

**MODELO DE FICHA PARA LA PRESENTACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS DE
ACTUACIONES COFINANCIADAS CON EL FONDO SOCIAL EUROPEO**

| | |
|--|--|
| <p>Nombre del Proyecto/ Actuación cofinanciada (Máximo 50 caracteres con espacios)</p> | <p>NMARCHA: ITINERARIOS DE ORIENTACIÓN PROFESIONAL</p> |
| <p>Breve descripción (Máximo 1.500 caracteres con espacios)</p> | <p>Favorecemos la activación de los/as jóvenes e inserción formativa/laboral mediante acciones de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Información sobre oferta educativa/formativa, mercado laboral, recursos BAE, prácticas, trabajo en Europa... - Orientación individual que atienden las necesidades de cada joven en técnicas y herramientas BAE, procesos de selección, motivación y acompañamiento, uso de redes sociales profesionales, análisis del mercado, desarrollo de aspectos personales y sociales para la ocupación, y apoyo psicoemocional - Orientación grupal en las que se trabajan contenidos relativos a procesos de selección, redes sociales y networking, mercado laboral, competencias emocionales, empleo en el sector digital... - Trainig group: Espacios online de adquisición de competencias BAE de manera integrada y en grupo, con actividades prácticas y a través de la gamificación - Encuentros con empresas: Visitas a empresas que fomentan el acercamiento y conocimiento mutuo - Mentoring: Profesionales en activo voluntarios asesoran a jóvenes con objetivos profesionales afines a su sector de actividad - Intermediación laboral y sensibilización empresarial para la captación de ofertas y el fomento de su incorporación laboral - YMCA Speed Job Dating: Evento en el que se organizan entrevistas rápidas de trabajo entre empresas y jóvenes - Sensibilización en igualdad de género, medio ambiente y valores europeos transversalmente, y específicamente en acciones grupales y Training group - Becas de transporte y conexión a internet |

| | |
|--|---|
| <p>Área de actividad: (seleccionar una o varias)</p> | <p>X Acceso al empleo para la población activa e inactiva X Igualdad de género y conciliación de la vida personal y familiar con el trabajo X Movilidad</p> |
|--|---|

| | |
|--|--|
| áreas) | <p>X Integración sostenible de las personas NINIs (Jóvenes)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Personas emprendedoras y creación de empresas <input type="checkbox"/> Adaptación a los cambios para empresas <input type="checkbox"/> Adaptación a los cambios para personas empleadas <input type="checkbox"/> Envejecimiento activo <input type="checkbox"/> Reducción del ausentismo escolar y mejora del acceso a una educación primaria y secundaria de calidad <input type="checkbox"/> Mejora de la educación terciaria, consecución y acceso <input type="checkbox"/> Aprendizaje continuado <input type="checkbox"/> Integración de las comunidades marginales <input type="checkbox"/> Promoción de la empresa social <input type="checkbox"/> Estrategias de desarrollo impulsadas por la comunidad <input type="checkbox"/> Mejor acceso a los servicios sociales <input type="checkbox"/> Inclusión activa <input type="checkbox"/> Lucha contra la discriminación <input type="checkbox"/> Modernización de las instituciones laborales y la movilidad transnacional <input type="checkbox"/> Capacidad institucional y eficiencia de las administraciones y servicios públicos <input type="checkbox"/> Creación de competencias para las partes interesadas <input type="checkbox"/> Pactos sectoriales y territoriales que se movilizan por la reforma <input type="checkbox"/> Economía baja en carbono <input type="checkbox"/> Agenda digital <input type="checkbox"/> Investigación y desarrollo <input type="checkbox"/> Competitividad de las PYMEs |
| Objetivo específico en el que se enmarca el proyecto | 8.2.1 La activación de las personas jóvenes no ocupadas y no integradas en los sistemas de educación o formación, que permita su incorporación al mercado laboral, a la educación o a la formación |
| Fecha realización/ Duración | 01/10/2018 – 31/08/2022 |
| Contribución del FSE | 7.368.620,18€ |
| Presupuesto Total | 8.018.791,84€ |

| | |
|--|---|
| Participantes (Desagregar por sexo, si se tiene el dato) | 2.564 jóvenes atendidos/as en 2021: 1.487 mujeres y 1.077 hombres |
| País | España |
| Organización | YMCA |
| Web | https://www.ymca.es/nmarcha-itinerarios-de-orientacion |
| Redes Sociales | https://www.facebook.com/ymcaesp https://www.instagram.com/ymca_esp/ https://twitter.com/ymca_esp https://www.linkedin.com/company/10328539/admin/ https://www.youtube.com/channel/UCQF7O757-igEDnWJV8qp2oQ |
| Vídeo/s | Vídeo-NM- https://youtu.be/vDd76-v8E7c Vídeo-NM-https://youtu.be/BLC9jV_eAJM Vídeo-NM-https://youtu.be/SLMcsoyRcmA Vídeo-NM-https://youtu.be/Hrhala5opVs Vídeo-NM-https://youtu.be/j3VpBYUL77Y Vídeo-NM-https://youtu.be/inB8Dz88Kj0 Vídeo-NM-https://youtu.be/wT8jjShb7BE https://youtu.be/khRiwqodW_M Video-banner-NM-https://youtu.be/u18NTNPaBJY |
| Detalles de Contacto | <p>Laura López Ortiz (Directora de Comunicación) Calle del Castillo 24. 28002 Madrid Tlf.: (+34) 91 319 2126 – Ext. 28220 l.lopez@ymca.es</p> |

JUSTIFICACIÓN DE LOS CRITERIOS PARA SER CONSIDERADA BUENA PRÁCTICA

1. La actuación ha sido convenientemente difundida entre los beneficiarios, beneficiarios potenciales y el público en general.

Para la difusión de la actuación se ha elaborado un plan de comunicación dirigido a:

- Dar a conocer el programa y la forma de participar en él.
- Concienciar sobre la realidad social, formativa y laboral de la juventud en España

- Comunicar con transparencia la gestión de recursos y los resultados del programa

En este plan de comunicación se han definido las estrategias de comunicación a poner en marcha a lo largo del desarrollo de la actuación, habiendo desarrollado durante 2021 las siguientes acciones de difusión de la actuación, mediante las que se ha conseguido la participación final durante 2021 de 1.564 jóvenes (1.487 mujeres y 1.077 hombres):

I. ACTOS PÚBLICOS:

- Organización de 8 reuniones informativas con potenciales beneficiarios/as interesados/as en participar en la actuación, y de un café con empresas. A través de estos actos se ha informado en detalle de las actividades del programa, sus objetivos metodología, así como, en el caso de reuniones con potenciales beneficiarios/as, de su papel protagonista en el desarrollo de su itinerario y del compromiso que adquieren al incorporarse al programa, y en el caso de los cafés con empresas, además de visibilizar el trabajo realizado con los/as jóvenes en el marco del programa, se les ha ofrecido información sobre la situación de los/as jóvenes en el mercado laboral, y la necesidad de conseguir mejoras al respecto involucrándolas en el afrontamiento de esta problemática como parte fundamental para conseguir revertir la situación. Igualmente, en estas reuniones se ha puesto en relieve el papel de los Fondos Europeos al hacer posible el desarrollo de este tipo de medidas de apoyo al empleo juvenil.

