



Buenas prácticas de sensibilización empresarial para la promoción del empleo entre las personas que viven con VIH.

EXTRACTO DEL SEMINARIO DE FORMACIÓN

BUENAS PRÁCTICAS DE SENSIBILIZACIÓN EMPRESARIAL PARA LA PROMOCIÓN DEL EMPLEO ENTRE LAS PERSONAS QUE VIVEN CON VIH

MADRID, 2 y 3 DE NOVIEMBRE DE 2009

Impartido por:



Coordinado por:



Con el apoyo de:



Secretaría del Plan Nacional sobre el SIDA.



Buenas prácticas de sensibilización empresarial para la promoción del empleo entre las personas que viven con VIH.

1. Introducción.

El apoyo a la inserción laboral entendido como el conjunto de tres procesos:

- a) Formación
- b) Orientación
- c) Intermediación Laboral

La Formación y la Orientación se centran en la capacitación de las personas que merecen una atención compensatoria para lograr su incorporación al mercado de trabajo.

Por Intermediación Laboral se entiende todas aquellas acciones dirigidas al ámbito de la empresa con el objetivo de acrecentar las posibilidades de inserción laboral de nuestros/as usuarios/as. Incluye la sensibilización empresarial, la prospección empresarial y/o la fidelización empresarial (por ejemplo, el acceso privilegiado a los procesos de selección).

La Responsabilidad Social Corporativa supone para las empresas la identificación de nuevos grupos de interés, no solamente la Junta de Accionistas o los clientes sino también la plantilla o equipo de trabajo; la sociedad en general y el medio ambiente.

Esta misma visión planteada en nuestra labor de orientadores/as laborales, nos llevaría a plantearnos nuestros grupos de interés: a) usuarios/as; b) otros dispositivos de apoyo al empleo; c) la administración pública; d) empresas; e) nuestra propia entidad; f) nuestro propio dispositivo; g) sindicatos ...

Informe FIPSE. Solo el 10% de las entidades realizan acciones de intermediación laboral.

Porcentajes de inserción en las entidades presentes en el Seminario entre el 10 y el 20%, que se considera poco para la labor que se realiza.

Ejemplo del Comité Ciudadán Anti-SIDA de Ourense que han desarrollado una empresa de empleo protegido para personas que viven con VIH basada en el reciclaje de aceite doméstico. A principio funcionaron con subvenciones y pudieron contratar a 3 personas. Actualmente, la retirada de subvenciones más la rebaja del precio del aceite reciclado -de 0'40 a 0'24- han llevado a poder ofrecer solo un puesto de trabajo.

2. La Planificación de la Intermediación Laboral.

Red Araña ha planteado su planificación y elaboración de estrategias y actuaciones de intermediación laboral a través de un proceso de 10 pasos, basado en una metodología de investigación, acción y evaluación de carácter circular, donde se retorna a los primeros pasos cuando se considera necesario:



Buenas prácticas de sensibilización empresarial para la promoción del empleo entre las personas que viven con VIH.

1.- Investigación de los perfiles de nuestros/as usuarios/as: para saber a dónde dirigir la intermediación laboral es fundamental conocer la experiencia laboral de nuestros/as usuarios/as. No obstante, no hay que olvidar que apoyamos a personas con poca formación; poca experiencia laboral; poco apoyo social; falta de referentes positivos; personas estigmatizadas, auto-estigmatizadas y con discapacidad; baja autoestima; vulnerabilidad, etc. Todos estos rasgos son salvables siempre y cuando la persona tenga la MOTIVACIÓN necesaria. La motivación es la única herramienta que no podemos sustituir u ofrecer como orientadores/as laborales. Por ello, debemos asegurarnos en el proceso de apoyo que la persona mantiene su motivación y que no se la estamos usurpando.

La Intermediación laboral no tiene sentido sino se asegura, en primer lugar, la empleabilidad de la persona a través de los procesos de formación y orientación. La Intermediación Laboral es beneficiosa solamente para las personas que han hecho lo que han podido por mejorar su empleabilidad.

