenció sociolaboral.
11. En què consisteixen les clàusules socials i la seva aplicació.

1. Orientació sociolaboral

La situació de vulnerabilitat respecte a l'ocupació no s'explica per una única causa (desigualtats socials, discriminació, dificultats socioeconòmiques, falta d'ocupació...), però el resultat acostuma a ser sempre el mateix: l'especial dificultat per a accedir a una ocupació. L'objectiu de la intervenció sociolaboral amb persones pertanyents a aquests col·lectius amb especials dificultats d'accés al mercat de treball és aconseguir que puguin accedir i mantenir una ocupació normalitzada en igualtat de condicions.

L'orientació laboral representa una eina que ha demostrat la seva eficàcia en l'acompanyament a persones en cerca d'ocupació, especialment en l'assessorament i suport a aquelles que presenten risc d'exclusió. La falta d'un projecte professional aclarit és una de les dificultats amb les quals aquestes persones s'enfronten sovint. Encara que pensin que buscar treball "en el que sigui" els ofereix més possibilitats, la realitat és que limita les seves opcions significativament. No saber en què es vol treballar, ni de què es pot treballar, és un greu llast que redueix les seves possibilitats de tenir feina. I això és així perquè l'altra part integrant d'una relació d'ocupació, l'empresa o ocupadora, el que busca és algú que tingui clar en què vol i pot treballar, d'acord amb les seves motivacions i capacitats.

Així, ens trobem que el primer pas per a una inserció per mitjà de l'ocupació és saber quina ocupació és la que es busca. A partir de tenir aquest objectiu clar, el que queda és establir de quina manera, per quins camins cal transitar per a aconseguir aquesta inserció laboral, aquest lloc buscat. El "dibuix" d'aquest itinerari necessari és el que es fa per mitjà de l'orientació sociolaboral.

En els apartats següents coneixerem com es fa una intervenció d'orientació sociolaboral amb persones que presenten dificultat d'accés a l'ocupació.

1.1. Orientant

A continuació explicarem i analitzarem les fases que configuren un procés d'orientació sociolaboral amb persones en situació de vulnerabilitat. Aquestes fases no sempre se segueixen de manera seqüencial. Es tracta d'un procés en continu canvi i adaptació a les necessitats que van sorgint en cada cas. Per això no hi ha una intervenció única, modèlica, sinó tantes com persones s'atenen.

Respecte a la durada de cada fase i el ritme, tampoc no es pot definir amb rigidesa. Cal tenir sempre present, a l'hora d'establir-ho, les peculiaritats de cada cas, les característiques de les persones usuàries i, principalment, la seva disponibilitat. De manera orientativa, sí que es recomana que la segona fase,

que hem denominat de *desenvolupament*, abasti dos terços del temps total de la intervenció; l'altre terç restant es divideix entre la fase d'avaluació inicial i la fase d'avaluació final i tancament de cas.

Tota la intervenció s'estructura entorn d'una acció que serveix d'eix, la tutoria. Es tracta de l'orientació en si mateixa. Consta de sessions individuals en les quals el personal d'orientació recull informació sobre la situació de la persona usuària. Necessita conèixer aspectes rellevants per a poder ajustar la intervenció a les necessitats detectades. Així mateix, aporta informació i, si fos necessari, orientació per a possibilitar la presa de decisions, avalua i ajuda a avaluar el compliment dels objectius i la idoneïtat de les accions que es porten o poden dur a terme, planteja o formula objectius nous. En definitiva, orientador o orientadora i persona usuària comparteixen en la tutoria la seva percepció sobre el procés d'intervenció sociolaboral, posen en comú aspectes que hi influeixen i duen a terme accions de millora sobre aquest procés.

Durant aquestes sessions és necessari recaptar informació, per a registrar posteriorment el que hagi succeït durant la tutoria. La persona usuària ha de ser informada que el que es tracti en aquest espai és confidencial¹. Aquesta informació cal registrar-la per escrit, bé en suport paper o utilitzant un registre informàtic. Hi ha dues possibilitats:

⁽¹⁾La confidencialitat és un principi ètic que es diferencia del "secret professional" en el fet que aquest es manté, fins i tot, en un judici.

1) **Fer-ho directament:** consisteix a anotar allò que es consideri rellevant per a la intervenció sociolaboral amb el cas concret.

Inconvenients

Anotar-ho tot mentre s'està atenent la persona obliga a prestar molta atenció al fet de prendre nota en detriment de l'atenció al que s'està escoltant. Però essent això un gran inconvenient, el que és realment preocupant és que pot arribar a cohibir la persona usuària a l'hora d'expressar-se. Per això, el més aconsellable és que les anotacions siguin breus i que, per al registre posterior, es complementin amb allò que es recorda. És convenient que s'informi, al començament de la sessió, que s'aniran registrant detalls o aspectes importants, perquè, en la sessió següent, es puguin rescatar i continuar tractant.

2) **Registre mental:** amb aquest terme ens referim a la tècnica de memoritzar, recordar tot allò que es tracta en la sessió individual. Converteix la tutoria en un entorn més proper, que facilita la comunicació, i es converteix en pura conversa.

Inconvenient

Presenta el risc que es puguin oblidar conceptes o aspectes rellevants parella la intervenció sociolaboral.

També hi ha qui defensa l'opció d'efectuar un registre de la informació gravant les sessions. Però, a més que sens dubte és el mètode que més pot retreure o cohibir la persona usuària (encara que també sigui el mètode més efectiu i complet per a poder revisar i registrar bé la sessió individual), ocorre que

utilitzar un mitjà d'enregistrament de la imatge i la veu de la persona pot anar contra la legislació relativa al dret a la imatge pròpia. Per això, no és un mètode que recomanem des d'aquí.

Les sessions de la tutoria acostumen a estar programades i tenen una durada predeterminada (es recomana que no durin més de 50 minuts). No obstant això, es poden fer sessions que no estiguin programades per a situacions no previstes que requereixin atenció individual. D'aquesta manera, ens trobem amb dos tipus de sessions individuals:

1) **Ordinàries:** aquelles sessions que estan fixades amb antelació i són conegudes per totes dues parts. Abans de la realització de la sessió, és necessari fer una revisió de les sessions anteriors, de l'orientador o orientadora, per estructurar la sessió de la millor manera. Optimitzar el temps és important.

2) **Extraordinàries:** sessions individuals que es fan perquè hi ha hagut un canvi substancial en la situació de la persona usuària.

Hi ha una altra classificació de les sessions individuals, complementària a l'anterior, sobre la base de criteris d'estructuració d'aquestes:

- **Tancada:** els continguts estan prèviament planificats i el desenvolupament s'ajusta a un guió que determina l'organització de la sessió. Són les sessions en les quals es planifiquen els continguts. No s'introdueixen aspectes que no hagin estat prèviament plantejats. Se solen fer, majoritàriament, preguntes tancades.
- **Semioberta:** es plantegen alguns continguts de forma general, per a ser tractats en la sessió, però es permet que la persona usuària pugui exposar o plantejar aquells que consideri necessaris. Se solen fer preguntes obertes i la conversa és més fluïda que en el cas anterior.
- **Oberta:** no hi ha una planificació prèvia sobre els continguts que es desenvoluparan en la sessió amb la persona usuària. En funció dels continguts que vagin apareixent, l'orientador o orientadora pot combinar preguntes obertes i tancades. És la fórmula més informal, encara que també una de les més utilitzades, juntament amb la semioberta.

1.1.1. Inici

En la primera entrevista s'inicia un procés que constitueix una coresponsabilització entre orientador o orientadora i persona orientada en el procés d'inserció que s'està iniciant. En aquest moment es decideix què s'hi farà.

S'han de mantenir els contactes que siguin necessaris (els que es considerin oportuns), encara que no és habitual que calgui més de dues sessions individuals en aquesta fase.

Aquesta fase també se sol anomenar d'**acolliment** o de **diagnòstic**, és el moment en el qual es coneixen en profunditat les necessitats de la persona i en el qual es planteja un marc de treball de confiança entre totes dues parts.

Objectius i activitats de la **fase d'inici**:

1) Estimular la participació de la persona que necessiti l'orientació.

No sempre s'acudeix a l'orientació sociolaboral espontàniament, de manera voluntària, i hi ha vegades en les quals la persona acudeix a un servei d'assessorament per a la cerca d'ocupació per mitjà d'una cita dels serveis públics d'ocupació. Això no vol dir que totes les persones que tinguin una cita per a rebre orientació necessitin que els animin a la participació, però és més probable que ho necessitin que quan l'assistència és per decisió pròpia. Però fins i tot essent una cosa voluntària és important que la persona assumeixi la seva responsabilitat de participació activa en el procés que empenirà. Ha de saber que rebrà assessorament, suport i orientació però, en qualsevol cas, la cerca sempre serà responsabilitat seva i ningú més que ella no se'n podrà fer càrrec.

2) Informar sobre les característiques del procés d'orientació que es farà.

És imprescindible que les persones que rebran orientació sàpiguen exactament en què consisteix el procés al qual s'incorporaran. Per aquest motiu aquesta primera fase resulta tan rellevant. La participació i motivació de la persona en el procés és un aspecte necessari, com comentarem, també, més endavant.

En qualsevol cas, aquest objectiu és un pas ineludible.

3) Recollir informació per al diagnòstic.

És l'objectiu principal de la fase. La informació per a fer un bon diagnòstic no ve únicament de les preguntes que es facin a la persona. Hi ha altres fonts d'informació que són tan importants i que no es poden descurar.

a) Documentació.

b) Comunicació verbal i no verbal

c) Cura i aspecte personal (roba, pentinat, neteja personal)

d) Puntualitat

e) Atenció

f) Interès

g) Motivació

4) Recollir informació de la seva trajectòria formativa i laboral

Vegem a continuació, alguns dels aspectes sobre els quals cal recaptar informació a l'hora de fer l'avaluació inicial:

a) Aspectes formatius:

- Escolarització: lloc, estudis...
- Estudis previs
- Rendiment escolar
- Assistència al centre
- Puntualitat
- Comunicació oral
- Altres idiomes
- Motivació per a seguir formant-se

b) Aspectes laborals:

- Responsabilitat en les tasques
- Puntualitat a l'hora de fer diverses activitats
- Aspecte adequat amb vista a una entrevista de treball o altres possibles situacions relacionades amb l'ocupació
- Capacitat de diàleg
- Competència en el treball en equip
- Interès per la formació
- Definició de l'objectiu professional
- Coneixement d'eines de cerca d'ocupació
- Autonomia en la realització de tràmits laborals
- Interès per activar la cerca activa d'ocupació
- Motivació i projecció per treballar
- Cerca d'ofertes de treball
- Disponibilitat horària per a treballar
- Experiència professional
- Valoració de l'experiència professional
- Relacions amb companys de treball i superiors
- Condicions de treball preferents

5) Valorar habilitats i hàbits bàsics per a l'ocupació

El pas següent, després de disposar de la informació necessària, és valorar els aspectes relacionats amb la competència de la persona a la qual atenem per a l'ocupació. Cal fer, per tant, una anàlisi de totes les dades recaptades.

6) Configurar el seu perfil i valorar-lo. En funció de l'objectiu professional de la persona i la situació del mercat de treball concret determinar l'estat i situació en què es troba.

Arribat aquest punt, podem “dibuixar” el perfil professional de la persona i valorar-lo. Quines necessitats presenta? Com hi pot treballar? En quina situació es troba respecte a les seves possibilitats en el sector o la professió?

7) Facilitar informació que requereixi la persona usuària.

És un altre dels objectius que, encara que pugui semblar obvi, convé remarcar. El procés d'inserció de qualsevol persona que es trobi en cerca d'ocupació depèn en exclusiva d'ella. Les decisions sobre aquest tema són seves i necessita tota la informació que li puguem facilitar per a possibilitar la seva presa de decisió.

Ara farem una petita parada en aquest punt per insistir sobre la presa de decisions en el procés d'inserció sociolaboral d'una persona en cerca d'ocupació.

La persona com a propietària del procés

Hi ha dues temptacions de les quals cal fugir en l'orientació sociolaboral amb persones en situació de vulnerabilitat:

Una: considerar que els orientadors i orientadores som professors de les persones a les quals assessorem. Que els diem el que han de fer i el que no si escau. Que els posem deures perquè aprenguin i perquè tinguin èxit en la seva cerca, de manera que han de seguir les nostres indicacions perquè la seva cerca sigui efectiva.

Dos: consentir que les persones a les quals orientem considerin certa la temptació “una”.

Les úniques responsables del seu propi procés de cerca i inserció són les persones a les quals orientem. Són elles les qui han de decidir sobre el que volen, poden i estan disposades a fer sobre aquest tema. El nostre treball consisteix a facilitar-los la presa de decisió. Amb informació objectiva, amb arguments justificats. Parant esment a no fer recomanacions d'actuació quan es puguin considerar pautes obligades de comportament.

8) Informar sobre els recursos existents per a la millora de la seva ocupabilitat.

No confondre-ho amb lliurar llistes ni convertir-se en una oficina d'informació, sense més. Consisteix a explicar els recursos, per a què serveixen i com s'hi pot accedir.