II. ACCIONES DE DIFUSIÓN:

Las acciones de difusión llevadas a cabo para dar a conocer la actuación y el papel de los Fondos Europeos en la misma han sido las siguientes:

- Envío de 19 notas de prensa a 166 medios de comunicación locales diferentes en los territorios de actuación (prensa escrita y digital, blogs de juventud y empleo, emisoras de radio y de televisión, revistas, etc.), de las que se han derivado 13 publicaciones.
- Publicación de 7 noticias sobre el desarrollo e impacto del programa dentro del apartado de noticias de la página web de YMCA (<https://www.ymca.es/noticias>)
- Realización de 4 mailings informativos a jóvenes inscritos/as en el Fichero de Garantía Juvenil a través de los que recibieron toda la información del programa y los datos de contacto del centro YMCA de su provincia para ofrecer una información más detallada y resolver las posibles dudas de los potenciales beneficiarios/as.
- Publicación de 125 posts en redes sociales (en el perfil de la entidad de Facebook, Instagram, Twitter, y LinkedIn), a través de los que se ha dado difusión a la actuación ofreciendo información de los servicios que los/as jóvenes podrán encontrar con su participación en la misma, e información acerca de diversas actividades realizadas durante su ejecución. Además en estas publicaciones se ha ofrecido también información de actualidad sobre mercado laboral, y tips sobre búsqueda activa de empleo, y en todos los casos han incorporado un link a la web de programa para poder ampliar información sobre el programa y participación en el mismo, y en algunos casos también han incorporado los vídeos de difusión editados.

- Puesta en marcha de una campaña de publicidad programática a través de banners publicitarios en Facebook e Instagram que contenían un breve vídeo con el testimonio de una participante en el programa, acerca de su experiencia, su valoración de los logros conseguidos en el mismo y del impacto y resultados obtenidos a través de su participación en él. Así mismo, el banner publicitario contenía los logos de los diferentes cofinanciadores incluyendo el logo del FSE el lema “El FSE invierte en tu futuro”. Por otra parte, el banner redirigía a la página web de la actuación para poder ampliar información sobre la actuación y acceder a los datos de contacto para su inscripción.
- Publicación y difusión a través del canal de Youtube de YMCA de los diversos vídeos editados para difusión del programa así como de su impacto mediante los testimonios de sus participantes

III. PUBLICACIONES:

Se han diseñado y editado diversas publicaciones que se han distribuido entre: centros culturales, centros cívicos, bibliotecas, CEPAs, espacios jóvenes y puntos de información juvenil, servicios sociales y de atención en salud mental, servicios de empleo, ETTs y consultoras de empleo, centros de formación, institutos y universidades, establecimientos comerciales y empresas, institutos de la mujer, ONGs y tejido asociativo, instalaciones deportivas, Ayuntamientos, sindicatos, ferias, jornadas y encuentros, y a través de difusión digital (mailings, web y redes sociales). En todas estas publicaciones se ha incorporado los logos de los diferentes cofinanciadores del programa, conteniendo el logo del FSE el lema “El FSE invierte en tu futuro”.

De la distribución de estas publicaciones se han derivado 7 publicaciones en diversas webs y blogs de los recursos a los que se ha distribuido:

- https://www.zaragoza.es/ciudad/sectores/jovenes/cipaj/cont/detalleCipaj_Noticia?id=300012
- <https://atfan.es/ymca-y-su-nuevo-programa-de-orientacion-laboral/>
- <https://mro.barcelonactiva.cat/MapaRecursosWeb/es/busco-orientacion>
- https://www.aytobadajoz.es/files/archivos/empleo/2021_01/boletin_empleo_n_279.pdf
- <https://www.larioja.com/comarcas/haro/ymca-organiza-programa-20210227000843-ntvo.html>
- <http://murciasocial1.blogspot.com/2021/03/empleo-para-jovenes-programa-nmarcha.html>
- <http://www.informajoven.org/convocatorias/anuncios/33129/programa-empleo-jovenes-nmarcha-itinerarios-individualizados-orientacion-ymca>

Las publicaciones editadas han sido:

- Carteles de difusión y dípticos informativos para jóvenes, empresas y técnicos, con información sobre la actuación, los objetivos que persigue y acciones que contempla, sobre la población a la que va dirigida y vías de inscripción a la misma. Estas publicaciones se han distribuido entre los/as propios/as jóvenes, las empresas, a través de redes sociales y entre otros agentes sociales

promoviendo el trabajo en red y la derivación de beneficiarios/as para su participación en la actuación.

- Dípticos de empresas y díptico de mentoring que han sido distribuidas fundamentalmente dentro del tejido empresarial como principales actores del mercado laboral, fomentando su participación y colaboración en la actuación mediante la apertura e inclusión en sus procesos de selección de los/as jóvenes beneficiarios de la misma, la apertura de sus puertas para la realización de visitas de manera presencial o virtual a través de webinars y encuentros con los jóvenes, su participación en acciones grupales de orientación y evento YMCA Speed Job Dating, y la promoción entre sus trabajadores del voluntariado corporativo dentro de la actuación a través de su participación como mentores.
- Encarte informativo de resultados: este encarte se ha publicado en la página web del programa. Con él durante 2021 se ha ofrecido información sobre el alcance del programa en términos de beneficiarios/as atendidos, y de logros conseguidos con relación a los principales indicadores de resultado inmediato del programa, en ambos casos atendiendo al periodo de ejecución desde el inicio del programa hasta el año 2021.
- Infografía para difusión a través canales digitales (web del programa y redes sociales) con toda la información visual y resumida acerca de lo que el programa ofrece a los jóvenes, así como los datos de contacto para su participación.
- Vídeos de difusión en los que se ofrece información sobre la actuación, sus actividades e impacto, de la mano tanto de los técnicos implicados en la misma, como de los/as propios/as beneficiarios/as que transmiten sus experiencias, así como los aprendizajes y logros conseguidos gracias a su participación en la misma.

IV. PÁGINAS WEB:

Se ha creado una página web del programa, en la que se ofrece toda la información relativa al mismo, en ella además se encuentra un enlace al díptico informativo para jóvenes, un enlace al encarte de resultados del programa, un enlace a la infografía del programa, y también se muestra el vídeo en el que una de las jóvenes participantes en el programa nos cuenta su historia, su experiencia de participación en el programa y el impacto que ha tenido en ella, ofreciendo en él además información acerca de la situación de desempleo juvenil en España, el impacto logrado con el desarrollo de este programa, y la importancia de la contribución del FSE y la Iniciativa de Empleo Juvenil al hacer posible mediante su cofinanciación, que este tipo de actuaciones se desarrollen.

Así mismo, se ha incluido en la página de Garantía Juvenil, dentro del apartado con información sobre medidas de Garantía Juvenil desarrolladas por otras entidades, una entrada de información sobre esta actuación y que enlaza a la web de la misma.

V. SOPORTES PUBLICITARIOS:

Se han elaborado diversos soportes publicitarios que también han incorporado los logos de los diferentes cofinanciadores del programa, conteniendo el logo del FSE el lema “El FSE invierte en tu futuro”. Estos soportes publicitarios han sido los siguientes:

- Placas de metacrilato identificativas del programa que se han expuesto en el exterior de todos los centros de YMCA en los que se ha ejecutado la actuación, y

cuyo diseño se ha impreso para su exposición en los diferentes espacios en los que se han desarrollado las actividades que integran la actuación (aulas, puesto de atención individual, puntos de información, etc).