2.- Exploración del colectivo empresarial (es decir, del mercado laboral propio de nuestro ámbito de actuación). Criterios e indicadores para conocer el tejido empresarial: sectores productivos; sectores con mayor nivel de ocupación; tamaño de las empresas; existencia de empresas con compromisos que pueden incluir la contratación de personas con discapacidad; oportunidades de empleo relacionadas con eventos especiales (eventos culturales, deportivos ...)

Vamos a explorar aquellos sectores que coincidan con el análisis socio-ocupacional de nuestros/as usuarios/as (paso anterior). A partir de este conocimiento, seleccionaremos las empresas que pueden abrir puertas para la inserción laboral de nuestros/as usuarios/as.

Igualmente, es necesario conocer el mercado porque hay huecos que podemos ocupar. La crisis puede llevar a que las empresas se muestren más interesadas en las ayudas y subvenciones que existen o pueden decidir externalizar determinados servicios.

La recomendación de la Red Araña es que los/as profesionales dedicados a los procesos de formación y orientación dentro de una entidad deben ser diferentes de las personas dedicadas al proceso de intermediación laboral, puesto que la conceptualización, la especialización, etc. es diferente. En el caso que esto no se pueda llevar a cabo, la misma persona puede llevar los dos procesos aunque existe el riesgo de intentar abarcar mucho y conseguir muy poco.

Si solo contamos con una persona (y muchas veces con una jornada reducida) para realizar la labor de apoyo a la inserción laboral, se pueden plantear dos alternativas:

a) utilizar un dispositivo público de intermediación laboral y centrarnos nosotros/as en los procesos de formación y orientación. En este caso, la



Buenas prácticas de sensibilización empresarial para la promoción del empleo entre las personas que viven con VIH.

sensibilización en relación hacia el VIH se haría hacia la bolsa de trabajo de ese dispositivo. Para ello, deberíamos conocer también las condiciones de derivación hacia ese dispositivo que sí que realiza intermediación laboral.

- b) plantear un modelo de trabajo que incluya la intermediación laboral dentro del proceso de apoyo a la inserción laboral y hacer consciente de su necesidad y efectividad tanto a la propia entidad como a la administración pública con competencias en la materia.

Por ejemplo, Red Araña tiene un convenio de colaboración firmado con FAMA (entidad de atención a personas con discapacidad) para que esta última pueda derivar a los dispositivos de intermediación laboral de la primera a las personas con discapacidad con un grado de empleabilidad adecuado.

3.- Diseño del proyecto operativo.

4.- Prospección y selección de empresas.

5.- Indagación de las necesidades de las empresas seleccionadas. Es necesario, en todo caso, hay que plantear una relación con las empresas que nos permita conocer las necesidades expresadas por la propia empresa. Es necesario, en primer lugar, escuchar sus necesidades. No es efectivo acudir a las empresas bajo la visión de "somos los pobrecitos y queremos ver qué nos podéis dar". Debemos adaptar nuestro discurso al discurso de la empresa

6.- Planteamiento de hipótesis de trabajo, estrategias y protocolos de actuación para la prospección y captación empresarial.

Red Araña se plantea la Hipótesis siguiente: "las grandes empresas tienen la capacidad de satisfacer sus propias necesidades de forma interna, mientras que las pequeñas y medianas empresas, no". Algunas de las necesidades que no pueden satisfacerse propiamente las pequeñas y medianas empresas son: captación y selección de personal; asesoramiento laboral sobre ayudas, bonificaciones, etc. relacionadas con las contrataciones; asesoramiento legal y laboral en general.

7.- Recopilación de datos.

8.- Análisis de los datos.

9.- Evaluación de los resultados.

10.- Reformulación de hipótesis (y retorno al apartado 3. Diseño del proyecto operativo).



Buenas prácticas de sensibilización empresarial para la promoción del empleo entre las personas que viven con VIH.