9) Indicar quins són els recursos més concordants amb la situació en la qual es troba la persona i que aquesta pugui prendre una decisió respecte als que vol utilitzar.

És a dir, el que hem insistit durant tot aquest punt: la persona és qui decideix i l'orientació sociolaboral facilita aquesta presa de decisió.

10) Fer una presa de decisió en forma d'**itinerari**.

Un itinerari és just el que estem pensant: **una guia amb el millor camí per a arribar a un determinat objectiu**. En la inserció sociolaboral de persones en situació de vulnerabilitat, per a definir l'itinerari d'inserció, per tant, és necessari tenir una meta (un objectiu professional i laboral) i establir les metes intermèdies per a arribar a aquest objectiu últim. Totes aquestes decisions pertanyen en exclusiva a la persona orientada.

Cadascun d'aquests objectius i actuacions es desenvolupen al llarg d'un període de temps variable, per mitjà d'entrevistes individuals, en format semiestructurat. D'aquesta manera, es possibilita que l'orientador o orientadora encarregada de fer l'avaluació inicial pugui fer una retroalimentació o *feed back* amb la persona orientada. Des de la concepció de la persona com a agent actiu en el seu procés d'intervenció sociolaboral, les sessions individuals que es facin es converteixen en un intercanvi d'opinions, impressions i valoracions necessari per a comprendre la situació que s'està valorant.

És recomanable que les valoracions inicials es plasmin en un document o fitxes de treball que s'emplenin en col·laboració amb la persona orientada o, almenys, que se li mostrin. L'interès d'aquesta pràctica es troba en l'enriquiment de l'avaluació inicial, mentre que la persona mateixa pot "negociar" les conclusions de l'avaluació inicial i, una vegada feta, pot contribuir a augmentar l'autoconeixement per a poder començar a plantejar-se objectius per aconseguir i les accions que podria fer per a assolir-los durant la fase següent de la intervenció.

1.1.2. Desenvolupament. Derivacions

En aquesta fase és quan es duen a terme les actuacions acordades en la fase anterior.

Aquesta fase té una programació individual per a cada cas. És, per tant, particular, i tindrà una durada i un camí diferent en cada cas en funció de les activitats que es considerin necessàries per a fer front a les necessitats detectades en el diagnòstic.

En aquesta fase s'inclouen les actuacions més específiques de suport a la inserció, basades en un treball acordat entre orientador o orientadora i persona orientada que facilitin la consecució dels objectius que s'hagin proposat. Cal tenir en compte per a això no solament els recursos de la persona, sinó també els de l'entorn.

En aquesta fase cal mantenir tant entrevistes individuals com a accions desenvolupades en sessions grupals.

Nota sobre les accions grupals

Aquest tipus de sessions, també anomenades dinàmiques i tallers grupals, són importants, des del punt de vista organitzatiu, i enriquidores per al desenvolupament d'habilitats socials.

Les accions grupals són periòdiques i sempre estan programades (mai no són espontànies, com sí que ho poden ser les sessions individuals d'una tutoria), ja que requereixen una organització prèvia i una preparació de la persona encarregada de dur-les a terme.

Les accions que es fan en format de sessions grupals són aquelles en què la impartició en grup ajuda als objectius. La sinergia mateixa del grup actua com a multiplicadora. El grup ajuda, reforça i serveix d'element de projecció de tot el tractat. Les accions d'orientació sociolaboral que agraeixen la seva impartició en grup són les informatives i les de motivació.

Les entrevistes d'aquesta fase es podrien considerar com de **seguiment**, ja que serveixen per a conèixer en quina mesura s'aconsegueixen els objectius que s'han plantejat amb anterioritat o els que ha estat necessari replantejar.

En el desenvolupament d'un procés d'orientació per a la cerca d'ocupació estructurada a partir d'una tutoria –que actuaria com a eix o columna vertebral–, cadascuna de les diferents actuacions planificades en funció d'aquestes necessitats que hem esmentat repetides vegades són conegudes com a “derivacions”. Les derivacions més comunes són:

1) Derivació a accions d'orientació grupals. Ja hem parlat anteriorment que hi ha accions d'orientació sociolaboral que agraeixen la impartició en format de grup. Són aquelles en les quals el grup mateix actua com a element positiu. De vegades, per la multiplicació de l'efecte informador. De vegades, pel reforç motivacional. Unes altres, per l'estalvi de recursos, temps i esforç. Aquestes accions són les informatives, les de motivació i les d'entrenament en tècniques de cerca d'ocupació.

Insistim que no totes les persones que necessiten orientació tindran les mateixes necessitats de derivació a accions d'orientació. En la hipòtesi que les necessitessin totes (no és impossible), és important seguir un ordre lògic de derivació.

Informació > Motivació > Habilitats > Entrenament en TBE

L'ordre és fàcil de comprendre. La informació és el primer perquè moltes vegades únicament amb ella es poden resoldre altres aspectes que erròniament ens podrien semblar desmotivació, falta d'habilitats o, fins i tot, de coneixement de les tècniques de cerca d'ocupació.

La motivació per la cerca també resulta imprescindible. No hi ha cerca si no hi ha motivació. Així de simple. La motivació és un aspecte fonamental que no s'ha de passar per alt.

Una vegada superats els aspectes relatius a la desmotivació, el pas següent, si cal, estaria en el desenvolupament del que hem anomenat habilitats per a la cerca d'ocupació.

Aquestes habilitats no difereixen de les que coneixem com a “habilitats socials”, però aplicades a la cerca d'ocupació. Encara que no hi ha una definició universalment acceptada de les habilitats socials, podem entendre-les com “els comportaments que resulten eficaços en situacions d'interacció social” (García Villamizar, 1990). Aquelles que resulten més rellevants per a fer una eficaç cerca d'ocupació són:

a) Comunicació:

- Verbal
- No verbal
- Escrita

b) Autoestima

c) Imatge

d) Assertivitat

e) Autocontrol

f) Maduresa

Hi ha molta gent que pensa que les habilitats socials formen part de la personalitat de cadascú i que per això no es poden entrenar, però res més lluny de la veritat. En tractar-se de conductes apreses de manera natural, són susceptibles de ser ensenyades.

L'última opció de derivació a una acció d'orientació sociolaboral grupal és la relativa a l'entrenament en tècniques de cerca d'ocupació. En una acció d'aquestes característiques, els continguts tractats acostumen a ser:

a) Documents de cerca:

- Currículum / cartes de presentació

b) Fonts d'informació sobre llocs de treball:

- Anuncis d'ofertes en mitjans de comunicació

- Internet
- Oferta pública
- Oferta privada

c) Agenda de Cerca:

- Els contactes

d) El procés de selecció

- Les proves de selecció
- L'entrevista de selecció

Els grups d'entrenament en tècniques de cerca d'ocupació són més eficaços quan es converteixen en grups de cerca activa. És a dir, quan no es limiten a entrenar en les sessions grupals de l'acció, sinó que es va aplicant el que s'ha après en la cerca real i de manera simultània al desenvolupament de l'acció.

2) **Derivació a formació.** És una altra de les derivacions més habituals. Si s'ha detectat alguna manca a escala formativa en la fase de diagnòstic, resulta necessari elaborar un itinerari de formació específica per al cas.

Derivació a recursos informatius. La informació que es facilita en l'orientació sociolaboral acostuma a ser informació d'utilitat. Per entendre'ns, es tracta d'informació sobre informació. El que fem és presentar els diversos recursos i serveis, a què la persona que acudeix al nostre servei pot recórrer, per buscar una solució a les seves necessitats, amb vista al mercat de treball.

Amb un exemple és més fàcil comprendre què és això de la informació d'utilitat: atenem algú que es planteja traslladar-se al Canadà per buscar una ocupació. Li informem de tot el que fa a l'ocupació en aquest país, però el derivem a l'ambaixada o al consolat del Canadà perquè hi busqui informació de primera mà.

3) **Derivació a intermediaris de treball.** La intermediació laboral es refereix a posar en contacte oferta i demanda d'ocupació. Hi ha múltiples intermediaris de treball. Enumerem els més significatius:

- Serveis públics d'ocupació
- Centres d'informació de les universitats
- Agències de col·locació
- Borses d'ocupació
- Empreses de treball temporal
- Consultores de selecció de personal

En aquesta fase de l'orientació, a més de les derivacions a accions d'orientació grupals i a recursos formatius, informatius o d'intermediació, també s'inclouen les gestions pròpies de la cerca d'ocupació activa. En realitat, són l'objectiu principal de tota actuació d'orientació laboral.

1.1.3. Finalització

Com insistim des del principi, l'objectiu de la intervenció sociolaboral és que la persona orientada sigui capaç de fer-se càrrec autònomament del seu propi projecte d'inserció laboral. De manera que l'única possibilitat de donar-lo per finalitzat és quan es constati aquesta capacitat de la persona per a portar les regnes de la seva inserció sense suport ni assessorament.

Aquesta seria la situació perfecta, però cal ser realistes, ja que no sempre es dóna. En moltes ocasions un procés d'orientació sociolaboral finalitza amb un "tancament en fals". Dit d'una altra manera, no s'aconsegueix aconseguir l'objectiu principal que persegueix la intervenció.

Quines causes es poden donar perquè s'acabi un procés d'orientació sense haver aconseguit el seu objectiu? Analitzem-ne algunes, les més habituals:

1) Abandó voluntari de la persona orientada.

La persona abandona el procés bé al·legant motius particulars o bé sense fer-ho i, simplement, deixa d'assistir a les sessions. Són elles mateixes les qui decideixen perquè elles són les úniques responsables de la seva cerca.

2) Incorporació a un lloc de treball que no encaixa en el projecte personal d'inserció.

Hi ha qui pensa que la incorporació a un lloc de treball, qualsevol que sigui, es pot considerar com l'objectiu aconseguit de l'orientació sociolaboral. Però això és incert: els treballs, perquè puguin ser considerats un objectiu complert, han de tenir sentit dins del projecte particular d'inserció de la persona. Han de guardar relació amb el seu objectiu professional (directament o col·lateralment). I, en qualsevol cas, cal atendre, també, a la durada del contracte i les possibilitats de desenvolupament de carrera.

3) Orientador o orientadora donen de baixa la persona per considerar que l'acció no és pertinent.

Són els casos en els quals no hi ha col·laboració de la persona per orientar. Pot haver estat citada per un servei públic d'ocupació, però no vol rebre assessorament i la seva resposta és bel·ligerant i negativa. No cal tenir por a prendre la decisió de finalitzar una acció que no porta a cap de les dues parts a cap lloc en concret.

4) Motius relacionats amb el programa que finança l'actuació.

Desafortunadament habitual. És quan no es pot mantenir un programa d'orientació laboral per falta de finançament.

Avaluació. Convé tancar l'orientació amb una sessió individual que permeti fer una avaluació final de tot el procés. Aquesta avaluació l'han de fer les dues parts implicades, és a dir, la persona orientada i l'orientador o orientadora.

Criteris d'avaluació:

- Avaluar cada tram de l'itinerari fet
- Avaluar el que s'ha aconseguit: coneixements i destreses
- Avaluar els canvis: actitudinals i situacionals
- Que la persona valori el cicle que ara acaba
- Que la persona valori la labor de l'orientador durant tot el procés

Una recomanació per tenir molt en compte és que l'avaluació final es reculli en un document. Això permet fer anàlisi sobre les intervencions fetes i utilitzar les conclusions per a la millora contínua dels processos d'intervenció social.

2. Formació

Sovint, les persones més desfavorides presenten com a característiques, a més d'uns baixos nivells educatius, una escassa experiència laboral en el mercat de treball normalitzat. A més, en moltes ocasions, les seves habilitats i els coneixements adquirits han quedat obsolets, no estan actualitzats.

“Los conflictos relacionados con la adaptación social, la integración, el sentido de pertenencia, el comportamiento y las conductas de acuerdo con las normas, acompañan frecuentemente una escasa calificación profesional”.

(Frago, Jover, López, Márquez i Mora, 1999).

Tenint en compte tot això, és obvi que la formació passa a ser un instrument clau en la millora de l'ocupabilitat d'aquestes persones. Les empreses valoren especialment, a més que les persones que contractin i mantinguin en les seves plantilles disposin d'un nivell de qualificació adaptat a les necessitats que cada lloc requereixi, que presentin també capacitat per a adaptar-se de manera ràpida –i àgil– a la forma de treball que cada empresa tingui. Es tracta d'elements que faciliten l'accés a una ocupació i al desenvolupament professional, i que s'adquireixen per mitjà de la formació.

De fet, la formació, juntament amb l'experiència laboral, es presenta com una les principals vies d'adquisició i millora de qualificació professional. En el cas dels col·lectius vulnerables, la formació, sobretot quan s'acompanya de pràctica, és una de les actuacions bàsiques per a millorar les seves possibilitats d'inserció sociolaboral.