- Roll-up del programa que se han expuesto en los diversos espacios en los que se han desarrollado los actos de difusión realizados, y las actividades que incorpora la actuación, especialmente en las acciones de orientación grupal y training group. Así mismo se han utilizado en las diversas ferias y jornadas en las que hemos participado y realizado difusión e información directa de la actuación a posibles beneficiarios/as.
- Materiales publicitarios entregados a los participantes:
 - Agendas de empleo que se han utilizado para trabajar la planificación y organización de la búsqueda activa de empleo
 - Pendrives en los que se ha introducido parte del material de orientación entregado a los participantes (dossieres de orientación y presentaciones, directorios de empleo, plantillas para el uso de herramientas BAE, CVs, etc.)
 - Carpetas

VI. OTROS:

Participación en 23 eventos, y jornadas organizadas por otras plataformas y organizaciones, a través de las cuales se ha realizado difusión de la actuación y de la participación de los Fondos Europeos en la misma, pudiendo llegar de forma más directa a los beneficiarios/as potenciales. Así, hemos participado en:

- 7 ferias de empleo: 1 en Barcelona (Saló de l'ocupació 2021 de Bcn Activa), 1 en Madrid (Feria empleo HORECA de IFEMA / NEX Business Exhibition), 1 en Granada (Feria de empleo de Universidad de Granada), 1 en Málaga (Feria de empleo Alhaurín el Grande de Edificio municipal de formación y empleo), 1 en Murcia (Feria de empleo virtual Universidad de Murcia), 1 en Toledo (Feria de empleo joven de Ayuntamiento de Toledo) y 1 en Valencia (Foro virtual de empleo y emprendimiento de la facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Valencia).
- 7 jornadas/encuentros: 1 en Málaga (Feria de Hostelería y Turismo de Palacio de Ferias y Congresos de Málaga), 4 en la Comunidad de Madrid (Feria de asociaciones de Getafe, V Feria de Inclusión Social Gente que Reconstruye de EAPN, Encuentro de entidades Sociales por Grupo SIFU en Madrid y Grupo de Empleo Madrid de EAPN) y 2 en Valencia (Feria de Asociaciones Juveniles de Consell de la Juventut de València y Feria de Asociaciones de Valencia del Ajuntament de València).
- 9 foros/mesas de empleo: 3 en Granada (Mesa de empleo de la Comisión Técnica Granada Norte, Mesa de empleadores Diputación de Granada, y Networking Loja de la Cámara de Comercio), 2 en Málaga (1 de Accem y otra de Cear) y 4 en la Comunidad de Madrid (en Getafe, Leganés, Madrid y Alcorcón).

2. La actuación incorpora elementos innovadores.

Más allá de la orientación laboral tradicional basada en tutorías individuales de orientación, este programa articula dentro de los itinerarios una serie de acciones conectadas entre sí y complementarias a la intervención individual mediante las que se impulsa:

- La actividad práctica en la búsqueda de empleo
- La autonomía de los participantes en el desarrollo de sus acciones de búsqueda, así como en la planificación de las mismas
- La toma de decisiones en relación al establecimiento de objetivos y planes de desarrollo profesional
- La colaboración entre participantes y establecimiento de redes de apoyo
- La implicación directa de terceros, profesionales y empresas, en el proceso de intervención dentro de los itinerarios

Así, las actuaciones innovadoras que incorporan los itinerarios de orientación profesional “Nmarcha” son:

- LOS ESPACIOS DE TRAINING GROUP:

La innovación en esta actuación reside en que la orientación profesional en estos espacios busca poner al/la joven en el centro, hacerle protagonista de su proceso de búsqueda de empleo, y que viva este proceso no como algo arduo o sistemático, sino como una oportunidad para crecer personal y profesionalmente, que afronte la búsqueda de empleo desde un punto de vista más amable que predisponga en él una actitud positiva y optimista ante la misma, y sobre todo, que descubra que la búsqueda de empleo no tiene por qué ser monótona, que no es un camino preestablecido que todo el mundo debe recorrer por igual, sino que hay múltiples vías a explorar, y que cada uno tiene la capacidad de construir su proceso de búsqueda y enriquecerlo, de dibujar por sí mismo/a el camino más adecuado para sus objetivos y potencialidades.

Para ello, la metodología que se aplica en estos espacios es la gamificación y el aprendizaje a través del juego, que permiten la realización de actividades dinámicas, motivadoras, prácticas y significativas para los/as jóvenes, y que se desarrollan también con un alto componente de uso de las TIC, al desarrollarse en modalidad online a tiempo real: El training group propone su inmersión en una aventura pirata, invitándoles a embarcarse en una travesía de 10 días (sesiones) de duración, a través de los que se trabajan de forma activa e integrada los diversos aspectos que intervienen en la búsqueda de empleo, y que cobran vida dentro de la aventura pirata, asimilándose a los diversos retos que como piratas afrontarán durante la travesía hasta dar por fin con el cofre del tesoro (el contrato), y afianzado el aprendizaje adquirido durante la misma, mediante la realización de un escape room final.

Los/as jóvenes a través del training group, no solo adquieren de forma divertida y amena destrezas y herramientas para la puesta en marcha de una búsqueda de empleo eficaz, además lo hacen adquiriendo un rol protagonista mediante su participación activa. Así mismo, desarrollan estas destrezas desde una visión integral y amplia del proceso de búsqueda de empleo, conectada en todo momento con la realidad y en un entorno facilitador del autoconocimiento, de la investigación y del

descubrimiento, que permite a su vez el desarrollo práctico de competencias transversales de aplicación en la esfera laboral. Además, propicia el desarrollo de sus procesos de búsqueda de empleo, no solo desde una visión de la consecución de la inserción en el mercado laboral en el corto plazo, sino desde una visión que contempla más allá y que apunta hacia el mantenimiento y avance en su actividad laboral, hacia el establecimiento de objetivos a más largo plazo relacionados con la búsqueda de su autorrealización y crecimiento profesional, en definitiva, desde la búsqueda del impacto en el medio y el largo plazo.

– LOS PROCESOS DE MENTORING:

Hasta el momento las iniciativas de mentoring se han venido desarrollando en 2 ámbitos muy concretos y restringidos: en el marco de algunas Universidades y en el seno de algunas empresas. Pero no en los procesos y programas de orientación laboral de diversa índole, desarrollados en otros ámbitos y que dan cobertura a la población general y aquella más vulnerable.

La incorporación del mentoring en este programa, supone por tanto innovar en los procesos de orientación individualizada, dando un paso más allá de la orientación laboral (centrada en el desarrollo de habilidades para la búsqueda de empleo en base al conocimiento del funcionamiento del mercado laboral), al complementarla con acciones que además permiten a la persona desempleada profundizar en los entresijos del sector, área o perfil laboral concreto al que se dirige, de la mano de un mentor, una persona experimentada dentro de ese ámbito profesional que se convierte en el modelo de referencia e inspiración del joven mente para afrontar desafíos profesionales y desarrollar su potencial profesional, a través de la transmisión de conocimientos dentro del sector profesional concreto y que emanan de la experiencia y vivencias directas del mentor.