A raíz de esta metodología establecida por Red Araña, ésta se decide por llevar a cabo **2 estrategias diferenciadas de intermediación laboral**:

- Destinada a la prospección de las GRANDES EMPRESAS, mediante un enfoque de SENSIBILIZACIÓN.
- Destinada a la prospección de las PEQUEÑAS y MEDIANAS EMPRESAS, mediante un enfoque COMERCIAL.

3. Intermediación Laboral con GRANDES EMPRESAS.

Se plantea bajo el enfoque de la sensibilización en relación a la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) que desarrollan estas empresas. El impacto medioambiental ha focalizado hasta ahora la aplicación de la RSC por parte de las empresas, principalmente desde un enfoque asistencial, mediante la prestación de servicios o de dotaciones económicas a proyectos. Sin embargo, muy pocas constatan dentro de su RSC la acción social y/o la contratación de personas con discapacidad o en situación de exclusión social. En muchos casos, la aplicación o desarrollo de esta RSC responden a acciones puntuales más que a un plan estratégico propio y característico de la empresa correspondiente.

No obstante, parten también de la necesidad o capacidad de la mayoría de estas grandes empresas para integrar dentro de su equipo profesional a personas con baja cualificación.

Desde la Red Araña se elaboró un **argumentario** con el que dirigirse a las empresas con el fin de promover entre éstas el desarrollo de la RSC a través de la contratación de personas con dificultades para el acceso al empleo (personas con discapacidad; ex - drogodependientes; en situación de exclusión social ...). Los aspectos centrales de este argumentario se basan en las siguientes 3 consideraciones:

“la Responsabilidad Social Corporativa de las Empresas es una vía que permite a las mismas mejorar y llevar a cabo acciones de compromiso social”

“como agentes sociales que son, están en disposición de cambiar la sociedad, colaborando en la medida de lo posible con las personas que por diferentes circunstancias se encuentran en situación de exclusión social”.

“las empresas que incorporan como parte de su ideario un compromiso en el ámbito de la acción social se benefician de un valor añadido que les coloca en una posición ventajosa en el mercado”.



Buenas prácticas de sensibilización empresarial para la promoción del empleo entre las personas que viven con VIH.

Por otra parte, los elementos del argumentario desarrollado por Red Araña son:

- ✓ Información.
- ✓ Concienciación.
- ✓ Solidarización.
- ✓ Responsabilización.
- ✓ Participación.
- ✓ Compromiso.

3.1. Contacto con las GRANDES EMPRESAS.

Antes de nada, lógicamente, deberíamos realizar una labor de selección de empresas para conocer cuáles tienen realmente integrada e incorporada una política de RSC, es decir, que no solo lleven a cabo acciones puntuales. Para ello, estudiaremos si las empresas que estamos revisando cuentan con un equipo para el desarrollo de la RSC, las acciones que vienen realizando durante los últimos años y si éstas son variadas y de continuidad.

La principal vía de contacto con estas grandes empresas es a través del equipo responsable del desarrollo de la RSC dentro de la propia empresa, puesto que es éste el que realiza las propuestas de cómo aplicar la RSC dentro de la identidad de la empresa. En este caso, hay que tener en cuenta que no estamos hablando con el responsable de finanzas de la empresa sino con la/s persona/s responsables del desarrollo de la RSC por lo que el lenguaje a utilizar es más cercano y accesible al nuestro.

Ante este equipo, deberemos tener una idea clara sobre qué podemos ofrecer. Seguramente, no podemos ser su proveedor principal de recursos humanos puesto que no contamos con la cantidad ni los perfiles necesarios pero podemos vincular nuestra condición de entidades de utilidad pública a su RSC por el que la empresa asume su impacto sobre la exclusión social. El impacto de su compromiso con nosotros/as sobre la empresa es mínimo (por ejemplo, contratación de 5-10 personas al año en alguna de sus delegaciones) pero para nosotros/as puede resultar fundamental.