2.1. El sistema educatiu a Espanya

El sistema educatiu espanyol presenta l'estructura següent:

- Educació infantil
- Educació primària
- Educació secundària obligatòria (ESO)
- Batxillerat
- Formació professional
- Ensenyaments d'idiomes
- Ensenyaments artístics
- Ensenyaments esportius
- Educació de persones adultes
- Ensenyament universitari

L'educació bàsica a Espanya està constituïda per l'educació primària i la secundària obligatòria. Aquesta, juntament amb l'educació secundària no obligatòria (batxillerat, els graus mitjans dels cicles formatius d'FP, arts plàsti-

ques i disseny i ensenyaments esportius) constitueixen l'educació secundària. I l'educació superior inclou, a més de la universitària, els nivells superiors dels ensenyaments artístics, les d'arts plàstiques i disseny, les esportives i els graus superiors dels cicles formatius d'FP.

Els graus mitjans i superiors de la formació professional depenen en la seva normativa, planificació i gestió del Ministeri d'Educació i de les comunitats autònomes. La formació professional per a l'ocupació, no obstant això, depèn legislativament i en la seva planificació del Ministeri d'Ocupació i Seguretat Social, i per a això compta amb les comunitats autònomes i els interlocutors socials. La gestió correspon als serveis públics d'ocupació.

En establir itineraris d'integració per a persones que es trobin en situació de vulnerabilitat social, també s'han de tenir en compte les opcions que la formació reglada presenta. No obstant això, la formació orientada expressament a la inserció laboral es concreta en el que es coneix com a formació per a l'ocupació. I que en l'estructura del sistema educatiu espanyol s'inclou dins de la formació professional, i configura el subsistema de la formació professional per a l'ocupació que analitzem a continuació..

2.2. La formació professional per a l'ocupació

Fins al 2007, la formació professional per a l'ocupació a Espanya estava constituïda per dues modalitats diferenciades:

- **Formació contínua:** dirigida als treballadors i treballadores en actiu, amb l'objectiu d'afavorir la seva estabilitat laboral i també la seva promoció professional.
- **Formació ocupacional:** dirigida als treballadors i treballadores en situació de desocupació, per a facilitar-los els coneixements teòrics i pràctics demanats per les empreses per a l'acompliment de les tasques pròpies d'una professió concreta.

Amb l'RD 395/2007 de 23 de març, que regula a partir d'aquesta data el subsistema de formació professional per a l'ocupació, s'integren aquestes dues modalitats en un únic model. D'aquesta manera es busca que tant la formació de la població ocupada com de l'aturada s'adapti millor a les necessitats que demana el mercat de treball. Aquesta integració necessària ja estava recollida en l'Acord de Formació Professional per a l'Ocupació que van subscriure Govern i associacions empresarials i sindicals el febrer de 2006.

La formació professional per a l'ocupació s'estructura en diferents actuacions de formació.

- La formació d'oferta,
- la formació de demanda, i

- la formació en alternança amb l'ocupació.

2.2.1. Formació d'oferta

La formació d'oferta es concreta en plans de formació dirigits a treballadors i treballadores amb ocupació i sense. Inclou la formació subvencionada que, per al cas de les persones en situació de desocupació, substituiria la formació ocupacional. La poden sol·licitar les organitzacions empresarials i sindicals més representatives, organitzacions d'economia social i organitzacions d'autònoms. Es tracta de la formació impartida per mitjà d'agents socials.

La formació d'oferta consta de diversos tipus de formació, sempre subvencionada:

- Plans de formació dirigits prioritàriament a persones treballadores ocupades.
- Plans de formació dirigits prioritàriament a les persones aturades.
- Programes específics per a les persones amb necessitats formatives especials o que tinguin dificultats per a trobar una ocupació.
- Formació per a les persones en situació de privació de llibertat, i dels militars de tropa i marineria.
- Accions formatives que incloguin compromisos de contractació a persones en situació de desocupació.

1) Plans de formació dirigits prioritàriament a la població activa ocupada.

La gènesi d'aquests plans de formació està en la **Fundació Tripartida**, on agents socials i Administració estableixen els criteris i prioritats dels plans basant-se en estudis de necessitats formatives sectorials previs. És la Fundació Tripartida qui coordina i supervisa aquests plans, encara que els qui els acorden són sindicats i patronal del sector en comissions sectorials bipartides.

Els òrgans responsables de programar, gestionar i controlar aquesta iniciativa són el Servei Públic d'Ocupació Estatal, amb la col·laboració i el suport tècnic de la Fundació Tripartida, i els òrgans competents de les comunitats autònomes.

En aquestes accions formatives s'inscriuen individualment, per iniciativa pròpia, els treballadors i treballadores, sense que intervingui l'empresa. S'ofereixen de manera oberta, per mitjà d'anuncis en mitjans de comunicació. La Fundació Tripartida mateixa també els difon, igual com les organitzacions sindicals i empresarials, utilitzant els seus propis canals informatius.

Nota sobre Fundació Tripartida

Fundació estatal espanyola que impulsa i coordina les polítiques públiques en matèria de formació professional per a l'ocupació. Formen part del seu patronat les organitzacions sindicals i empresarials més representatives i l'Administració General de l'Estat, per mitjà del Servei Públic d'Ocupació Estatal.

Les matèries dels cursos poden estar dirigides a l'adquisició de competències comunes a diversos sectors (accions formatives intersectorials) o dirigides a treballadors i treballadores d'un sector concret (accions formatives sectorials).

2) Plans de formació dirigits prioritàriament a persones treballadores en situació de desocupació.

Es tracta de la formació que anteriorment es coneixia com a formació ocupacional. En l'actualitat es presenten com a plans específics de formació, i el seu objectiu principal és la millora de l'ocupabilitat de les persones que es troben en desocupació, especialment per a les situacions especials, com aquestes persones que deixen de percebre subsidis o prestacions, o a col·lectius de joves sense titulació, per posar algun exemple. Per a participar en aquesta modalitat de formació tenen prioritat els col·lectius que es consideren en risc d'exclusió social: dones, joves, persones amb discapacitat, víctimes del terrorisme, víctimes de la violència de gènere, persones aturades de llarga durada, majors de 45 anys.

La programació d'aquestes accions formatives es fa tenint en compte les ofertes d'ocupació fetes, i també les necessitats de qualificació detectades. De fet, aquests plans acostumen a incloure accions formatives dirigides a l'obtenció de certificats de professionalitat.

“Els certificats de professionalitat es configuren com a acreditacions de les competències professionals del Catàleg Nacional de Qualificacions Professionals adquirides mitjançant: l'experiència laboral, vies no formals de formació i accions de formació professional per a l'ocupació, aquestes últimes en els termes previstos en la normativa que regula el sistema de la Formació Professional per a l'Ocupació.”

(RD 34/2008, de 18 de gener, sobre certificats de professionalitat)

“El Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales está constituido por las cualificaciones identificadas en el sistema productivo en función de las competencias apropiadas para el ejercicio profesional y por la formación asociada a las mismas. Permite adecuar la formación profesional a las demandas del sistema productivo, integrar los distintos sistemas de formación de los y las profesionales y acreditar las competencias que tienen las personas aunque no tengan una formación o un título oficial.”

(Institut Nacional de Qualificacions INCUAL)

El Servei Públic d'Ocupació Estatal i els organismes competents de les diferents administracions de les comunitats autònomes amb funcions equivalents són els òrgans responsables de la programació, gestió i avaluació d'aquest tipus de formació

2.2.2. Formació de demanda

La diferència entre la formació d'oferta i la de demanda està fonamentalment en qui les gestiona. En el cas de la formació d'oferta ja hem vist que la gestió recau en els serveis públics d'ocupació. No obstant això, la gestió de la formació de demanda la porta l'empresa per si mateixa o ben recolzada per una entitat organitzadora especialitzada.

Una altra de les diferències entre formació d'oferta i de demanda està en els criteris per a elaborar cadascuna d'aquestes. Mentre que els de la formació d'oferta es guien pels resultats d'estudis de necessitats formatives sectorials, els de la formació de demanda responen a les necessitats específiques de formació plantejades per les empreses i els treballadors i treballadores.

La formació de demanda es canalitza per mitjà de dues modalitats:

1) Accions de formació en les empreses: aquelles que l'empresa (o l'entitat organitzadora) supervisa quant a continguts, terminis, costos i justificació.

2) Permisos individuals de formació (PIF): permisos autoritzats per l'empresa a un treballador o treballadora per a la realització d'un curs dirigit a l'obtenció d'una acreditació oficial.

Hi ha una diferència més entre la formació d'oferta i la de demanda que resulta molt significativa. Es tracta de la fórmula de finançament de cadascuna. La formació d'oferta és una formació subvencionada; de fet, el Fons Social Europeu participa en el finançament dels plans de formació per a l'ocupació d'oferta. No obstant això, la formació de demanda es finança amb les aportacions que els treballadors –i les empreses– fan a la Seguretat Social per a la contingència de formació professional.

Com hem vist, les empreses són les que decideixen quina formació faran els seus treballadors i també són les qui paguen els cursos. Aquests diners que han avançat les empreses posteriorment els descompten en la liquidació de les assegurances socials.

En el sistema de formació professional la formació de demanda permet a totes les empreses que tinguin almenys un centre de treball en territori espanyol (amb qualsevol mida, ubicació o activitat), que desenvolupin formació per als seus treballadors i treballadores, i que cotitzin per aquesta contingència de formació professional a la Seguretat Social, la possibilitat de beneficiar-se del sistema de bonificacions sobre les quotes per ingressar a la Seguretat Social per a compensar els costos de formació. Per això es coneix aquesta modalitat amb el nom de *formació bonificada*. No existeix

Cada empresa que cotitza per aquesta contingència disposa d'un crèdit de formació que pot utilitzar per a bonificar-se els cursos. La xifra d'aquest crèdit varia en funció de la plantilla de cada empresa i es fixa cada any. Quan les empreses no utilitzen, dins de l'any, el crèdit de formació que els correspon, no el poden acumular per a altres anys.

2.3. La formació prelaboral en la capacitat de persones en situació de vulnerabilitat social

Segons com està estructurada la nostra societat actualment, no podem passar per alt la importància del treball com a factor de cohesió i vertebració social. El que podríem anomenar ocupació assalariada com a via de la "inserció per l'economia" (Grup Promocions, 1999), però sense oblidar que l'ocupació és una condició necessària, encara que no suficient, per a aconseguir l'objectiu de la integració social. I, al mateix temps, es dona la paradoxa que, per a poder accedir a una ocupació, cal tenir habilitats laborals i no laborals.

A més de ser competent en les tasques pròpies del lloc de treball al qual s'opta, la persona ha de tenir altres hàbits laborals, coneixements i habilitats que són imprescindibles per a un acompliment correcte d'aquest lloc. Es tracta de qüestions tan importants com la responsabilitat en el lloc de treball, ser capaç de treballar en equip, tenir coneixements fonamentals de seguretat i higiene. Fins i tot qüestions que, encara que puguin semblar molt elementals, en el cas d'algunes persones pertanyents a col·lectius en risc d'exclusió, es poden presentar sovint: formalitat a l'hora de presentar-se en el lloc de treball, assistència, ser capaç de complir un horari, neteja i higiene personal.

Algunes de les matèries que s'acostumen a treballar en l'àrea prelaboral són:

- Responsabilitat en les tasques
- Puntualitat a l'hora de fer diverses activitats
- Aspecte adequat amb vista a una entrevista de treball o altres possibles situacions relacionades amb l'ocupació
- Capacitat de diàleg
- Competència en el treball en equip
- Interès per la formació
- Definició de l'objectiu professional (orientació)
- Coneixement d'eines de cerca d'ocupació (orientació)
- Autonomia en la realització de tràmits laborals
- Interès per activar la cerca activa d'ocupació
- Motivació i projecció per a treballar
- Cerca d'ofertes de treball (orientació)
- Disponibilitat horària per a treballar

2.4. La formació en la intervenció sociolaboral

Un bon diagnòstic de les necessitats en matèria de formació que es poden detectar en les persones que reben assessorament en la seva cerca d'ocupació es converteix en una cosa prioritària.

Per a fer una detecció correcta de necessitats formatives, el personal tècnic d'inserció necessita diverses eines o recursos informatius:

- Informació actualitzada sobre la situació del mercat de treball local.
- Perfils professionals més sol·licitats, amb indicació de les competències requerides.
- Oferta formativa reglada i no reglada dins de l'àmbit d'influència.

Aquests tres camps de coneixement han de ser manejats habitualment per qui estigui orientant la persona que es trobi en situació de vulnerabilitat, creuant la informació amb les dades recaptades de cada persona atesa. La metodologia per a aquesta intervenció seria la següent:

1) A través d'entrevista individual i utilitzant com a recurs de suport, a més de la informació sobre els tres camps de coneixement esmentada, algun qüestionari preparat per a aquesta activitat.

a) Possibles ítems del qüestionari

- Formació reglada cursada (últim nivell acadèmic assolit)
- Formació cursada però no acabada
- Titulacions obtingudes
- Formació no reglada cursada
- Disponibilitat: horària i geogràfica
- Interessos

b) Possibles inconvenients detectats:

- Necessitat de conciliació amb la vida familiar, discapacitat, limitacions de temps.