Estos procesos de mentoring no solo potencian el éxito en la búsqueda de empleo sino también para el desarrollo de carrera

Además, la incorporación del mentoring, en el que la colaboración de las empresas a través del voluntariado corporativo es fundamental, permite también propiciar y potenciar un salto en la implicación de las empresas en el abordaje de la problemática del desempleo juvenil, suponiendo un factor de innovación social.

– LOS EVENTOS YMCA SPEED JOB DATING:

Uno de los mayores gaps con que los/as jóvenes desempleados/as se encuentran en su búsqueda de empleo, es la dificultad de acceder de manera directa al tejido empresarial, la dificultad de darse a conocer más allá del CV o de las cartas de presentación y de motivación que puedan hacer llegar a las empresas a través de intermediarios del mercado laboral, o a través de vías online que no les aseguran su llegada al destinatario final. Es la entrevista personal el espacio de oportunidad para demostrar realmente a las empresas sus capacidades talentos y valor añadido para el desempeño del puesto de trabajo a que aspiran, si bien los procesos de reclutamiento y selección incorporan esta limitación de forma estructural, al no dar cabida a espacios de interacción directa y personal previos a la entrevista, más allá de las interacciones que se puedan dar a través de las redes sociales muchas veces sesgadas por la distancia emocional y la falta de espontaneidad y realidad que favorecen estos soportes.

La innovación en los eventos YMCA Speed Job Dating que incorpora este proyecto radica precisamente en el abordaje de ese gap, mediante la creación de espacios de encuentro real y directo entre empresas y jóvenes, en un ambiente más distendido favorecedores de un clima para el conocimiento/descubrimiento mutuo sin intermediarios ni sesgos de por medio, donde jóvenes y empresas tienen la oportunidad de desmontar estereotipos en relación al otro, conociendo de primera mano y dando a conocer todo su potencial, y propiciando así la incorporación de los/as jóvenes a los procesos de selección de las empresas desde la base de un conocimiento entre ambos más directo más rico y más fiable:

En los eventos YMCA Speed Job Dating los/as participantes tienen oportunidad de dar a conocer de manera directa su candidatura y perfil a empresas que o bien se encuentran en proceso de reclutamiento o buscan candidatos potenciales para futuros procesos de selección. También tienen la oportunidad de entrenar en una situación real sus habilidades para el afrontamiento de los procesos de selección, y de recibir un feedback directo por parte de la empresa, suponiendo en ocasiones su oportunidad para conseguir la inserción laboral. Se trata de eventos en los que se organiza una cadena de entrevistas express de no más de 7 minutos de duración, entre los técnicos de selección de las empresas colaboradoras y los/as jóvenes participantes del programa cuyo perfil se ajusta a los puestos que éstas más habitualmente necesitan cubrir. Cada participante es entrevistado/a por cada una de las empresas. En ellas el/la participante hace uso de su elevator pitch para darse a conocer a la empresa. Tras el evento los/as participantes reciben las valoraciones de las empresas. Estos eventos suponen por tanto la creación de un espacio de oportunidad en un ambiente más distendido

Los eventos YMCA Speed Job Dating durante 2020 se han realizado en modalidad online a través de la plataforma zoom, que permite la habilitación de subespacios de reunión en los que tienen lugar los encuentros.

– LA INCORPORACIÓN DE ACCIONES DE APOYO PSICOEMOCIONAL EN LA INTERVENCIÓN INDIVIDUAL

Las personas desempleadas tienen el doble de probabilidades de sufrir problemas psicológicos, los más comunes son la depresión, la ansiedad, síntomas psicósomáticos, y una baja autoestima. En los primeros momentos de búsqueda de empleo la persona experimenta un cierto optimismo irreal, pero cuando la situación de desempleo se va alargando y obtiene los primeros rechazos, los niveles de ansiedad empiezan a incrementar y a mermar la autoestima, a lo que se suma la presión social y familiar, llegando a percibir la situación de desempleo como un fracaso personal.

Por lo general las iniciativas de apoyo a la búsqueda de empleo se centran en el aporte de herramientas, estrategias y habilidades para la búsqueda, pero no tienen en cuenta el factor psicológico que subyace, está presente y evoluciona a lo largo del proceso de búsqueda, y que también necesita ser atendido. Por ello, otra de las innovaciones que incorpora esta actuación es la atención diferencial a las necesidades psicoemocionales de los/as jóvenes que subyacen en su búsqueda de empleo, mediante acciones de apoyo psicoemocional, dirigidas a desarrollar competencias emocionales para afrontar la búsqueda de empleo y a la prevención de este tipo de alteraciones psicológicas desde una intervención individual, y también desde la creación de espacios de apoyo grupal entre los propios participantes que se encuentran en la misma situación.

3. Adecuación de los resultados obtenidos a los objetivos establecidos.

Los resultados obtenidos en 2021 en esta actuación son muy positivos, habiendo superado las metas previstas inicialmente en los principales indicadores del programa tanto en el corto como en el largo plazo:

| RESULTADOS INMEDIATOS 2021 | META | LOGRO ALCANZADO |
|---|------|--|
| Participantes que COMPLETAN LA INTERVENCIÓN financiada de la IEJ | 75% | 93% |
| Participantes que TIENEN UN EMPLEO , incluso por cuenta propia, tras su participación | 38% | 62% En el 70% de los casos se trata de contrataciones de larga duración (de más de 6 meses o sin fecha de finalización de contrato establecida) |
| Participantes INTEGRADOS EN LOS SISTEMAS DE EDUCACIÓN O FORMACIÓN tras su participación | 10% | 20% |
| Participantes desempleados que RECIBEN UNA OFERTA de empleo, educación continua, aprendizaje o período de prácticas tras su participación | 45% | 77% |
| Participantes INACTIVOS INMERSOS EN LA BÚSQUEDA DE EMPLEO tras su participación *Resultados obtenidos sobre los/as participantes que inician en el programa como inactivos y que no han obtenido un empleo tras la intervención | 35% | 59% |

Teniendo en cuenta en proporción a los hombres (42%) y mujeres (58%) que han finalizado su participación en el programa en 2021, las diferencias de género que se observan en estos resultados son las siguientes:

- Las mujeres pasan de la situación de inactividad a la búsqueda activa de empleo un 4,9 % más que las mujeres.
- Las mujeres acceden al empleo un 3,4% más que los hombres y acceden también un 3% más que ellos al empleo de larga duración
- Las mujeres se integran en los sistemas de educación o formación un 2,5% más que los hombres
- Las mujeres completan la intervención mínima del programa un 1,5% más que las mujeres

| RESULTADOS A LARGO PLAZO 2021 | META | LOGRO ALCANZADO |
|---|------|-----------------|
| Participantes que TIENEN UN EMPLEO , incluso por cuenta propia, 6 meses después de su participación | 20% | 46% |
| RELACION CON LOS RESULTADOS INMEDIATOS: - El 64% de los localizados en las encuestas a largo plazo que obtuvieron un empleo en el corto plazo, continuaban trabajando 6 meses después - El 29% de los localizados en las encuestas a largo plazo que en el corto plazo no obtuvieron empleo, a los 6 meses ya lo habían | | |

| | | |
|---|-----|-----|
| conseguido | | |
| Participantes EN EDUCACIÓN continua, programas de FORMACIÓN que dan lugar a una cualificación, EN UN aprendizaje o en un periodo de PRÁCTICAS , 6 meses después de su participación | 12% | 36% |
| RELACION CON LOS RESULTADOS INMEIDATOS: - El 25% de los localizados en las encuestas a largo plazo que en el corto plazo no alcanzaron objetivos de empleo ni de formación, a los 6 meses se encontraban realizando una formación o periodo de prácticas | | |