Sin embargo, en algunos casos, un obstáculo para contactar con estas grandes empresas es identificar el interlocutor adecuado. En muchas sedes centrales de las grandes empresas no se facilita el acceso telefónico desde el exterior. Tampoco suele funcionar -para obtener una respuesta- el enviar un mail a través del apartado de "Contacto" de su página web. Por tanto, en muchas ocasiones, la vía telefónica y la vía mail suelen ser ineficaces a la hora de llegar al interlocutor adecuado y, lo que es más importante, obtener respuesta de él/ella.

La alternativa es no intentar el asalto directo a la empresa sino a través de otras entidades que sirven de apoyo a las empresas en el desarrollo de las iniciativas que llevan a cabo dentro de su RSC. Algunas de estas entidades son las Cámaras de Comercio; Foretica (asociación, comenzada en el año



Buenas prácticas de sensibilización empresarial para la promoción del empleo entre las personas que viven con VIH.

2000, de empresas y profesionales de la RSE)¹; Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa; Fundación Empresa y Sociedad; Fundación Universidad – Empresa; Fundación Luís Vives; Fundación ONCE; Fundación La Caixa; Fundación Caja Madrid ... (estas tres últimas serían para el acceso a las empresas que le dan nombre a la fundación).

La posibilidad de acceder a las empresas es infinitamente superior , así como la posibilidad de conseguir contactar directamente con la persona responsable de la RSC de la empresa que hayamos seleccionado. Igualmente, estas entidades ofrecen información de la política de RSC que lleva a cabo cada empresa (por ejemplo, si alguna lleva a cabo una política de actuación relacionada con la contratación de personas en situación de exclusión social).

3.2. ¿Hablamos de personas que viven con VIH o de personas en situación de exclusión social?

Si hablamos de personas que viven con VIH, ¿damos por sentado que todas las personas que enviemos a la empresa van a ser seropositivas? ¿Cómo conciliamos esto con el derecho a la confidencialidad sobre el estado serológico de la persona? ¿Se pone en riesgo este derecho si solamente lo conoce la persona de RSC y se incluye un compromiso de confidencialidad por parte de esta persona en el acuerdo de colaboración entre la entidad y la empresa correspondiente?.

Cuando hablamos de personas en exclusión social (drogodependientes, ex – reclusos, etc.) se puede argumentar que son personas que pasaron por una situación negativa en sus vidas pero que están en proceso de recuperación. En el caso de las personas que viven con VIH, es algo que siguen llevando, no es solo un pasado sino que es un presente y un futuro.

No obstante, si nuestro objetivo es realmente la sensibilización en relación al VIH, sería lógico que sí que comunicáramos a la empresa que trabajamos con personas que viven con VIH. La decisión a tomar sería: ¿apostamos por el/la trabajador/a individual o apostamos por el colectivo?.

4. Intermediación Laboral con PYMES.

Se plantea bajo un enfoque comercial poniendo de relevancia nuestra capacidad de proporcionar una cobertura integral a las necesidades de las pequeñas y medianas empresas. La receptividad de la empresa es mayor si le ofrecemos más que si le pedimos.

¹ Foretica ha creado un modelo para valorar la RSC de las empresas según los grupos de interés (Sistema de Gestión Ética 21).



Buenas prácticas de sensibilización empresarial para la promoción del empleo entre las personas que viven con VIH.

Esta estrategia evita:

- a) la aproximación a la empresa en términos de nuestras necesidades como dispositivos de empleo
- b) la vinculación de un modelo de praxis y funcionamiento incompatible con los criterios de gestión empresarial.

Parte de las necesidades de la empresa y de nuestra capacidad (técnica y organizativa) en la cobertura de sus necesidades de forma eficiente e inmediata.

Por ejemplo, en el caso de la captación de candidatos/as para un puesto de trabajo, por nuestra parte implica que seamos realmente capaces de poder mandar a personas cuya empleabilidad sea la mínima como para poder competir dentro del proceso de selección. Tenemos que tener capacidad para resolver esta necesidad de reclutamiento, creyendo que las personas a las que enviamos a la selección, son las mejores para optar a ese puesto en concreto.