2) Caldrà tenir en compte, així mateix, la disponibilitat de la persona per a les accions formatives i la seva motivació sobre aquest tema.

3) Una vegada recaptada tota la informació, es fa un balanç entre els requisits del mercat, en relació amb el lloc o llocs de treball seleccionats prèviament com a objectiu professional, i les competències i habilitats de què la persona disposa.

4) D'aquest balanç es conclouen les manques de la persona atesa i es procedeix a analitzar les possibilitats d'accions que pal·liin aquestes necessitats, per a establir les derivacions (accions) pertinents, en aquest cas relatives a la formació (és a dir, accions formatives), dins del seu itinerari d'inserció particular.

3. Intermediació laboral

Una persona es pot inserir laboralment d'una d'aquestes dues maneres: per mitjà d'un treball pel seu compte (el que es coneix com a autoocupació), o bé com a assalariada. En aquest apartat coneixerem com es dóna suport a la inserció en aquest segon cas, per mitjà de la intermediació laboral o, el que és el mateix, facilitant la connexió entre, d'una banda, els qui busquen ocupació i, de l'altra, els qui necessiten mà d'obra.

La intermediació laboral implica un treball molt personalitzat de les entitats que la duen a terme. El seu client fonamental és l'**oferta**, és a dir, els qui necessiten contractar mà d'obra, encara que la seva intervenció també inclogui la **demanda**, és a dir aquelles persones que es troben en situació de cerca d'ocupació.

Per què l'oferta utilitza serveis d'intermediació laboral? El procés que s'engega cada vegada que una empresa necessita cobrir un o diversos llocs de treball és complex i costós per a ella mateixa. Ha de mobilitzar recursos que atenguin aquest procés necessari de selecció de la persona o persones adequades per a fer-se càrrec de les tasques pròpies dels llocs vacants. I, si ho fa amb els seus propis recursos, l'empresa els treu d'altres activitats també necessàries per a dur a terme el seu objectiu empresarial. El cost que representa fer-se càrrec de tot això per a una empresa és, per tant, no solament econòmic, ja que també representa un cost en inversió de temps.

Utilitzar els serveis d'intermediació dels programes d'ocupació, que es fan càrrec d'una part significativa del procés, representa per a l'empresa un estalvi evident en qualsevol procediment de reclutament i selecció. Però no solament això, també els ajuda a apropar-se a més eficàcia en el resultat de la selecció, ja que els serveis d'intermediació fan un treball molt personalitzat que implica una garantia més gran que les persones seleccionades s'ajustaran als perfils requerits per les empreses.

En aquest sentit, els serveis que les entitats d'intermediació laboral ofereixen als qui busquin treballadors inclouen:

- En el cas de la intermediació amb col·lectius específics que presentin dificultats d'inserció, els serveis ofereixen un assessorament de tipus tècnic a les empreses sobre les ajudes i incentius a la contractació de persones amb aquestes característiques. Igualment, acostumen a assessorar o fins i tot tramitar la documentació necessària per a contractar-los.
- Una preselecció de persones candidates que puguin cobrir les necessitats empresarials de mà d'obra detectades. Necessitats que han estat definides

per les entitats sol·licitants mateixes i traduïdes en una sèrie de requisits que hauran de complir les persones candidates preseleccionades. La clau de l'èxit de la intermediació està en l'ajust entre el perfil personal i professional de les persones candidates i els requisits esmentats del lloc per cobrir.

- Després de la contractació, els serveis d'intermediació ofereixen a les empreses contractants i als qui hagin estat objecte de la intervenció un seguiment que asseguri i garanteixi que l'actuació ha estat satisfactòria per a totes les parts implicades.

I la **demanda**, per què s'apropa als serveis d'intermediació? Les persones pertanyents a col·lectius amb dificultats especials troben en els serveis d'intermediació una forma d'accés al mercat de treball que els permet trencar amb barreres que la dinàmica mateixa del mercat de treball els imposa.

D'una banda, en el mercat de treball “normalitzat”, la majoria de les contractacions tenen el seu inici en relacions informals, en xarxes de tipus social que permeten establir connexions entre oferta i demanda. És el que vulgarment es coneix com a contactes (i, més vulgarment encara, i fins i tot inexactament, com a “endolls”). Les persones en situació de vulnerabilitat solen tenir molt minvades les seves xarxes socials i per aquest motiu els serveis d'intermediació representen per a elles una manera d'accedir a ofertes d'ocupació que, d'una altra manera, difícilment els arribarien.

I, d'altra banda, aquests serveis d'intermediació contribueixen a la ruptura d'estereotips i prejudicis sobre el rendiment en el treball de persones que, per causa de discriminació per gènere, edat, estrat social, país d'origen, discapacitat o altres, han de demostrar que la seva capacitat està a l'alçada. La intermediació laboral amb col·lectius en situació de vulnerabilitat els concedeix l'oportunitat de fer-ho.

3.1. Desenvolupament d'un programa d'intermediació laboral

Com hem vist, la intermediació laboral està dirigida a solucionar necessitats tant de l'oferta com de la demanda d'ocupació. Intermediació que es du a terme per mediació d'una sèrie de tècniques i de procediments que tenen en compte la realitat de l'entorn socioeconòmic en el qual es troba el servei d'intermediació.

La metodologia es caracteritza per una actuació de recerca i acció contínua que es du a terme en coordinació amb les accions d'intervenció sociolaboral en general –i d'orientació sociolaboral en concret– de les quals forma part.

Les tècniques de treball de la intermediació es dirigeixen als dos agents d'intervenció ja esmentats: d'una banda les persones en procés de cerca activa d'ocupació i, d'altra, les empreses potencialment oferents d'ocupació.

Tot el procés s'estructura en tres fases d'actuació que estan clarament diferenciades: una primera fase de preparació, una segona fase d'intervenció i una última fase d'avaluació. Vegem-ne cadascuna.

3.1.1. Fase de preparació

Com a pas previ a la instauració d'un servei d'intermediació laboral s'ha de dur a terme una planificació de les actuacions que sigui coherent amb els objectius establerts per al servei.

Encara que aquesta fase és l'inici, no es fa únicament en aquest moment, sinó que està present i es desenvolupa paral·lelament al llarg de tot el procés d'intermediació. Té per objectius:

- Conèixer les característiques sociodemogràfiques de la població de l'entorn i la resta de particularitats de la realitat social, com les taxes de desocupació i la seva distribució, el grau d'automatització dels processos productius, el desenvolupament industrial de la zona, etcètera.
- Identificar en l'entorn les entitats, organismes, institucions i tots els recursos de promoció d'ocupació implantats, com associacions, sindicats, serveis públics i similars.
- Delimitar el col·lectiu o col·lectius d'atenció, a qui es dirigeix el servei: joves, dones, persones amb discapacitat, drogodependents,...
- Demarcar el teixit empresarial que pugui ser susceptible de sol·licitar perfils professionals ajustats al col·lectiu objectiu.
- Fixar els objectius quantitius i qualitius desitjables del servei en un període determinat. Exemple: aconseguir cinc-centes contractacions en un any de tres o més mesos de durada.
- Mostrar el servei als seus usuaris potencials, és a dir, tant a persones demandants com a empreses oferents d'ocupació.

Les actuacions necessàries per a aconseguir aquests objectius i que es duen a terme en aquesta primera fase i, com hem indicat, es reprenen en el transcurs del programa, són les següents:

1) Elaboració d'un arxiu documental (preferentment informatitzat) que reculli els recursos d'ocupació de la zona i les tendències del mercat laboral:

a) Observatori ocupacional dels últims anys, proporcionat pels serveis públics d'ocupació.

b) Informes sectorials que mostrin l'evolució dels diversos sectors d'activitat econòmica de la zona.

c) Directoris d'empreses que desenvolupin la seva activitat productiva a les zones d'interès dels nostres usuaris i usuàries, i també que siguin susceptibles de demandar els seus perfils ocupacionals.

d) Programes de promoció d'ocupació que es duguin a terme a la zona.

e) Directori de recursos variats relacionats amb ocupació: formació, cibercentres, biblioteques, centres d'ocupació, etcètera.

2) Establir els perfils professionals més representatius de les persones que componen la borsa d'ocupació.

3) Delimitar les entitats de l'oferta que puguin arribar a sol·licitar perfils ajustats als de les persones inscrites en el servei d'intermediació.

4) Seleccionar aquells programes d'ocupació amb els quals el servei d'intermediació pugui col·laborar i cap als quals es puguin derivar ofertes d'ocupació que no es cobreixin en el servei, o a qui es pugui sol·licitar perfils que no figurin entre les persones inscrites en el servei d'intermediació. O, fins i tot, a qui es puguin derivar persones usuàries del servei per a ser ateses per aquests serveis especialitzats del recurs.

5) Implantar un procediment administratiu que permeti un desenvolupament correcte de les actuacions necessàries per a la intermediació:

a) Documents que han de presentar les persones que conformen la demanda:

- *Curriculum vitae*
- Justificant de la demanda d'ocupació
- Certificat de discapacitat
- Autorització de treball
- Altres

b) Dades que ha de facilitar l'oferta:

- Nombre de persones en la plantilla
- Sector d'activitat

- Altres

c) Forma d'arxiu

d) Còpies de seguretat

e) Procés d'actualització de dades de demanda i oferta

f) Altres

6) Dur a terme una difusió pública dels serveis brindats tant a oferta com a demanda. Les activitats de difusió poden incloure: contactes personals, fullets divulgatius, entrevistes o reunions informatives, relació amb mitjans de comunicació, etc.

7) Fer una anàlisi de les avaluacions que hagin aconseguit altres serveis o programes d'intermediació laboral que estiguin implantats a la zona. Prenent-los com a mostra, es poden establir objectius quantitius per al servei.

3.1.2. Fase d'intervenció o desenvolupament

És la fase en la qual es duen a terme les activitats d'intermediació pròpiament. Es tracta de creuar oferta i demanda per trobar el millor encaix entre totes dues.

Les activitats que es desenvolupen per aconseguir l'objectiu d'intermediació són:

1) Fer accions de màrqueting amb una periodicitat planificada per captar ofertes d'ocupació. Es pot utilitzar el telèfon, el fax, correu postal, correu electrònic, internet (pàgines web, xarxes socials i professionals).

Les relacions amb empreses i altres possibles oferents d'ocupació persegueixen els objectius següents:

- a) Implantar una relació de confiança.
 - b) Aconseguir informació sobre les seves necessitats.
 - c) Mostrar els avantatges del servei d'intermediació.
 - d) Solucionar les possibles objeccions o inquietuds que es puguin plantejar.
 - e) Establir un compromís de col·laboració mútua.
- 2) Aconseguir la fidelització de les empreses usuàries del servei d'intermediació perquè l'utilitzin sempre que necessitin personal.
- 3) Oferir diferents serveis de selecció de candidatures en funció de les necessitats de l'oferta:

a) Selecció completa. És la que s'ofereix en els casos en els quals l'empresa no disposa de departament de recursos humans, ni de personal amb preparació per a fer el seu propi procés de selecció. L'oferta de selecció completa inclou totes les activitats de selecció, com entrevistes, dinàmiques de grup, proves professionals i psicotècniques necessàries. A l'empresa se li presenten una terna de candidats o candidates que millor s'ajustin als requisits prèviament definits per al lloc per l'oferta mateixa. La decisió última de contractació correspon a l'empresa que ha sol·licitat el servei.

b) Preselecció. A l'empresa se li presenta una llista amb les dades curriculars d'aquelles persones candidates que compleixin els requisits prèviament definits en l'oferta, una vegada verificada la disponibilitat i interès en aquesta. L'empresa mateixa desenvolupa la resta del procés de selecció fins al resultat de la contractació.

c) Llista de persones candidates sense contactar. Aquesta fórmula s'utilitza en els casos en els quals hi hagi una urgència en la gestió. La llista de persones candidates que es facilita a l'empresa compleix els requisits exigits en l'oferta, encara que no se n'ha confirmat ni la disponibilitat ni l'interès per aquesta, de manera que haurà de ser l'empresa qui contacti directament.

Una variació d'aquest servei de llista de persones candidates sense contactar seria el servei de consulta de candidats i candidates per mitjà d'Internet. Es tracta d'una borsa d'ocupació en línia en la qual figuren les dades curriculars de les persones demandants i l'oferta pot accedir a conèixer-los introduint una clau d'accés i fent un filtre dels perfils per característiques com: formació, disponibilitat, experiència, àmbit geogràfic, etcètera. Les noves tecnologies de la informació i comunicació faciliten l'agilitat d'aquestes eines.

4) Selecció d'aquelles persones candidates que resultin les més idònies per a les ofertes d'ocupació que es presentin al servei d'intermediació.

5) Resoldre els dubtes de les empreses oferents en relació amb condicions, tipus de contractació o qualsevol altra consulta amb relació a la definició del lloc de treball que necessiten cobrir.

6) Informar a les persones que conformin la demanda d'aquelles ofertes d'ocupació que s'ajustin al seu perfil professional.

7) Assessorar les persones candidates enviades a les ofertes de les empreses en relació amb com són els diferents passos per donar en els processos de selecció d'aquestes empreses.