Teniendo en cuenta en proporción a los hombres (42%) y mujeres (58%) localizados y encuestados, que en 2021 han cumplido 6 meses desde que finalizaron su participación en el programa, las diferencias de género que se observan en estos resultados no son significativas

Estos resultados e impacto significativos y duraderos del programa en la población beneficiaria directa, son posibles gracias a la metodología de intervención que caracteriza esta actuación, tratándose de una intervención:

- INTEGRAL: Aborda los múltiples factores tanto a nivel social, personal como del mercado laboral, involucrados en la problemática del desempleo juvenil, incidiendo no solo sobre los/as propios/as beneficiarios/as, sino implicando también al tejido empresarial a través de acciones de intermediación fomentando el encuentro entre ambos y apelando a su responsabilidad social; haciendo también partícipe a la sociedad general mediante la articulación de espacios de voluntariado a través del mentoring que posibiliten su implicación como parte activa en la lucha contra el desempleo juvenil, y tejiendo redes y sinergias entre jóvenes, empresas, administraciones públicas y tejido asociativo
- INDIVIDUALIZADA: Se basa en planes individualizados de intervención que se desprenden de minuciosos diagnósticos sociolaborales previos, y que se enfocan a la atención de las necesidades concretas que presenta cada joven en lo relativo a su búsqueda de empleo e incorporación laboral.
- CERCANA: El acompañamiento y seguimiento de las personas atendidas en su proceso de búsqueda es continuado, permitiendo ir más allá de la dotación de herramientas y conocimientos estandarizados a los participantes, y asegurar la adaptación de los mismos a sus necesidades concretas, el afrontamiento de posibles dificultades que puedan encontrar durante el proceso y el mantenimiento de la motivación y autoconfianza
- CONTEXTUALIZADA: Las acciones implementadas se definen en atención a las características concretas del perfil y competencias de los/as participantes, así como de las características y demandas del mercado laboral de cada territorio dentro del sector profesional hacia el que se enfocan.
- CON PERSPECTIVA DE GÉNERO: Identificamos y atendemos de forma diferencial a las necesidades derivadas de factores de vulnerabilidad de las mujeres por razones de género.
- QUE INCIDE SOBRE LA BRECHA DIGITAL:
Incidiendo en la brecha digital de uso mediante el desarrollo de competencias digitales:
 - de forma específica: mediante acciones grupales dirigidas a la alfabetización digital para la búsqueda de empleo como durante las tutorías individuales
 - de forma transversal: mediante acciones con alto componente de uso de las nuevas tecnologías como el Training Group, los eventos YMCA Speed Job Dating, y la

organización de acciones grupales a través de grupos de Facebook y de visitas a empresas vía webinar)

Inciendiando en la brecha digital de acceso mediante la puesta a disposición de los/as participantes que así lo necesitan durante su participación en el programa, de ayudas consistentes en la dotación de tarjetas de datos para su búsqueda de empleo a través de internet y su participación en las actividades online del programa.

Para poder desarrollar este tipo de intervención con jóvenes NEET se requiere de la dedicación de un volumen de recursos humanos y materiales que sin la aportación de los Fondos Europeos no hubiera sido posible, los cuales son el principal motor para el desarrollo de las políticas activas de empleo en España y en particular para el impulso del empleo juvenil, pues los jóvenes conforman la ratio de población que ofrece las más drásticas cifras de desempleo en nuestro país.

4. Contribución a la resolución de un problema o debilidad detectada en el ámbito territorial de ejecución.

La integración laboral es prioridad en las políticas de la UE, siendo el 1er objetivo de la Estrategia Europa 2020 el empleo para el 74% de las personas. Igualmente se conforma como una de las 6 prioridades de la Comisión Europea para 2019-2024 “Una economía que funciona para las personas”, que se aborda entre otras, desde políticas de apoyo al desempleo juvenil (articulándose la Iniciativa de Empleo juvenil con el objetivo de reducir la tasa de paro entre los jóvenes hasta al menos el 25%), y desde las políticas de empleo, crecimiento e inversión basadas en los principios establecidos en Pilar Europeo de los Derechos Sociales, cuyo principio nº 4 es el apoyo activo al empleo, y siendo que el Plan de Acción del Pilar Europeo de Derechos Sociales incorpora dentro de su Objetivo nº 1 para 2030, disminuir la tasa de jóvenes que no tienen empleo ni educación o formación de 15 a 29 años al 9%, concretamente mejorando sus perspectivas laborales.

Sin embargo, en España 17 de las 19 Comunidades y Ciudades Autónomas continúan registrando una tasa de paro juvenil por encima del 25%, siendo España, con una tasa de desempleo juvenil del 29,2% de acuerdo a últimos datos de Eurostat de 2020 (34,8% según últimos datos publicado por el INE para 2021), el 2º país de la UE con la tasa desempleo juvenil.

El último Informe España de 2020 de la Comisión Europea, ya alertaba de que a pesar de que el desempleo juvenil había descendido, esta tasa continuaba siendo muy alta (más del 30% de la población activa menor de 25 años en 2019), y la crisis sanitaria y económica derivada del coronavirus ha supuesto un nuevo golpe para el empleo juvenil: de acuerdo a la Encuesta de Población Activa de 2020 del INE, de manera general la tasa de paro se incrementó en 1,43 puntos respecto a 2019, registrándose una tasa de paro del 15,53%, siendo que en 2021, se ha recuperado solo el 48% de empleo perdido en 2020. Si bien, el incremento del paro se ha dado de manera muy diferencial entre la población activa de entre 16 y 29 años: en este segmento de población el incremento medio de la tasa de paro en 2020 fue de 6,13 puntos, registrándose una tasa de paro del 54,33% en jóvenes de entre 16 y 19 años (incremento en 9,1 puntos respecto a 2019), del 35,14% en jóvenes de entre 20 y 24 años (incremento en 5,37 puntos respecto a 2019), y del 22,91% en jóvenes de entre 25 y 29 años (incremento en 3,93 puntos respecto a 2019), siendo que la recuperación del empleo perdido entre la población joven en 2021, ha sido similar a la de la población general (52%)

Con estas cifras, España se sitúa a la cabeza de Europa en desempleo juvenil constituyéndose como uno de los mayores retos de España en relación al pilar europeo de derechos sociales

(la igualdad de oportunidades y el acceso al mercado de trabajo). Así mismo, la cifra de jóvenes que ni estudian ni trabajan ha sufrido un repunte tras la pandemia de la COVID-19 subiendo hasta el 17,3% en 2020 (2,4 puntos más que el año anterior), subida que está relacionada con el aumento de la tasa de desempleo juvenil.

Esta situación contribuye a la disminución de la productividad laboral, la competitividad y la innovación por desaprovechamiento de la creatividad y talento de los/as jóvenes, así como de la sostenibilidad de los sistemas de protección social y de su acceso a la asistencia sanitaria, trayendo aparejado menores tasas de crecimiento a largo plazo y menor igualdad de oportunidades.