En el caso del contacto con PYMES, las tareas de los/as intermediadores/as laborales son:

- Provocar la atención de la persona referente en la empresa.
- Suscitar interés por los servicios que prestamos.
- Empatizar con las necesidades y carencias de la empresa.
- Demostrar nuestra capacidad técnica y organizativa en la cobertura de sus necesidades.
- Fomentar el deseo de disponer de los servicios que prestamos.
- Movilizar a la acción y al compromiso de colaboración y mantenimiento de la relación

Los medios de acceso utilizados para el contacto con PYMES son: correo electrónico; acceso telefónico; entrevista presencial; marketing (a través de calendarios, bolis, etc. que, al verlos, les haga recordar que existimos, quiénes somos, qué hacemos y que les podemos servir en cualquier momento); boletín electrónico periódico, etc.

5. Los procesos de Formación y Orientación.

Procesos previos a la intermediación laboral, dirigidos al/a la usuario/a.

Se compone de aspectos procedimentales (habilidades socio-laborales y búsqueda activa de empleo) y de aspectos relacionales (vinculación, compromiso, responsabilidad, participación y motivación).

La MOTIVACIÓN es interrelacional por lo que nos exige a los/as profesionales un esfuerzo por trabajar la motivación de los/as usuarios/as. Nosotros/as debemos tener las herramientas que nos capaciten para regular y



Buenas prácticas de sensibilización empresarial para la promoción del empleo entre las personas que viven con VIH.

estabilizar la motivación de los/as usuarios/as, partiendo de la consideración de la responsabilidad de la propia persona en su proceso.

Desde Red Araña una de las herramientas que utilizan para mejorar la motivación por el empleo de sus usuarios/as así como para mejorar la vinculación con los propios dispositivos de la red, es el CLUB DE EMPLEO (concebido como complemento de la atención individual y como generador de dinámicas de participación activa). Se trata de grupos cerrados donde siempre participan las mismas personas. De esta forma, se crean tantos grupos como sean necesarios. Son dinamizados siempre por un/a profesional cuyo objetivo es crear sinergias entre los/as miembros del grupo.

La selección de los/as componentes del grupo tiende hacia la homogeneidad (especialmente en cuanto al sector de empleo al que se pretende acceder) pero en otros aspectos (por ejemplo, formación y experiencia profesional) es importante la heterogeneidad para el dinamismo del grupo.

Cada grupo realiza una reunión semanal en la que se evalúa la planificación conjunta de la Búsqueda Activa de Empleo de la semana anterior y se supervisa la planificación para la semana actual.

Existe un Manual de actividades grupales accesible en la página web de Red Araña.

6. WEB 2.0.

WEB 2.0 supone la evolución en la comunicación online puesto que permite interaccionar. Como entidades nos puede interesar las evoluciones que permite el sistema actual para mejorar nuestro papel en el apoyo a la inserción laboral. El objetivo con nuestros/as usuarios/as no es que tengan mayores posibilidades de encontrar trabajo (el 80% de los puestos de trabajo se cubren por el boca a boca, especialmente en los sectores que pueden ser más accesibles y próximos al perfil de nuestros/as usuarios/as -hostelería, limpieza, etc.- sino que no se sientan apartados del mundo del Internet y las nuevas formas de comunicación.

-Facebook tiene 4 millones de usuarios/as.

-Tuenti tiene 6 millones pero es más para adolescente.

Una de las aplicaciones prácticas para la búsqueda de trabajo puede ser publicar en cualquiera de estos medios que se busca trabajo. De esta forma, todos tus contactos -y los contactos de tus contactos- puedan saber que buscas trabajo e implicarse en apoyarte. Pueden tener, por tanto, un efecto multiplicador.

Otra de las aplicaciones es la posibilidad de enviar video-curriculum, mediante el que presentas tu curriculum visualmente y es más atractivo que los curriculums normales para la persona responsable de selección. En este caso, es importante preparar bien el guión.