8) Conèixer i analitzar el resultat obtingut en la gestió de cada oferta d'ocupació tramitada des del servei d'intermediació.

9) Mantenir al dia les dades curriculars de les persones demandants contactades per a ofertes d'ocupació.

10) Quan no es puguin cobrir les necessitats de les empreses, cal derivar les ofertes a un altre servei d'intermediació.

3.1.3. Fase d'avaluació

L'avaluació és el principal instrument de control de la qualitat del servei d'intermediació. Es du a terme tenint en compte les aportacions de totes les persones implicades en el servei: oferta, demanda i personal del servei. El més convenient és fer una avaluació tant quantitativa com qualitativa.

De les conclusions extretes es prenen decisions respecte a la millora del servei (reajustament d'objectius), i per aquest motiu l'avaluació té relació directa amb els procediments de qualitat. De fet, és important elaborar un "manual de bones pràctiques" que reculli els procediments considerats reeixits que formen cadascuna de les accions que es duen a terme en el servei d'intermediació.

Per *procediment* s'entén la manera concreta d'actuar utilitzada per a aconseguir un objectiu de qualitat. En l'anàlisi es té en compte:

- 1) Per a què es fa l'activitat i com se n'avaluen els resultats.
- 2) Com es fa l'activitat:
 - passos per seguir,
 - instruccions operatives,
 - condicions requerides,
 - metodologia, etc.
- 3) Quins són els recursos necessaris.
- 4) Qui ha d'intervenir en la realització de l'activitat i quines són les seves responsabilitats.
- 5) Quan, durant quant temps i on es fa l'activitat.

3.2. Les empreses d'inserció

Amb l'objectiu de facilitar la incorporació al mercat de treball de persones pertanyents a col·lectius en situació de desavantatge social o exclusió, a la fi dels anys vuitanta del segle passat, gràcies a la iniciativa d'unes poques entitats socials de caràcter privat, la majoria sorgides en l'àmbit religiós (López-Aranguren, 2002), apareixen les empreses d'inserció a Espanya.

Des de llavors i fins al 2007, data de la llei espanyola que les regula (Llei 44/2007 de 13 de desembre), les empreses d'inserció, malgrat no haver-hi un marc normatiu en el qual es recolzin, no s'han deixat mai de desenvolupar, sota el paraigua de diferents programes d'ocupació (autonòmics, europeus) i tenint com a promotores tant entitats públiques com privades sense ànim de lucre.

Les empreses d'inserció tenen com a característica diferenciadora respecte a la resta d'empreses el seu caràcter social, ja que faciliten l'accés a una ocupació normalitzada a col·lectius amb especials dificultats. Ho fan per mitjà d'un acompanyament que inclou orientació i formació, i de l'acompliment d'un lloc de treball. El que es coneix com a "inserció per l'economia", que fa referència al fet que estem en una societat en què l'ocupació és un dels principals indicadors de benestar.

Les empreses d'inserció són iniciatives empresarials que, a més de dur a terme activitats empresarials en diferents sectors, creen ocupació i ofereixen itineraris de formació i inserció a persones amb dificultats per a accedir al mercat de treball o en risc d'exclusió. Al mateix temps que generen riquesa econòmica, ja que són rendibles i competitives econòmicament, les empreses d'inserció també són rendibles socialment, ja que incorporen a la societat a persones inactives o aturades, dependents i passives, que deixen de ser-ho.

Les empreses d'inserció procuren a les persones beneficiàries un itinerari d'inserció a l'estil de l'indicat en l'apartat 1 d'aquest mòdul i que, normalment, preveu les etapes següents, segons la Confederació Empresarial Espanyola de l'Economia Social, CEPES:

- **Fase 1.** Acolliment i assessorament. Diagnòstic de la situació de la persona.
- **Fase 2.** Pla de treball elaborat i acordat de manera individualitzada.
- **Fase 3.** Tallers prelaborals.
- **Fase 4.** Formació d'especialització laboral.
- **Fase 5.** En l'empresa d'inserció es posa en pràctica el que s'ha après.
- **Fase 6.** Entrada al mercat de treball ordinari.

"Las Empresas de Inserción se definen como estructuras de aprendizaje, en forma mercantil, cuya finalidad es posibilitar el acceso al empleo de colectivos desfavorecidos, mediante el desarrollo de una actividad productiva, para lo cual, se diseña un proceso de inserción, estableciéndose durante el mismo una relación laboral convencional".

CEPES

De manera que l'empresa d'inserció és únicament un mitjà temporal perquè aquestes persones es puguin capacitar i adquirir competència i experiència que els permetin trobar llocs de treball per si mateixes i en el mercat d'ocupació normalitzada.

Lectura recomanada

L. M. López Aranguren
(2002). *Las Empresas de Inserción en España*. Madrid: CIES.

3.2.1. Requisits de les empreses d'inserció

- 1) Participades en almenys un 51% del seu capital social per una organització social o entitat sense ànim de lucre.
- 2) Tenir en la seva plantilla un percentatge de treballadors o treballadores d'inserció entre el 30 i el 60%, depenent de la comunitat autònoma.
- 3) Revertir en la millora o ampliació de les estructures productives i d'inserció almenys el 80% dels resultats de cada exercici econòmic.

3.3. Els centres especials d'ocupació

Encara que es tracta d'empreses amb l'objectiu principal de fer un treball productiu, mitjançant la seva participació regular en el mercat, també tenen com a finalitat assegurar una ocupació remunerada i la prestació de serveis d'ajust personal i social que requereixin els seus treballadors i treballadores amb discapacitat.

La Llei 13/1982, de 7 d'abril, d'integració social dels minusvàlids, crea aquesta figura dels centres especials d'ocupació com a institucions d'integració laboral considerades com a elements bàsics integradors de les persones amb discapacitat en el món ordinari del treball, sempre que per les seves circumstàncies personals derivades de la seva discapacitat no puguin exercir una activitat laboral en les condicions habituals.

Pot ser titular d'un centre especial d'ocupació qualsevol persona física o jurídica, pública o privada, fins i tot comunitat de béns, amb capacitat jurídica i d'obrar per a ser empresària (societats mercantils, associacions, fundacions).

La seva plantilla ha d'estar formada almenys en un 70% per persones amb una reducció, almenys, d'un 33% de la seva capacitat per al treball, sense perjudici de les places en plantilla del personal sense discapacitat imprescindible per al desenvolupament de la seva activitat.

Els centres especials d'ocupació es conceben com un mitjà d'integració laboral de les persones amb discapacitat en les empreses ordinàries, fi primordial de la política d'integració laboral d'aquest sector, per la qual cosa la normativa reguladora de la matèria insisteix que es tracta d'autèntiques empreses que han de subjectar la seva gestió a les mateixes normes i requisits que afectin qualsevol empresa del sector al qual pertanyin.

4. Suport a les iniciatives empresarials i autoocupació

Quan es parteix d'una situació de desigualtat, o no s'ha tingut oportunitat de formar-se adequadament, o no es disposa de suficients recursos materials, moltes persones que presenten un evident esperit emprenedor i que tenen gran iniciativa veuen com les seves possibilitats d'inserció creant-se el seu propi lloc de treball es redueixen.

Però ocorre que tant l'autoocupació com l'engegada de petites empreses signifiquen una opció d'inserció fonamental just per als casos de les persones que més dificultats troben a intentar accedir al mercat de treball normalitzat. Per aquest motiu, el suport i assessorament a iniciatives empresarials i a l'autoocupació en aquests casos s'han convertit en una de les prioritats dels diferents programes d'ocupació dirigits a persones en situació de vulnerabilitat.

El suport i assessorament que s'ofereix en aquests casos es dirigeix a salvar les dificultats concretes a les quals s'hagin d'enfrontar durant tot el procés d'engegada i desenvolupament de la idea d'autoocupació o de creació d'una empresa. Es concreten en el següent:

- 1) Informació i orientació i acompanyament per a l'engegada d'iniciatives empresarials.
- 2) Assessorament concret i individual per a la realització de l'estudi de viabilitat.
- 3) Suport en el finançament. A través de:
 - a) Concessió directa d'ajudes.
 - b) Suport en la cerca de subvencions i microcrèdits.
- 4) Formació en gestió empresarial.

En els apartats següents coneixerem la manera com les persones professionals que assessoren en matèria d'autoocupació i creació d'empreses fan el seu treball perquè els qui busquin crear-se el seu propi lloc de treball tinguin més opcions d'èxit i ho puguin fer realitat.

4.1. Assessorant en autoocupació i creació de noves empreses

4.1.1. Idea

Tota idea productiva o amb perspectiva empresarial és el resultat de l'interès. On l'interès no actua com a element impulsor, el resultat serà qualsevol cosa, menys empresarial. Quan falta l'interès empresarial, hi pot haver ingressos, però el més probable és que el projecte tingui els dies comptats. L'adjectiu empresarial és el que marca la diferència entre les solucions temporals a l'atur i els projectes amb continuïtat.

Si hi ha un esperit empresarial, darrere hi ha la idea que serveix de punt de partida; si el que es pretén és engegar un projecte que generi el seu propi buit en l'entorn econòmic, molt més que sortir del pas durant una temporada, cal aplicar un criteri empresarial, fonamentat en aquest "interès" al qual al·ludíem en el paràgraf anterior. És a dir, un criteri que té en compte les característiques del mercat en el qual ens movem, l'efecte de la competència, l'establiment d'estratègies comercials i productives que ens situïn en una posició avançada respecte d'aquesta competència, la cerca d'economies en la producció i fins i tot en l'adquisició i tractament de les matèries primeres, quan calguin. Si tenim en compte tot això, estarem parlant d'un projecte empresarial impulsat per l'interès, o sigui, d'un projecte que busca la seva continuïtat en el temps.

I és que, perquè una idea funcioni com una idea de negoci, la persona emprenedora ha d'assumir que es veurà en l'embolic de dirigir, organitzar, responsabilitzar-se, informar-se contínuament, formar-se de manera igualment contínua, replantejar, en un moment donat, el seu projecte i llançar-lo cap a una altra direcció, reunir mitjans econòmics, seleccionar i contractar personal...

Una persona emprenedora ha de saber que el que engega és una empresa, és a dir, una cosa que és més gran que el projecte que inclou, una cosa que genera les seves pròpies necessitats. Ha de saber que tindrà "vida pròpia". I per a això, la persona emprenedora necessita confiança, ambició i capacitat d'organització.

En aquest punt, el treball d'assessorament a un projecte d'autoocupació s'inicia amb l'aplicació d'un doble filtre. En primer lloc, es tracta de saber si tenim al davant una persona amb una idea clara del que vol fer, o, per contra, només es tracta d'algú "avisat" (generalment per una altra persona que sí que ha muntat amb èxit el seu negoci) que l'autoocupació és una bona sortida. El segon filtre es concentrarà a saber si es tracta del seu primer intent, si ha estudiat la viabilitat de la seva idea de negoci i si s'ha informat dels suports administratius als quals pot acudir.

Només amb la descripció d'aquests dos diferents nivells de compromís estem en condicions d'albirar clarament dos tipus de persones davant l'autoocupació: unes, les que podríem denominar "informades" i que poden tenir fins i tot una certa experiència prèvia; i unes altres, que només presenten una disposició favorable envers l'autoocupació sense més. En tots dos casos, tenim a favor el factor "motivació", un element determinant en matèria empresarial, ja que la motivació és l'element generador de la confiança, el valor o l'ambició, components imprescindibles, tots, de l'empresa.

La diferència entre aquests dos tipus de persona significarà la diferència entre un treball de suport o un replantejament "des de zero", en el qual bàsicament caldrà avaluar si la persona que pretén autoocupar-se, realment ho vol fer i realment ho pot fer.

4.1.2. Projecte i pla d'empresa

Qualsevol persona és susceptible de crear la seva pròpia ocupació, si vol i compleix aquests requisits d'interès i motivació. I qualsevol idea, per peregrina que sembli, és factible, encara que haurà de passar pel seu propi filtre, que no és una altra cosa que un procés de desmuntatge dirigit a analitzar tots els components, de manera que puguem saber si estan tots els que es necessiten i si estan suficientment implementats. Dit amb altres paraules, es tracta que la idea primigènia s'haurà de transformar en projecte i pla d'empresa, perquè pugui agafar cos real, és a dir, adaptar-se a la seva realitat circumdant concreta.

En aquest procés, convé fugir de les precipitacions i moure's pas per pas. El primer pas és un aclariment previ sobre cinc aspectes fonamentals. Insistim que el nostre objectiu és, precisament, desmuntar o descompondre la idea primigènia de negoci per la qual creiem albirar un mercat, en els seus elements bàsics.

