

AGIR COM AS EMPRESAS PARA A INCLUSÃO

EMPREGO APOIADO

Manual de Formação "Diversidade,
Marketing Social e Inserção nas Empresas"



nautilus



PARTE I - INTRODUÇÃO

1. NOTA INTRODUTÓRIA

O presente Manual de Formação surge na sequência do Projecto Emprego Apoiado, como resultado, ou resposta à necessidade diagnosticada de se proceder ao desenvolvimento de competências, através de uma formação complementar, junto dos/as técnicos/as de emprego apoiado, por forma a permitir-lhes promover abordagens mais adequadas ao contexto da negociação com empresas. É ainda fruto do Projecto Nautilus, promovido por uma Parceria de Desenvolvimento onde se incluem os seguintes parceiros: AEIPS – Associação para o Estudo e Integração Psicossocial, AMCV – Associação de Mulheres Contra a Violência, ACMJ – Associação Cultural Moinho da Juventude, APEA – Associação Portuguesa de Emprego Apoiado, AIP – Associação Industrial Portuguesa, AERLIS – Associação Empresarial da Região de Lisboa, Publicampaign, Município do Montijo, Rumo, CRL e Secretariado Diocesano de Lisboa da Obra Nacional da Pastoral dos Ciganos.

No decurso da implementação e generalização do Modelo de Emprego Apoiado, foi possível constatar a existência de uma série de fragilidades em termos do relacionamento entre as organizações que procuram trabalhar a empregabilidade de públicos em situação de desfavorecimento e o tecido empresarial, verificando-se dificuldades em estabelecer uma cultura de trabalho de parceria entre ambas e em mobilizar as empresas para a integração destes públicos.

Sob este enquadramento procurou-se, no contexto do Projecto Nautilus e ao abrigo da Iniciativa Comunitária EQUAL, promover estratégias que possibilitassem adequar as intervenções das organizações e técnicos/as de inserção-formação ao contexto sócio-empresarial, procurando-se desenvolver, através da implementação de um workshop de formação sobre Diversidade, Marketing Social e Inserção nas Empresas, um recurso técnico-pedagógico que, respondendo às dimensões da qualidade, da utilidade e da eficácia dos processos e das estratégias, permitisse melhorar os serviços prestados, através da aposta no desenvolvimento de competências e de estratégias de negociação com as

empresas, por parte dessas organizações e técnicos/as.

Neste contexto procedeu-se à auscultação de organizações e técnicos/as que trabalham as questões da integração sócio-profissional de públicos em situação de desfavorecimento, no que respeita às suas necessidades em termos do trabalho de parceria/negociação com o mundo empresarial, assim como de promoção e marketing dos públicos com quem intervm, produzindo-se um Diagnóstico de Necessidades (Acção 1) que serviu de base à reflexão que determinou as actividades do Projecto Nautilus na Acção 2.

Com base neste diagnóstico, a Parceria de Desenvolvimento Nautilus propôs-se fazer face ao desafio de desenvolver um pacote formativo que respondesse às necessidades de formação dos/as técnicos/as que intervêm junto destes públicos, por forma a contribuir para a aquisição de competências ao nível de conteúdos inerentes à negociação com empresas e ao marketing de públicos menos favorecidos. A proposta de conteúdos, apresentada neste recurso técnico-pedagógico, surge no seguimento do desenvolvimento do pacote formativo referido e serve fundamentalmente como suporte aos diversos módulos que compõem esse pacote “Diversidade, Marketing Social e Inserção nas Empresas”.

2. OBJECTIVOS

O presente manual de formação tem como objectivos principais:

a. contribuir para o desenvolvimento e aperfeiçoamento das competências de organizações e técnicos/as no que respeita ao marketing social e à negociação com as empresas, numa óptica de melhoria contínua em termos da prestação de serviços e, neste contexto, visa mais especificamente:

- promover a capacitação das organizações e dos seus recursos humanos, relativamente às questões da Responsabilidade Social e Gestão da Diversidade, tendo em vista a melhoria da



qualidade e da eficácia dos serviços prestados;

- dotar os/as técnicos/as de conhecimentos metodológicos ao nível da elaboração de planos de Marketing Social e do desenvolvimento de estratégias de Negociação com as Empresas;
- dotar os/as técnicos/as de conhecimentos a respeito da implementação de estratégias de Marketing Pessoal que, tendo por base uma perspectiva de empowerment, considerem as potencialidades, interesses e necessidades dos públicos-alvo no sentido de uma intervenção mais eficaz;
- dotar os/as técnicos/as de conhecimentos a respeito das Novas Formas de Organização do Trabalho e dos Apoios à Contratação.

b. apoiar profissionais de formação, técnicos/as de informação e orientação profissional, técnicos/as de emprego e outros/as profissionais de apoio à formação-inserção que pretendam dar formação sobre esta matéria, servindo assim como manual do/a formador/a;

c. apoiar estudiosos/as ou outros/as interessados/as, nas matérias contempladas, servindo como fonte documental de suporte à análise e estudo.