El desempleo tiene una relación directa con la pobreza y exclusión: los/as jóvenes entre 16 y 29 años conforman uno de los colectivos más afectados por la pobreza o exclusión: según la última Encuesta de Condiciones de Vida 2020, registran una tasa de riesgo de pobreza o exclusión (indicador AROPE) del 30,3% siendo que la tasa de jóvenes en este grupo de edad cuyos ingresos en el hogar se encuentran bajo el umbral de la pobreza es del 22,7%, en ambos casos las 2ª tasas más altas con respecto al resto de rangos de edad

Desde la oficina de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) para España, ya alertan del riesgo de que de que las altas cifras de desempleo de este grupo poblacional en España pueden acabar convirtiéndose en un problema estructural, permanente, en un momento en que la crisis económica golpea especialmente a los/as más jóvenes.

Las entidades sociales, coinciden en la escasa disponibilidad de ofertas de empleo para el colectivo de jóvenes, a menudo por los prejuicios sobre sus capacidades y competencias, siendo la baja implicación de las empresas uno de los grandes déficits en el desarrollo de las medidas de garantía juvenil, detectados en el estudio “Acceso de la juventud en exclusión a los Programas de Empleo Juvenil” de EAPN. Esto contribuye a incrementar las dificultades que los jóvenes encuentran para acceder al mercado laboral por:

- Carencia y/o pérdida de habilidades y competencias: El tiempo que tardan los/as jóvenes en encontrar un puesto de trabajo es elevado, y el capital humano y las habilidades y competencias se van degradando y quedando obsoletas
- Falta de experiencias en contextos laborales siendo que en época de crisis las empresas tienen menos propensión a arriesgarse apostando por trabajadores sin experiencia

Desde nuestra intervención directa con el colectivo, además observamos:

- Que a menudo no son capaces de detectar sus cualidades y capacidades, no sabiendo fijar su objetivo profesional o manteniendo expectativas poco realistas
- Que desconocen el mercado laboral y los recursos y herramientas para buscar empleo
- Ausencia de esfuerzo, disciplina y constancia especialmente en jóvenes con bajo nivel formativo
- Inseguridad acerca de sus capacidades
- Dificultades para la planificación y organización en la búsqueda de empleo
- Altos niveles de frustración e indefensión al no alcanzar sus objetivos
- Carencia de competencias digitales más relevantes y necesarias para el empleo y la búsqueda de empleo.

Esta actuación supone una medida de activación que aborda la problemática identificada en las líneas anteriores mediante una intervención centrada en acciones de orientación más a medio plazo que implican un asesoramiento personalizado, orientación e información laboral y acompañamiento en la búsqueda de empleo atendiendo a las características y situación concreta de cada joven (mediante itinerarios individualizados), y que incluye un trabajo en paralelo con las empresas para ejercer de puente entre éstas y los/as jóvenes.

Así, esta actuación atiende desde su inicio en 2018 las necesidades identificadas en jóvenes NEET:

- Promoviendo su autoconocimiento desde un proceso de autoanálisis y reflexión: El 96% de los/as jóvenes atendidos en el programa han mejorado en este aspecto
- Ayudándoles a fijar objetivos reales ajustados a sus posibilidades y deseos.
- Dándoles a conocer las características del mercado laboral y haciéndoles ver lo que éste pide, así como lo que ellos tienen y podrían aportar
- Proporcionándoles herramientas, orientación y acompañamiento para la búsqueda de empleo y para la mejora de sus competencias transversales y profesionales: El 98% de los/as jóvenes atendidos en el programa han mejorado en el conocimiento y uso de herramientas BAE, y el 95% ha mejorado sus habilidades personales y sociales.
- Trabajando la motivación y el ajuste de sus expectativas: El 98% de los/as jóvenes atendidos en el programa ha mejorado en este aspecto
- Fomentando su proactividad, iniciativa y el desarrollo de competencias personales dirigidas a la organización y constancia en la búsqueda de empleo, resolución de problemas, toma de decisiones, gestión del tiempo y adaptación a nuevos entornos: El 95% de los/as jóvenes atendidos en el programa han mejorado su autonomía en la búsqueda de empleo
- Estableciendo canales de acercamiento a las empresas. Desde el inicio del programa en 2018:
 - Se ha fomentado la incorporación laboral del 84,3% de los/as participantes a través del contacto con 7.645 empresas, la intermediación en 6.917 procesos de selección, y la realización de 7.208 propuestas activas a las empresas
 - Se han desarrollado visitas a 74 empresas en las que han participado 641 jóvenes
 - Se han desarrollado 24 eventos YMCA Speed Job Dating en los que han participado 137 jóvenes y 78 empresas

Y, tal como se ha expuesto en el apartado anterior, de hecho, con esta actuación se están consiguiendo resultados en términos de empleo y formación que indudablemente contribuyen a lograr el decremento paulatino de las tasas de desempleo juvenil y por tanto al menor impacto de los efectos negativos que acarrea.

5. Alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigida.

ALCANCE SOBRE LOS BENEFICIARIOS DIRECTOS:

Esta actuación ha atendido desde su inicio en 2018 hasta 2021 a 5.534 jóvenes de las provincias de Zaragoza, Huesca Teruel, Madrid, Salamanca, Valladolid, Valencia, Barcelona, Toledo, Badajoz, Logroño, Málaga, Granada y Murcia, todas ellas con altas tasas de

desempleo juvenil, habiendo logrado un impacto más significativo y duradero de lo que consiguen otro tipo de actuaciones que no trabajan desde metodologías de intervención individualizadas.

Desde su inicio en 2018 hasta 2021:

- Un 59% de jóvenes alcanzan la inserción laboral en el corto plazo, y de estos/as jóvenes, de aquellos/as que han podido ser localizados/as para conocer su situación en el largo plazo, un 58% continuaba trabajando 6 meses después, y otro 13% aunque no continuaba trabajando se encontraba realizando formación o prácticas.
- Un 22% de jóvenes se integran en los sistemas de educación o formación en el corto plazo, y de estos/as jóvenes, de aquellos/as que han podido ser localizados/as para conocer su situación en el largo plazo, 6 meses después un 31% ya había conseguido empleo y otro 39% continuaba formándose o realizando prácticas
- En el caso de aquellos/as jóvenes que en el corto plazo no consiguieron la inserción laboral ni el acceso a la formación y que han podido ser localizados/as para conocer su situación en el largo plazo, 6 meses después el 27% ya estaba trabajando y otro 28% había accedido a una formación o periodo de prácticas

Esto supone que se ha conseguido un mayor nivel de inserción laboral en el corto plazo, la disminución del número de retornos de jóvenes insertados/as a la bolsa de población parada, y en tal caso, una disminución notable en el tiempo en situación de desempleo hasta conseguir de nuevo la reincorporación laboral.

Si bien, para poder llevar a cabo la metodología de intervención que propone este programa, y que se necesita para lograr estos resultados, es necesario un tiempo de intervención mayor del que puede darse en otro tipo de actuaciones que no implementan itinerarios individualizados, lo que a su vez implica necesariamente un nivel de alcance anual de beneficiarios directos más ajustado.

ALCANCE SOBRE LA POBLACIÓN GENERAL:

A través de las acciones de comunicación descritas en el criterio 1 se ha contribuido a la sensibilización de la población general (incluyendo al tejido empresarial) sobre la realidad social, formativa y laboral de los jóvenes en nuestro país, se ha puesto en relieve el importante papel que desempeñan los Fondos Europeos para la articulación medidas de apoyo al empleo juvenil y el impacto que se está consiguiendo con ellas en la población diana.