Ni l'aproximació a la qual ens estem referint, ni tampoc el pla d'empresa definitiu posterior s'ajusten a complicades fórmules matemàtiques sorprenentment infal·libles. El procediment és més senzill d'exposar que una fórmula matemàtica, però més difícil de portar a la pràctica, i avisem d'això a totes aquelles persones que creen que l'assessorament a l'autoocupació es pot reduir a procediments aritmètics. Perquè descompondre una idea de negoci en els seus elements fonamentals no és sinó caure en el compte que hi ha cinc preguntes bàsiques, simples i elementals, les respostes de les quals poden, no obstant això, ser molt complicades, encara que ens serviran de guia per al camí:

- 1) De quin producte o servei es tracta?
- 2) A qui es dirigeix?
- 3) Com es fabrica o es fa i quant costa?

4) Treballarà sola la persona o en necessitarà d'altres amb les quals col·laborarà?

5) On trobarà els mitjans o personal que necessiti?

Semblen preguntes simples i massa evidents. I, de fet, ho són. Però tanquen continguts molt substanciosos. Està molt clar que la primera pregunta defineix el producte. La segona, el mercat. La tercera i la quarta, el procés de producció. I la cinquena, el finançament. El conjunt de respostes ofereix el primer panorama que s'estén sobre la viabilitat del negoci i permet, a més, corregir errors d'embarum, molt habituals entre els qui mai no han engegat una empresa, per petita que sigui. Aquest qüestionari és una primera comparació entre la idea de negoci amb la qual treballem i el mercat real i concret, tal com es troba en aquest moment. Es tracta d'un primer avenç sobre dues qüestions clau:

1) Aquesta idea donaria pèrdues, ja des d'una primera anàlisi?

2) Si dóna pèrdues, es poden superar?

Les respostes a totes aquestes preguntes representen amb prou feines una primera fita en la carrera envers l'autoocupació de la persona a qui estem assessorant. És cert que, si la idea de negoci no supera aquests filtres, caldrà tornar a replantejar-la. I consti que estem utilitzant el verb Replantejar; per a res parlem de *rebutjar* la idea. Només la persona que la proposa està en condicions de concloure que no la portarà endavant si, després d'analitzar-lo des de tots els punts de vista, no veu viabilitat al seu projecte.

A continuació, presentem un qüestionari que no s'ha d'entendre per a res com un test, puntuable segons el tipus de resposta donada a cada pregunta i amb la seva corresponent comptabilització o taula de resultats. Per contra, es tracta de preguntes que és convenient plantejar a la persona en un sentit obert, de manera que de les seves respostes coneguem el grau de convenciment sobre el futur del seu projecte i les seves pròpies capacitats com a persona emprenedora.

- Saps, amb realisme i sinceritat, fins a on pots arribar amb aquesta idea de negoci?
- Què és el que més t'agrada de la teva idea de negoci?
- Què és el que et sembla més ardu, lleig o el que pitjor portes de la teva idea de negoci?
- S'ajusta aquest projecte a la teva manera de ser, xoca amb algun dels teus interessos o activitats que estiguis desenvolupant?
- Et veus realment capaç de portar a la pràctica el teu projecte d'autoocupació?
- Ets conscient que et portarà molt esforç i absorbirà molt temps, de vegades massa?
- A què estàs disposat a renunciar per aconseguir que la teva idea de negoci tiri endavant?

- El tipus de clients amb qui tractaràs et produeix alguna classe de rebuig?
- Trobaràs suport en el teu entorn proper, tant familiar com personal, per a mantenir i desenvolupar la teva idea de negoci?

4.1.3. Pla d'empresa. Què és i com es fa

Per a què serveix un pla d'empresa? Una bona pregunta, a la qual normalment haurem de fer front. *Per què haig de fer això i per a què em servirà* són un lloc comú en qualsevol assessorament per a l'autoocupació.

Aprofundint en la resposta a la pregunta amb la qual obrim aquest apartat, en assessorar en projectes d'autoocupació ens haurem de concentrar en la utilitat d'aquest informe imprescindible. Perquè el pla d'empresa que ineludiblement ha de fer la persona que rep assessorament és l'única carta de presentació del seu projecte d'empresa i l'única referència que tindrà qualsevol empresa o entitat pública sobre les seves possibilitats de futur. Tant si la persona es planteja sol·licitar finançament a una entitat bancària com si es pretén acollir a algun tipus d'ajuda pública, haurà d'aportar el pla d'empresa del seu projecte.

Podem trobar molts models de pla d'empresa, però perquè siguin vàlids han de ser comprensibles, inequívocs i clars. És a dir, adequats a les exigències tant d'un organisme públic com d'una entitat privada. Serà un informe imprescindible que tindrà tres àrees fonamentals:

1) Presentació de la futura empresa

- Nom,
- domicili social,
- forma jurídica i persones responsables,
- adreces i telèfons de contacte.

2) Pla d'empresa pròpiament dit

- Es tracta, com veurem, dels punts bàsics del projecte empresarial.
- Mercat al qual es dirigeixen els productes o serveis.
- Innovacions i avantatges, respecte a productes de la competència.

3) Índex general

Però aquests tres punts només es poden abordar al final d'un treball d'autoexploració i recerca sobre les característiques econòmiques de la idea de negoci que estem assessorant.

El pla d'empresa (ens referim al punt 2 de les tres àrees indicades) ha de tenir els apartats següents:

- Anàlisi del mercat.

- Producte. Producció. Matèries primeres.
- Comunicació.
- Comercialització.
- Identificació i localització.
- Recursos humans.
- Finançament, inversions i viabilitat.
- Calendari d'accions.

1) Anàlisi del mercat

Per a algú que engega un projecte, una anàlisi del mercat no és una altra cosa que un procés de reflexió, una manera de demostrar que és capaç de preveure incidències i que ha meditat sobre les característiques del terreny en el qual es mourà. Pel que fa a això, és important assenyalar que la major part de les activitats econòmiques, lluny d'enquadrar-se en epígrafs o àrees de negoci generals, s'integren realment en subdivisions molt més concretes. La tasca mateixa d'enquadrar la idea de negoci en alguna d'aquestes subdivisions representa, per a la persona que estem assessorant, un treball de definició de l'empresa i una aproximació a la resta d'activitats que s'integren en el ventall de la seva competència. Induir que ho faci és una bona estratègia, perquè es vagi familiaritzant amb el seu futur negoci.

Molt en concret, l'anàlisi de mercat al qual ens referim representarà establir:

- Els diferents segments del mercat en els quals pot entrar el producte o servei en qüestió.
- La competència. Quins tipus d'empreses són. Són moltes o poques. Quin grau de control del mercat exerceixen. Quin buit deixen a la idea de negoci que assessorem.
- Sistemes d'introducció al mercat del producte o servei en qüestió.
- Mètodes de distribució i venda.
- Estratègies de preus.
- Recopilació d'informes i estudis sectorials d'interès per al projecte.

En la delimitació d'aquests apartats convé que la persona emprenedora faci, sempre que sigui possible, algun tipus d'aproximació directa a la competència, de manera que sàpiga de primera mà quins són els problemes als quals s'haurà d'enfrontar i evitar recolzar-se en rumors generalment equivocats.

2) Producte. Producció. Matèries primeres.

Més que un element inseparable del mercat, el producte és una part d'aquest. La diferenciació entre l'un i l'altre no és més que un recurs pedagògic, a l'efecte d'ensenyar el que creiem és un bon mètode per a elaborar un pla d'empresa en un procés d'orientació envers l'autoocupació. Però, més enllà del text d'un curs, l'elaboració d'un informe sobre la plasmació d'una idea de negoci implicarà que, en realitat, l'anàlisi de mercat i el del producte es faran al mateix

temps. Si investiguem sobre un mercat ho fem des del punt de vista d'un determinat producte, per la qual cosa l'anàlisi es fa amb criteris comuns i simultàniament.

Però, continuant amb el “procediment pedagògic”, l'apartat del pla d'empresa relatiu al producte, la producció (com a procés) i les matèries primeres ha d'aconseguir la màxima proximitat. Un producte o un servei ha de ser analitzat (o el que és el mateix, “descompost”), amb detall, buscant les seves característiques principals, però també, comparant-lo amb altres productes similars i buscant diferències, d'acord amb les diferents tecnologies de fabricació; o de desenvolupament, si es tracta d'un servei.

En resum, aquest capítol del pla d'empresa ha d'incloure els continguts següents, diferenciats i separats:

- Definició de l'activitat de l'empresa, amb detall del tipus de sector i subsector en els quals encaixa i els segments de mercat als quals es dirigeix.
- Definició dels **productes o serveis** que farà, amb indicació de les necessitats que cobreixen, si aporten valor afegit tecnològic al producte, característiques, tipus d'envasos o embalatges que els afecten i, potser el més important, diferències amb els productes o serveis de la competència.
- **Producció.** Es tracta de descriure amb detall com es farà la fabricació del producte o el desenvolupament del servei, etapes, temps, ritme de producció.
- **Matèries primeres.** Caldrà definir quin tipus de matèries primeres necessitem per a la fabricació, on les aconseguirem (indicant mercats d'aprovisionament alternatius), evolució recent dels preus i política d'emmagatzematge.

3) Comunicació

Sol ocórrer que, mentre s'està elaborant un projecte d'autoocupació (un procés, no ens cansarem d'insistir sobre això, bàsicament similar al disseny d'una activitat empresarial en general), la persona que rep l'assessorament s'hi troba tan submergida que no és conscient que només ella i qui l'assessora en coneixen l'existència, les característiques i les possibilitats.

Però el que interessa és que sigui el projecte i les seves característiques el que arribi al mercat. I el que és més, que entri al mercat amb un missatge positiu. Això és fonamental, perquè el nou projecte se submergirà en un camp de batalla, en el qual hi ha altres agents actius, amb més experiència i, sobretot, bons coneixedors del comportament d'aquest mercat, en el qual han aconse-

guit mantenir-se i guanyar diners. Davant aquest panorama, no ens podem limitar a considerar que la societat reacciona automàticament davant missatges poc elaborats i amb continguts neutres. L'objectiu és vendre's i vendre's bé.

La descripció de l'estratègia de comunicació, dins del pla d'empresa, es fonamenta en tres elements:

a) Estratègia publicitària. S'ha de detallar al màxim, indicant, en primer lloc, els objectius plantejats (molt concretament, què és el que volem aconseguir amb cada anunci), i també els mitjans, suports i fases del pla de publicitat. Molt important: l'objectiu de la publicitat no és informar, sinó aconseguir que els nostres clients potencials acabin essent els nostres clients i comprin els nostres productes o serveis. I tenir això sempre present pot estalviar molt temps i diners. La imaginació puntua: tothom espera de nosaltres un catàleg; però si sorprenem, caurem millor. Si marquem la diferència, transmetem que som diferents. Més sintèticament:

I. Objectius

Exemples:

- 1) Incidir sobre nous consumidors d'aquest tipus de producte, com aquelles persones de determinat nivell social o que treballen en segons quins sectors.
- 2) Ampliar l'espectre de nous clients a persones amb característiques determinades.
- 3) Aconseguir un coneixement òptim del producte, en tota la nostra comunitat autònoma, en un termini no superior a x mesos.

Mai no s'han establir més de quatre objectius per a una estratègia publicitària.

II. Mitjans / Suports

Exemples:

- 1) Tríptics per a bustiades.
- 2) Emissores de ràdio locals.
- 3) .../...

III. Fases

Exemples:

- 1) Tríptics. De tal data a tal data.
- 2) Emissores de ràdio locals. De tal data a tal data.
- 3) .../...

b) Promoció de les vendes. Per exemple, política de descomptes, regals, formes especials de pagament...

c) Relaciones públiques. Es tracta d'accions dirigides a "enfortir els vincles" de l'empresa amb els diferents públics als quals els pot interessar el que ofereix. És una manera de "projectar" que l'empresa i els diferents públics objectiu als

quals es dirigeix comparteixen els mateixos valors d'identitat, cultura i visió del món. Avui dia les xarxes socials constitueixen el mitjà més barat i el millor exemple per aconseguir aquestes finalitats.

4) Comercialització

Els productes manufacturats o els serveis que es pretenen desenvolupar només existiran, en la mesura que es venguin. Convé no perdre mai el nord i ser molt conscient que el sou d'una persona que crea la seva pròpia ocupació està íntimament relacionat amb els ingressos que genera el seu projecte d'empresa. I aquests dependran del comportament del mercat.

En aquest capítol del pla d'empresa, haurem de presentar:

a) La fórmula o fórmules de **distribució** dels productes o serveis. Definir si es tracta de distribució a domicili, si no es preveu aquest tipus de distribució, els canals de vendes complementaris (venda per catàleg, internet, telèfon, etc.)

b) Les polítiques de **preus**. En aquest apartat, no importa tornar a fer referència al que hem exposat més amunt, en concret, dins de les fórmules de “promoció de les vendes” que vèiem en l'apartat de l'estratègia de comunicació prevista per al desenvolupament de la idea de negoci que estem assessorant.

c) **Estructura de les vendes**. És a dir, si està prevista una xarxa de punts comercials o botigues fixes, o promotors i promotores comercials, o comissionistes, o exclusivament vendes per Internet... Cadascuna d'aquestes fórmules genera un pressupost diferent de despeses.

5) Identificació i localització

L'elecció del nom d'una empresa no és un exercici gratuït, tenint en compte que hi ha empreses que obren mercats amb extraordinària facilitat, per l'originalitat del seu nom, i que altres creen un nom, buscant certa confusió amb el nom d'altres empreses que ja existeixen. De vegades, el nom d'una empresa està enfocat a agradar al públic principal al qual es dirigeix. En altres, fa referència a les característiques noves del producte. O al seu origen.

Però hi ha un aspecte fonamental, pel que fa al nom d'una empresa, i és que convé triar-lo bé, perquè resulta molt difícil canviar-lo, a més de poc convenient. Una empresa es defineix per allò que ven i pel seu nom: qualsevol canvi en aquests dos elements significarà, en la ment de la clientela, un canvi en els seus fonaments, amb el risc de donar la imatge que l'empresa hauria deixat d'existir, o el que és el mateix, hauria canviat de públic destinatari dels seus productes o serveis.

L'elecció d'un nom poc comercial (o vulgarment anodí) pot significar un esforç doble per a la persona que aspira a autoocupar-se. Un nom adequat, per contra, obre portes amb més facilitat. Agrada i genera simpatia envers el que ven. En el procés d'assessorament, un bon consell és que la persona aportï diversos noms per al seu projecte, però no es decideixi per cap, fins passat cert temps. Li resultarà útil portar-los "al carrer" i consultar amb amistats o familiars sobre la denominació més convenient.

En l'aspecte formal, aquesta fase inclourà l'elecció de la forma jurídica més convenient. En aquest terreny, s'haurà de fer un escombratge de les fórmules jurídiques existents i de totes les ajudes a les quals pot accedir des de cadascuna. A partir d'aquí, serà la persona emprenedora qui prengui l'última decisió sobre la fórmula més adequada per al seu projecte.

Quant al domicili social i localització d'instal·lacions (lloc de producció o magatzems de matèries primeres i productes), l'aspecte relatiu a les ajudes es converteix en un factor fonamental, per raons òbvies. Segons de quin projecte de negoci es tracti, caldrà una gran inversió inicial... o fins i tot cap. Per això, cal mirar amb lupa la ubicació del futur negoci, buscant els suports financers que calguin.

6) Recursos humans

Com a pas previ, és imprescindible dissenyar l'organigrama "ideal" de l'empresa en qüestió. Si el projecte té vocació de mantenir un format unipersonal, el treball haurà acabat aquí. Però no resulta estrany trobar-nos amb projectes que preveuen una evolució. I així, la persona emprenedora que els impulsa entén la seva entrada en el món de l'autoocupació com la fase inicial d'un projecte que posteriorment creixerà. En aquests casos, ja des d'un principi, podríem perfilar un futur organigrama ideal, en el qual no solament hauríem d'incloure els perfils professionals que el projecte necessitarà, sinó també l'eventual necessitat d'incorporar altres col·laboradors.

A l'efecte de la redacció d'un pla d'empresa, resulta molt útil deixar clars i ben definits els dos punts següents:

a) Organigrama ideal de l'empresa.

b) Recursos humans definitius. És a dir, expressió i definició de tots els llocs de treball que siguin necessaris i que es derivin d'aquest organigrama. Convé donar la imatge que tenim les idees molt clares, de manera que caldrà definir lloc per lloc, indicant, en cadascun, les funcions i responsabilitats, i també el procés de captació de les persones que els exerciran, ara o en un futur ideal.

7) Finançament, inversions i viabilitat

Aconseguit aquest punt, ha arribat el moment de sumar les despeses que implica engagar el projecte d'autoocupació. Repassar, apartat per apartat, recopilar les xifres d'inversions que hauríem d'escometre i establir els accessos més adequats als diners que necessitem. Perquè finançar no solament és determinar les necessitats de despeses i fer-ho bé (cosa no gens fàcil, per cert), sinó buscar fonts d'ingressos per a cobrir aquestes despeses.

I subratllem el plural (fonts d'ingressos), perquè el més normal és recórrer a diverses entitats financeres i organismes públics (subvencions), segons de quin capítol d'inversió es tracti. Perquè, a més, diversificar les fonts d'ingressos reduirà els riscos, en el sentit que, si només comptem amb una font de finançament (per exemple, un banc), i en el futur, aquesta entitat sofreix algun problema (o la nostra empresa el té amb aquesta), se'ns enfonsarà tot l'edifici que hem construït. Diversificant, reduïrem aquest risc i tindrem sempre altres recursos alternatius als quals acudir, si ocorre qualsevol eventualitat.

També a l'efecte de redacció del Pla d'empresa, seria interessant que, en l'apartat relatiu al finançament, s'emplenessin, un a un, els punts següents:

a) Pla d'inversió general. Establir les necessitats en matèria del següent:

- Actius fixos (despeses d'establiment i capital immobilitzat).
- Actius circulants (matèries primeres, tresoreria necessària per a l'engegada...).

b) Programa d'amortització dels actius fixos.

c) Pla de finançament general de l'empresa. Com serà l'estructura de finançament, és a dir, quina part posa la persona que acudeix al nostre servei, quina part posen altres socis i sòcies o entitats financeres, quina part depèn de subvencions.

d) Pla hipotètic de necessitats d'inversions, per als cinc primers anys del negoci.

e) Pla hipotètic d'ingressos, per als cinc primers anys.

8) Calendari d'accions

Es tracta d'establir un calendari amb les principals fites que es marca l'empresa, és a dir, els moments en els quals abordarà cada procés fonamental del negoci. No representa un document de compliment obligat, ja que es tracta de dates aproximades. Però si qualsevol entitat o empresa a la qual s'acudeixi per finançar el projecte que estem assessorant veu que la persona emprenedora que ha acudit al nostre servei té clar què cal fer i quan (encara que posteriorment hagi d'anar adequant les dates a la realitat), interpretarà que està decidida a dur-ho

a terme, que té una idea definida del seu projecte, que sap quines fases ha de seguir per a introduir-lo en el mercat, que té en compte els moviments hipotètics de la competència... És a dir, que, com a persona promotora, és solvent.

5. Altres mesures

5.1. Xarxes de cooperació

La col·laboració i el treball en xarxa constitueixen un dels elements clau en l'avenç de la inserció laboral de les persones que per diferents causes es troben en situació de vulnerabilitat. La participació social resulta fonamental per a la consecució de l'objectiu de la seva inserció social i laboral. És més, ja en si mateix, afavorir el treball en xarxa, la cooperació entre entitats i organismes implicats, representa una millora rellevant per al resultat de la intervenció. Estar “al servicio de las mismas estrategias es ayudar a generar el tejido sociocultural para combatir la exclusión” (Frago, Jover, López, Márquez i Mora, “Equipo Promociones”, 1999).

Aquesta rellevància i necessitat de col·laboració entre el públic i el privat està recollit expressament en la redacció del Pla Nacional d'Acció Social 2013-2016, en el qual es remarca:

“Hay que poner de relieve la importancia que la colaboración público-privada adquiere en el ámbito de la lucha contra la pobreza y la exclusión social y, en especial, el protagonismo del Tercer Sector de Acción Social como actor clave”.

PNAIN 2013-2016

El teixit sociocultural al qual fa referència l'Equipo Promociones i l'últim PNAIN està conformat, per esmentar els més significatius, pels serveis públics d'ocupació i les seves entitats col·laboradores, i també altres organismes públics; per les Universitats i altres centres formatius; per les organitzacions sindicals i empresarials; també, i amb un significatiu paper, les ONG i les associacions, especialment aquelles que representin els col·lectius vulnerables, però també s'inclouen altres associacions el paper de les quals no s'ha d'oblidar, com les veïnals, per exemple. Sense oblidar el paper que les empreses mateixes fan, en l'exercici de la responsabilitat social corporativa, fonamentalment, encara que la implicació directa de les empreses als programes d'ocupació, col·laborant amb les entitats que els promouen, també els permet aprofitar-se dels resultats més fàcilment.

Hi ha diferents fórmules de cooperació entre institucions, organismes i entitats:

- La creació de comitès, consells o comissions.
- A través d'instruments com plans estratègics i programes de desenvolupament.

- Xarxes de cooperació pluriregional i transnacional, formades per agrupacions territorials que executen programes d'ocupació i de lluita contra la discriminació en diferents àmbits geogràfics. L'objectiu de l'establiment d'aquestes xarxes és aconseguir una aplicació uniforme i al més homogènia possible dels diferents programes en tot el territori d'aplicació, sense perjudici d'aquelles adaptacions que resultin obligades a les particularitats de les diferents zones.

“El trabajo en red supone compartir un análisis, una valoración sobre las necesidades. Es decir, un diagnóstico de la realidad social sobre la que se actúa; para poner en marcha una estrategia conjunta que supone articular medios, recursos, proposiciones y elementos reivindicativos.”

Guía metodológica de participación social de las personas en situación de pobreza y exclusión social.

EAPN-ES (2012)

5.1.1. Tipus de col·laboració

- Promoció d'actuacions que promoguin l'accés al mercat en situació d'igualtat dels col·lectius amb dificultats especials.
- Foment de la participació en les actuacions de les persones que pertanyen als col·lectius que presenten més dificultats per a la inserció.
- Suport i impuls a diferents iniciatives, amb especial atenció a aquelles que resultin més innovadores i que generin ocupació de qualitat.
- Compartir experiències i intercanviar informació rellevant que serveixi per a estendre les bones pràctiques.
- Desenvolupament de models metodològics d'intervenció.
- Planificar i desenvolupar mesures actives d'ocupació.
- Anàlisi de tendències del mercat laboral.

5.2. Sensibilització

La necessitat de dur a terme campanyes i actuacions destinades a trencar amb la desconfiança a la qual porten determinats estereotips i prejudicis socials sobre els col·lectius de persones que es troben en risc d'exclusió s'explica per la relació existent entre estereotip, prejudici i discriminació.

Quan els prejudicis porten una persona a actuar d'una determinada manera respecte a un grup o una persona prejutjada per un estereotip, el resultat esperat és la discriminació. Per aquest motiu, per trencar amb aquesta dinàmica

i promoure el canvi de mentalitat i actitud de la població en general i de les persones responsables de la contractació en particular, es duen a terme accions de sensibilització.

Aquestes accions de sensibilització poden ser:

- **Específiques:** dirigides a grups concrets.
- **Transversals:** incorporen la sensibilització al llarg del treball quotidià.
- **Preventives:** les que es duen a terme per evitar l'aparició de la discriminació.
- **Pal·liatives:** les encaminades a mitigar, suavitzar o atenuar el resultat dels comportaments discriminatoris.

Les accions de sensibilització es dirigeixen als col·lectius següents:

- Persones responsables de la contractació de treballadors, com a responsables de recursos humans o els equips directius de les empreses.
- Persones amb capacitat de decisió en l'engegada i desenvolupament de les polítiques de les diferents administracions públiques.
- Professionals de la intervenció social en els programes d'ocupació de les diferents entitats, organismes, organitzacions sindicals i empresarials, etc.
- Les persones beneficiàries de cada projecte.
- En general, tota la societat.

El Pla Nacional d'Acció per a la Inclusió Social 2013-2016 estableix en onze de les seves dues-centes quaranta actuacions proposades la inclusió de campanyes de sensibilització en les matèries següents:

- Contra la violència de gènere
- Orientades a fomentar la coresponsabilitat entre dones i homes en l'àmbit domèstic, la cura de menors i de persones dependents.
- Per a derrocar i eliminar prejudicis i estereotips que afecten directament grups vulnerables.
- Per a aconseguir la plena escolarització.
- Sobre la importància de continuar estudis de batxillerat i FP.

- Per a afavorir la inclusió social, ciutadania activa i ocupabilitat de la joventut amb menys oportunitats.
- Sobre la igualtat de tracte i no-discriminació de la població immigrant.
- Contra la discriminació per origen racial o ètnic.
- De conscienciació sobre la necessitat de participar en temes socials per mitjà del voluntariat.

5.3. Infraestructures d'intervenció

Uns recursos humans especialitzats, encara que imprescindibles, no garanteixen l'èxit de la intervenció sociolaboral. Tampoc disposar d'unes bones infraestructures que permetin el desenvolupament correcte d'aquesta intervenció. Però sense tots dos és materialment impossible apropar-se gens ni mica als objectius perseguits. Prenguem nota de les mínimes infraestructures precises:

- Aules equipades amb recursos tècnics actualitzats i amb els mitjans audiovisuals idonis.
- Despatxos preparats per a una atenció individualitzada correcta.
- Espais de lliure accés que permetin a les persones ser protagonistes actives del seu propi procés d'inserció.
- Equipament informàtic adequat i suficient.
- Centres de documentació que incloguin recursos bibliogràfics i facilitin el treball de recerca.

5.4. Eines i recursos metodològics adaptats

Per a facilitar el treball d'intervenció sociolaboral, una de les mesures complementàries que més rellevància ha anat adquirint amb el temps és l'elaboració i adaptació d'eines metodològiques apropiades. Arribats a aquest punt, hem de reconèixer que aprofitar les tècniques i eines d'altres disciplines per al treball d'intervenció en matèria d'assessorament en la cerca d'ocupació és una cosa que hem fet *tota la vida*. En el cas concret de l'orientació sociolaboral, és conegut que *peca*, precisament, de no disposar d'eines i tècniques pròpies, de manera que els qui treballen en això no han tingut més remei que convertir-se en hàbils adaptadors de les d'altres disciplines, com l'orientació pedagògica, la selecció de personal o el treball social.