A continuación, presentamos los datos que conocemos del alcance logrado en la población general durante 2021 con estas acciones:

- A través de los actos públicos (café de empresa) se ha alcanzado a 22 empresas
- A través de las publicaciones en redes sociales los posts publicados en Facebook han alcanzado a 11.816 personas; los publicados en linkedin han conseguido 179.396 impresiones; en el conjunto de las redes en las que han sido publicados, han registrado 5.264 interacciones
- La campaña de publicidad programática en Facebook e Instagram ha alcanzado a 50.021 personas, siendo que 15.339 han visionado el vídeo banner, y como resultado 430 han visitado la página web del programa para obtener mayor información.
- La página web del programa ha registrado un total de 6.324 visitas.

- A través de la difusión de las publicaciones editadas dirigidas al tejido empresarial y actores sociales se han alcanzado 2.422 empresas/entidades, y hemos contado con la colaboración de 43 empresas que han participado en
 - 1.403 empresas colaboradoras en las acciones de intermediación laboral, solicitando perfiles de jóvenes del programa para la cobertura de sus ofertas de empleo
 - 16 empresas colaboradoras en las acciones de mentoring
 - 57 empresas colaboradoras en el evento YMCA Speed Job Dating
 - 44 empresas colaboradoras en acciones de visitas a empresas

6. Consideración de los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y no discriminación, así como responsabilidad social y sostenibilidad ambiental.

PRINCIPIO DE IGUALDAD ENTRE HOMBRES Y MUJERES:

Se han puesto en marcha las siguientes acciones para desarrollar el enfoque integrado de género, tanto con los usuarios directos del programa como con el tejido empresarial con el que trabajamos:

- Damos prioridad a la participación de mujeres en el programa, pues ellas las más afectadas por el desempleo, el acceso al empleo en condiciones de precariedad, y las que en mayor medida conforman la población en riesgo de pobreza. Así, en 2021 las mujeres han supuesto el 58% de las personas atendidas en el programa.
- Durante el diagnóstico sociolaboral realizamos identificación diferencial de las necesidades derivadas de factores de vulnerabilidad de las mujeres por razones de género, y se atiende también de manera diferencial a estas necesidades a lo largo de la intervención:
 - Empoderando a las mujeres, y desmontando ideas y actitudes basadas en estereotipos de género y prejuicios sociales que acompañan su búsqueda de empleo: De las mujeres que han finalizado su participación en el programa en 2021, el 94% lo ha hecho habiendo mejorado sus competencias personales y sociales, el 96% su autoconocimiento, el 93% su motivación hacia el empleo y la búsqueda del mismo, y el 96% su autonomía en la búsqueda de empleo
 - Se han realizado con acciones de sensibilización y promoción de la contratación en igualdad de oportunidades y la diversidad en el ámbito laboral con 2.802 empresas durante 2021, facilitándolas información al respecto de ayudas e incentivos a la contratación de mujeres, visibilizando su currículum oculto al proponer sus candidaturas en los procesos de selección, y fomentando mediante las acciones de intermediación laboral con empresas la inserción laboral de mujeres en sectores no estereotipados. Con ello y teniendo en cuenta la proporción de hombres (42%) y mujeres (58%) que en 2021 ha finalizado su participación en el programa, se ha conseguido que tanto la contratación como la contratación de larga duración se de un 3% más en mujeres que en hombres.
- Utilizamos en todo momento un lenguaje e imágenes no sexistas ni estereotipadas tanto en los elementos publicitarios y de difusión (carteles, dípticos, roll-up, publicaciones en redes sociales, vídeos, notas de prensa, etc.) como en el material de orientación elaborado.

- Facilitamos al personal técnico su participación en formación específica en igualdad de género, siendo que en 2021 un 24% del personal técnico del programa ha participado en formaciones sobre igualdad de género
- Atendemos las necesidades de conciliación de las mujeres participantes en el programa para propiciar su mayor participación y aprovechamiento de las acciones contempladas en sus itinerarios: Ofrecemos flexibilidad de horarios de atención, priorizamos la realización de webinars y acciones grupales presenciales en horarios compatibles, también articulamos acciones grupales online a través de grupos de Facebook, formato que permite a las participantes una mayor flexibilidad horaria en el acceso a los contenidos y también para en participación en las actividades propuestas.
- Trabajamos la sensibilización y promoción de la igualdad de género en diversas acciones de intervención grupal:
 - En los espacios de training group desarrollados se ha reservado una sesión en la que se ha trabajado de manera específica diversos aspectos relacionados el concepto de feminismo, la identificación de micromachismos derivados de los roles y estereotipos de género, el impacto de las desigualdades de género en el desarrollo personal, social y laboral tanto de las mujeres como de los hombres, así como estrategias para luchar por el cambio social hacia la igualdad de género efectiva.
 - En diversas acciones de orientación grupal desarrolladas en 2021 se han introducido píldoras de igualdad en relación con la temática tratada:
 - 16 acciones grupales “Taller de entrevistas y roles en la empresa” en las que se ha introducido la píldora de igualdad “Estereotipos y roles de género”
 - 11 acciones grupales “Competencias emocionales: Superando el desánimo” en las que se ha introducido la píldora de igualdad “Comunicación inclusiva”
 - 15 acciones grupales “El empleo en las redes” en las que se ha introducido la píldora de igualdad “Igualdad en el empleo: Planes de igualdad en las empresas”

PRINCIPIO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES Y NO DISCRIMINACIÓN:

Algunas de las medidas concretas puestas en marcha son las siguientes:

- En la selección de participantes son colectivos prioritarios aquellos/as jóvenes que se encuentren en situación de desventaja, vulnerabilidad o riesgo de exclusión. Así el 61% de los participantes atendidos en el programa de 2021 se encontraban en una o varias de las siguientes situaciones: Sin estudios, perteneciente a un hogar sin empleo, a un hogar sin empleo con hijos a cargo o a un hogar monoparental, migrante o perteneciente a una minoría étnica, con discapacidad mayor o igual al 33%, sin hogar o en situación de exclusión de vivienda, residente en una zona rural, o perteneciente a otros colectivos desfavorecidos (reclusos, exreclusos, perceptores de rentas mínimas, afectados por el VIH, en situación de prostitución, víctima de trata de personas, etc.)
- En todas las acciones grupales se trabaja de manera transversal el desarrollo de los principios y pilares básicos recogidos en la Carta de Derechos fundamentales de la Unión Europea: Dignidad, Libertad, Igualdad, Solidaridad, Ciudadanía y Justicia, a través de su aplicación a contextos cotidianos de los jóvenes.

- Para trabajar la sensibilización empresarial y la no discriminación en el acceso al empleo, se ha facilitado a los técnicos de empleo un argumentario para abordar posibles resistencias de las empresas.
- En los 2.700 procesos de selección en los que hemos intermediado en 2021 para la participación en ellos de los jóvenes del programa se ha fomentado el desarrollo de procesos de reclutamiento y selección que independientemente del género, edad o nacionalidad, otorguen a todos/as los candidatos las mismas oportunidades para acceder a un puesto, teniendo solo en cuenta su valía y aptitudes para llevar a cabo las tareas asignadas.
- Tras las 502 contrataciones de jóvenes participantes en el programa que se han producido durante su participación en el mismo a través de la intermediación directa de YMCA, se han realizado seguimientos cuyo objetivo entre otros, es la prevención de conductas xenófobas o discriminatorias en el ámbito laboral, mediando ante las mismas.