Amb tot, l'elaboració d'eines i recursos metodològics que facilitin la tasca d'inserció als programes d'ocupació, ha experimentat un auge gràcies a les anomenades *noves tecnologies de la informació i comunicació*. Destaquem:

- L'elaboració de materials en diferents suports: manuals didàctics, procediments metodològics, guies de recursos, CD-ROM interactius...

- La creació de sistemes informàtics en línia per a la intermediació laboral.

5.5. Ajudes

En moltes ocasions, les persones que es troben en situació de vulnerabilitat tenen autèntica urgència econòmica, necessitat d'obtenir ingressos de manera ràpida. I això és una cosa que limita les seves possibilitats, i es converteix en un element de discriminació.

El treball que es fa en l'economia informal, quan hi ha la necessitat de mantenir aquests ingressos, impedeix que la persona pugui fer una cerca en l'economia formal, o que pugui assistir a un curs. És una cosa que se sol aguditzar en el cas de les responsabilitats familiars, com les dones que són cap de família monoparental i no disposen de mitjans econòmics. Per pal·liar aquest tipus de situacions, unes de les actuacions que es duen a terme des de les entitats que treballen en la inserció de col·lectius en risc d'exclusió és la concessió de beques i ajudes.

5.6. Les clàusules socials

Són condicions o criteris que s'inclouen en els plecs administratius que reglamenten els procediments d'adjudicació d'un contracte públic i que tenen com a objectiu incloure aspectes socials en la contractació pública.

Aquestes clàusules es poden incloure com a requisit previ, com a element de valoració, o com una obligació inherent al contracte.

La Llei 30/2007 de 30 d'octubre, de contractes del sector públic, indica en l'article 102:

“La possibilitat d'establir en els contractes públics aquelles condicions especials en relació amb l'execució del contracte, referides a aspectes de tipus mediambiental o a consideracions de tipus social, amb la finalitat de promoure l'ocupació de persones amb dificultats particulars d'inserció en el mercat laboral, eliminar les desigualtats entre l'home i la dona en aquest mercat, combatre l'atur, afavorir la formació en el lloc de treball, o altres finalitats que s'estableixin amb referència a l'estratègia coordinada per a l'ocupació”.

La perspectiva general que es projecta des d'aquest conjunt de recomanacions i mesures que s'agrupen sota l'ampli paraigua de les clàusules socials parteix del reconeixement de la cohesió social com una necessitat ineludible. La construcció de la Unió Europea es fa des d'aquesta perspectiva i no hi ha un sol país vinculat al projecte europeu que rebutgi totalment l'aplicació de les clàusules socials en les contractacions públiques. Ja des de la seva terminologia mateixa, la defensa d'un model social no exclouent s'aferma amb molta força, no solament en les diferents legislacions nacionals, sinó en la vida social mateixa. I així, es parla de contractació pública responsable i el concepte a què ens referim s'estén com una teulada, sota la qual troben cabuda totes les mesures

a favor de la integració de la població discapacitada, o a favor de la igualtat entre dones i homes, el comerç just, la cura del medi ambient, la qualitat en l'ocupació i, com no, tot el que tingui a veure amb la inserció sociolaboral.

I és en l'àmbit de les contractacions públiques on les clàusules socials busquen la seva projecció principal. Potser, com no podia ser d'una altra manera, perquè, al cap i a la fi, si els diners públics, que és el fons econòmic de la societat, no enfoca part del seu interès en l'extensió d'aquest tipus de recomanacions i mesures d'intervenció, qui ho farà en el seu lloc? La potència d'inversió de les administracions públiques continua essent un filó insubstituïble, a aquests efectes. Valgui com a mostra el fet que el conjunt d'organismes públics de tota naturalesa dediquen a l'adquisició de béns i serveis, el 16% del producte interior brut, una xifra que ofereix el seu ple significat si la traduïm als 2.000 euros per habitant i any als quals equival. Per aquesta raó, es considera que quan una administració pública adjudica un contracte, no solament està actuant en el terreny econòmic, sinó que està impactant decisivament en el mercat i en l'ocupació, segons una visió keynesiana que, malgrat que ha estat discutida i discutible, s'ha de tenir molt en compte, almenys en la mesura en què tota l'Europa del Nord ha arribat on ha arribat gràcies a una utilització intel·ligent d'aquesta fórmula. Fins i tot les no precisament poques veus que atribueixen un efecte neutre (o fins i tot negatiu) a les clàusules socials, no es poden negar al fet que la intervenció pública genera sempre algun tipus d'impacte positiu, amb un mínim esforç.

En el que tothom coincideix és que la lliure concurrència i la no-discriminació han de ser el fonament de l'actuació de les administracions públiques, quan aquesta intervenció influeix en el mercats, però que tampoc no s'ha d'eludir la defensa i fins i tot la inclusió, quan no n'hi ha, de principis i objectius de caràcter social que formen part de la seva responsabilitat. L'Estat, per mitjà de les seves diferents administracions, està compromès amb l'equilibri entre la generació de la riquesa i l'atenció necessària als mínims socials.

Resum

Les actuacions que es duen a terme des dels diferents serveis de promoció de l'ocupació per aconseguir la inclusió social de les persones que pertanyen als anomenats col·lectius en risc d'exclusió social no difereixen en el seu fons de les pròpies per a qualsevol altre col·lectiu. Les diferències estan, fonamentalment, en els estils d'intervenció, en la implicació i en certs aspectes puntuals i concrets, sempre derivats de les particularitats de cada cas.

La responsabilitat de la inserció d'aquests col·lectius no recau exclusivament en ells, o en els serveis que els assessoren i acompanyen en la seva integració: també en altres aspectes del model de societat al qual pertanyen. L'exclusió social i laboral compon la manifestació més cruel de l'actual societat tan competitiva que expulsa els sectors menys afavorits, quan ella mateixa ha establert com a garantia de cohesió social, precisament, el treball. És la societat mateixa qui ha de respondre a aquesta necessitat i, en aquesta tasca, els programes d'ocupació dirigits a la inserció dels col·lectius més vulnerables compleixen un objectiu imprescindible.

La construcció d'itineraris d'inserció es converteix en l'eix fonamental de la intervenció, que ha d'incloure, en funció de les necessitats detectades en cada cas, actuacions d'intermediació, formació per a l'ocupació o assessorament a l'autoocupació. Tot això sense deixar d'atendre altres aspectes també rellevants, com les xarxes de cooperació, la sensibilització, la recerca i millora metodològica i de recursos i eines, i les ajudes, privades i públiques, directes, com les beques, i indirectes, com les clàusules socials.

Glossari

agent d'intermediació *m* Entitats públiques i privades que dinamitzen el mercat de treball (serveis públics d'ocupació, COIE, agències privades de col·locació, borses d'ocupació, consultores, ETT, empreses de subcontractació...).

comissió (col·laboració) *f* Una comissió és la que es forma amb representants de les diferents entitats i organismes involucrats per resoldre assumptes puntuals i conflictes, o per adoptar acords.

comitè (col·laboració) *m* Per *comitè* se sol definir els òrgans formats per persones expertes sobre una matèria, que actuen en representació d'un determinat col·lectiu, o d'una entitat o organisme. Són grups de treball creats per coordinar, dissenyar o avaluar els projectes i les intervencions.

condició laboral (intermediació) *f* Apareixen vinculades a les ofertes de treball, i és el perfil professional, com comentat abans, el que l'empresa requereix per al lloc i les condicions laborals el que ofereix: salari, vacances, formació, jornada de treball, tipus i durada del contracte, etc.

consell (col·laboració) *m* Els consells se solen referir a òrgans consultius. La seva funció acostuma a ser l'emissió d'informes sobre els assumptes sotmesos a consideració seva.

discriminació *f* Tracte diferent i perjudicial que es dóna a una persona per motius de raça, sexe, idees polítiques, religió...

entorn empresarial (intermediació) *m* Referit a les empreses que seran clients del servei d'intermediació (activitat, sector, necessitats de personal...).

escola taller i casa d'oficis *f* Són programes públics d'ocupació i formació que tenen com a finalitat la inserció de joves aturats de menys de 25 anys, alternant el treball i la pràctica professional i afavorint les oportunitats d'ocupació en activitats relacionades amb la recuperació i promoció del patrimoni artístic, històric, cultural o natural, amb la rehabilitació d'entorns urbans o del medi ambient i la millora de les condicions de vida de les ciutats. Les escoles taller poden tenir una durada mínima d'1 any i màxim de 2, i se'n pot prorrogar la durada, però amb renovació dels participants. Les cases d'oficis duren un any. Tots dos casos consten d'una etapa formativa que es desenvolupa al llarg de 6 mesos, seguida d'una altra en la qual s'alterna la formació i el treball per mitjà de contractes en pràctiques i d'aprenentatge. En finalitzar s'obté un certificat de professionalitat, que pot servir per a convalidar-lo pels mòduls que corresponguin de la formació professional específica regulada per la LOGSE.

estereotip *m* Idea, expressió o model simplista, incomplet o generalitzador sobre una persona o un grup de persones que comparteixen certes característiques.

gestió d'ofertes d'ocupació (intermediació) *f* És l'activitat que consisteix a seleccionar el candidat o candidata idònia que s'ajusti als requisits de l'oferta.

mediador laboral *m* Personal tècnic que serveix de pont entre demandants d'ocupació i empreses.

ocupabilitat *f* Probabilitat que una persona que es troba en situació de desocupació accedeixi a un lloc de treball.

oferta d'ocupació (intermediació) *f* Sol·licitud de personal plantejada per l'empresa amb la finalitat d'aconseguir candidats per a cobrir un lloc de treball. Ha d'incloure la informació sobre el lloc per desenvolupar, requisits imprescindibles i valorables, remuneració, jornada laboral, tipus de contracte i la durada, etc.

perfil professional (intermediació) *m* Són les característiques de la persona idònia per a cobrir el lloc. Característiques tant internes (motivació i personalitat) com externes (formació i experiència laboral).

prejudici *m* Opinió preconcebuda, generalment negativa, envers alguna cosa o algú.

públic objectiu *m* Conjunt de persones amb característiques comunes a qui es dirigeix una determinada acció publicitària.
en target

qualificació professional *f* El conjunt de competències professionals amb significació per a l'ocupació que poden ser adquirides mitjançant formació modular o altres tipus de formació, i també per mitjà de l'experiència laboral.

relació amb empreses (intermediació) *f* Activitats referents al contacte amb oferents potencials d'ocupació (accions de captació d'empreses).

relació laboral (intermediació) *f* Vincle entre persones demandants i entitats ocupadores per mitjà d'una contractació laboral o d'inserció laboral (contracte en formació, pràctiques en empresa...).

responsabilitat social corporativa *f* Contribució activa i voluntària per a la millora social, econòmica i ambiental de les empreses.

selecció *f* Presentació a l'empresa del candidat o candidata idònia per a cobrir un determinat lloc de treball una vegada fetes les proves de selecció necessàries per a determinar-lo.

sensibilització *f* Conjunt d'accions que pretén influir sobre les idees, percepcions, estereotips, conceptes de les persones i dels grups per provocar un canvi d'actituds en les pràctiques socials, individuals i col·lectives (Definició del Pla Estratègic de Ciutadania i Integració).

taller d'ocupació *m* Els tallers d'ocupació són programes mixtos d'ocupació i formació dirigits a persones aturades de vint-i-cinc o més anys perquè adquireixin formació professional i pràctica laboral per mitjà de la realització d'obres o serveis d'utilitat pública o interès social que tinguin relació amb els anomenats nous jaciments d'ocupació. L'objectiu és facilitar la inserció laboral posterior tant per compte d'altri com mitjançant la creació de projectes empresarials o d'economia social.

target *m* Vegeu **públic objectiu**

Bibliografia

Frago, E.; Jover, D.; López, V. M.; Márquez, F.; Mora, G. (1999). *Trabajar para Vivir. Una propuesta innovadora de Inserción Sociolaboral*. Madrid: Miraguano Ediciones, Grupo Promocions.

Guía Metodológica de participación de Personas en Situación de Pobreza y Exclusión Social (2012). Producte col·lectiu de European Anti Poverty Network España, EAPN-ES, coordinat per M. L. Franco Rebollar i C. Guilló Girard, de Folia Consultores, Madrid.

López-Aranguren, L. M. (2002). *Las Empresas de Inserción en España*. Madrid: Editorial CIES.

Plan Nacional de Acción para la Inclusión Social del Reino de España 2013-2016. Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, Gobierno de España.

Rodríguez Espinar, J. (1993). *Teoría y Práctica de la Orientación Educativa*. Barcelona: Editorial Promociones y Publicaciones Universitarias PPU.

Román Sánchez, J. M. i García Villamizar, D. A. (1990). *Intervención clínica y educativa en el ámbito escolar*. València: Promolibro.