PRINCIPIO DE ACCESIBILIDAD:

- Los locales se encuentran ubicados en zonas bien comunicadas y de fácil acceso, con proximidad al transporte público. Así mismo, cuentan con las medidas necesarias para el acceso de personas con discapacidad.
- Las diversas acciones incluidas en los Itinerarios personalizados se adaptan no solo a necesidades sociolaborales detectadas en el diagnóstico inicial, sino que, en su desarrollo, incorporan las medidas en caso de situaciones de discapacidad de los/as participantes (adaptación de recursos materiales, herramientas, dinámicas, apoyos, etc.).

PRINCIPIO DE DESARROLLO SOSTENIBLE:

- Trabajamos la sensibilización en igualdad de género en diversas acciones de intervención grupal:
 - En los espacios de training group desarrollados se ha reservado una sesión en la que se ha trabajado de manera específica diversos aspectos relacionados el concepto de cambio climático, causas y efectos del mismo, así como estrategias y buenas prácticas para reducir su avance y sus efectos.
 - En diversas acciones de orientación grupal desarrolladas en 2021 se han introducido píldoras de igualdad en relación con la temática tratada:
 - En 39 de las acciones de orientación grupal desarrolladas en 2021 se han introducido píldoras de medio ambiente mediante las que se ha tratado sobre los conceptos de Reduce, Reutiliza y Recicla para la incorporación de estas conductas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente en los hábitos cotidianos de los jóvenes
- YMCA, en algunos de sus centros, se encuentra certificada en la ISO 14001 por lo que desarrolla este tipo de medidas en todos sus programas.
- En el desarrollo del programa se ha minimizado el uso de papel mediante la aportación a los participantes de pendrives en los que guardan los materiales, recursos y documentación; se ha potenciado la elaboración de recursos y material de orientación en formato digital, y para la gestión y registro de los expedientes individuales y de las grupales se utiliza principalmente un Sistema Informático de Gestión, minimizando el uso del papel.

7. Sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública.

Esta actuación está alineada y contribuye en el desarrollo de:

- Las Políticas Europeas de Empleo a través de:
 - La Estrategia Europa 2020
 - Plan De Acción del Pilar Europeo de Derechos Sociales para 2030.
- El Plan Anual de Política de Empleo (PAPE) para 2021, en concreto en relación a:
 - Ejes: 1 (Orientación), 3 (Oportunidades de Empleo), 4 (Igualdad de Oportunidades en el Acceso al Empleo), y 6 (Mejora del Marco Institucional del Sistema Nacional de Empleo)
 - Objetivos Clave UE1 (Reducir el desempleo), y UE2 (Aumentar la activación y reducción de los períodos de desempleo)
 - Objetivos Estratégicos A (Promover y potenciar la activación y mejora de la empleabilidad de personas jóvenes menores de 30 años, con especial atención a quienes presentan mayores necesidades de formación y riesgo de precariedad laboral, según su nivel formativo), B (Promover la participación de las mujeres para impulsar su empleabilidad y activación en el empleo) y C (Contribuir a la reducción de la duración del desempleo para poder hacer frente al desempleo de larga duración y estructural, así como a la exclusión social)
- La estrategia Española de Apoyo Activo al Empleo 2021-2024, en concreto en relación a los objetivos del Eje1: Orientación, Eje 3: Oportunidades para el empleo, Eje 4: Igualdad en el empleo, y Eje 6: Mejora del Marco Institucional
- El Plan de Choque por el Empleo Joven 2019-2021, en concreto en relación a:
 - Los Objetivos 2 (Hacer protagonistas a las personas jóvenes de su proceso de inserción laboral y cualificación), 7 (Combatir el efecto desánimo de las personas jóvenes que no buscan empleo porque creen que no lo van a encontrar) y 8 (Se prestará especial atención a colectivos especialmente vulnerables)
 - Los Ejes 1 (Orientación - Relación con agentes del mercado de trabajo, y Orientación - Orientación profesional y atención personalizada), 3 (Oportunidades de empleo - Marco de contratación laboral para dotar de mayor calidad las relaciones laborales), 4 (Igualdad de oportunidades en el acceso al empleo), y 6 (Mejora del marco institucional - Marco de contratación laboral para dotar de mayor calidad las relaciones laborales)
- El Plan de Garantía Juvenil Plus 2021-2027, en concreto en relación al Eje 1: Orientación (Medidas 7, 8, 10 y15), Eje 4: Igualdad de oportunidades en el acceso al empleo (Medida 54), y Eje 6: Mejora del marco institucional (Medida 65)
- Plan España Digital 2025, en concreto en relación al Capítulo Competencias Digitales, Objetivos Específicos: Mejorar las competencias digitales básicas de la ciudadanía y Cerrar brechas entre colectivo y dotar a los trabajadores de las competencias digitales requeridas en el ámbito laboral, Medida 11, Objetivos 1 (Línea de acción Competencias digitales transversales) y 4 (Línea de acción Competencias digitales para el empleo)

- Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, en concreto en relación a la:
 - Política palanca VII (Educación y conocimiento, formación continua y desarrollo de capacidades), Componente 19 (Plan Nacional de Competencias Digitales)
 - Política palanca VIII (Nueva economía de los cuidados y políticas de empleo), Componente 23 (Nuevas políticas públicas para un mercado de trabajo dinámico, resiliente e inclusivo)
- Estrategia de Desarrollo Sostenible 2030, en concreto en relación a:
 - Reto País 5 (Poner fin a la precariedad laboral), Política Aceleradora 5 (Calidad y estabilidad en el empleo), Prioridades relativas a la modernización de las Políticas Activas de Empleo y a la configuración de trayectorias individualizadas de orientación para el empleo
 - Reto País 2 (Hacer frente a la emergencia climática y ambiental), Política Aceleradora 2 (Un país que respete los límites del planeta), Prioridad relativa al desarrollo e implementación del Plan de Acción de Educación Ambiental para la Sostenibilidad 2021-2025
 - Reto País 3 (Cerrar la brecha de la desigualdad de género y poner fin a la discriminación), Política Aceleradora 3 (Vidas libres e iguales para todas), Prioridad relativa al desarrollo e implementación del Plan Estratégico para la Igualdad Efectiva entre Mujeres y Hombres 2021-2025 (PEIEMH)
 - Reto País 4 (Superar las ineficiencias de un sistema económico excesivamente concentrado y dependiente), Política Aceleradora 4 (Un nuevo modelo económico y productivo verde, digital y justo), Prioridad relativa a la Agenda España Digital 2025

Esta actuación forma parte de las medidas contempladas en el Fichero de Garantía Juvenil con el que se mantiene una estrecha colaboración

Así mismo YMCA a través de sus programas operativos de empleo juvenil, participa en la Red de Inclusión Social.

Se puede obtener información detallada sobre estos criterios en la pág. 22 y 23 de la Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del Fondo Social Europeo 2014-2020 y en las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos FSE:

http://www.mitramiss.gob.es/uafse/ficheros/comunicacion/guia_evaluacion_comunicacion.pdf