



INFORME • RELACIONES PERSONALES

Actividades tendentes a crear, mantener e impulsar relaciones cordiales y vínculos amistosos entre personas basadas en el reconocimiento y respeto a la personalidad humana. Un factor fundamental en toda relación personal es la comunicación ya que es imposible establecer un vínculo entre dos puntos que no se comunican.

introducción

SECTORES EMERGENTES

Durante el Congreso Nacional “Sectores emergentes, oportunidades de empleo y negocio para esta década” celebrado en Pamplona, el 26 y el 27 de noviembre de 2003, y organizado por el Servicio Navarro de Empleo del Gobierno de Navarra y por la sociedad pública CEIN, en colaboración con ANEL y Cederna-Garalur, se identificaron 21 ideas de negocio para el siglo XXI.

Estas 21 ideas son la conceptualización de las oportunidades que se van a generar a la vista de las tendencias apreciadas en nuestro entorno socio-económico actual. Cada idea constituye un sector emergente que en los próximos años ofrecerá grandes oportunidades de negocio y empleo.

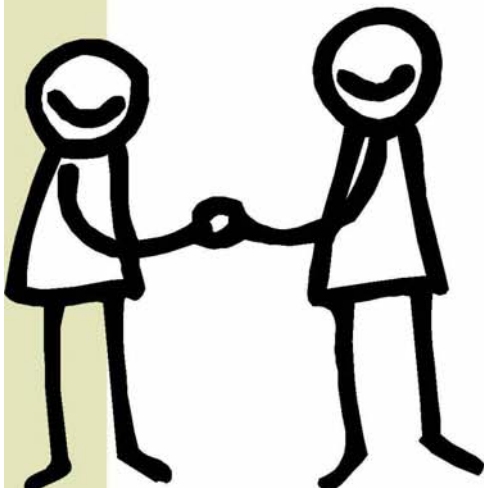
A lo largo del año 2004, y gracias al apoyo del Servicio Navarro de Empleo, CEIN, ANEL y Cederna-Garalur han estado investigando cada uno de estos sectores para conseguir profundizar en el tipo de empresas que se están generando, los factores que lo están promoviendo, etc. Todo este conocimiento alcanzado ha quedado reflejado en una colección de 21 informes; uno por cada sector identificado.

El informe que a continuación se presenta forma parte de esta colección y pretende facilitar, tanto a emprendedores como a empresarios, información para tomar decisiones acertadas con respecto a la puesta en marcha de un negocio en el sector “**Relaciones Personales**”.



índice

1. INTRODUCCIÓN SOBRE ASPECTOS QUE GENERAN ESTE NUEVO TIPO DE SERVICIOS / NECESIDAD EN LA SOCIEDAD.	4
2. TIPO DE SERVICIOS QUE RECOGE	9
3. FACTORES PRINCIPALES DE DESARROLLO	13
4. PRINCIPALES OBSTÁCULOS	15
5. TIPO DE EMPRESAS CREADAS	16
6. PERFILES DE LOS PROFESIONALES QUE TRABAJAN EN EL SECTOR	17
7. ALGUNA BUENA EXPERIENCIA	18



1. INTRODUCCIÓN SOBRE ASPECTOS QUE GENERAN ESTE NUEVO TIPO DE SERVICIOS / NECESIDAD EN LA SOCIEDAD

Las relaciones personales existen desde que hay seres humanos. Las personas somos conscientes de que nos necesitamos mutuamente primero para sobrevivir y después para relacionarnos unos con otros y vivir en sociedad.

Tal y como expresa Maslow, en su pirámide jerárquica de necesidades, una vez cubiertas las necesidades fisiológicas y de seguridad es necesario cubrir las necesidades sociales entre las que destacan la amistad, la pertenencia a grupos, y, en definitiva, las relaciones personales.

Partiendo de que las relaciones personales son algo básico que ha existido, existe y existirá siempre, también es una realidad que las formas de relacionarse han ido cambiando en la sociedad. Estos cambios en las formas han sido provocados, entre otros factores, por las transformaciones demográficas, económicas, laborales, sociales y tecnológicas que la sociedad ha experimentado con el paso del tiempo.

Con todo lo señalado llegamos a las siguientes conclusiones:

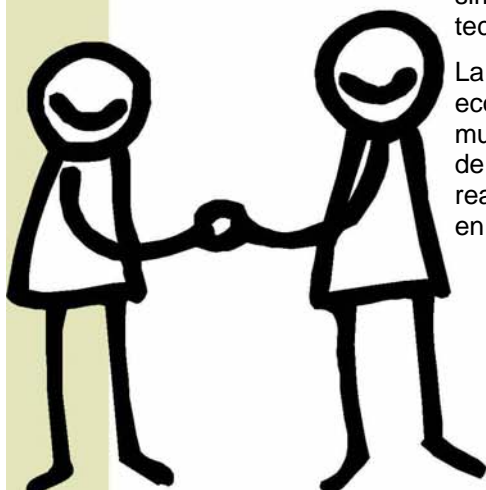
- *Las relaciones personales existen desde que existe el ser humano.*
- *Las relaciones personales constituyen un aspecto básico en nuestras vidas, funcionando no sólo como un medio para alcanzar determinados objetivos, sino también como un fin es sí mismo.*
- *Las relaciones personales se han formalizado o materializado de diferentes modos dependiendo de cada época histórica.*

A continuación, vamos a analizar cuál es la situación de la sociedad española para ver qué serie de cambios ha experimentado y que han determinado cambios en la forma de relacionarse de las personas

La economía global

La globalización es el proceso resultante de la capacidad de ciertas actividades de funcionar como unidad, en el tiempo real, a escala planetaria (Castells). Las decisiones y actividades en cualquier lugar tienen repercusiones significativas y simultáneas en lugares distantes y todo esto ha sido posible gracias a la tecnología y a la evolución de la comunicación.

La economía nacional ha cedido el paso a la economía internacional, la economía de los países dependen, cada vez más, de grandes empresas multinacionales cuyos intereses no tienen porque coincidir con las políticas de desarrollo del país. El sistema internacional de producción permiten realizar en sitios muy diversos fases de procesos que antes se localizaban en un mismo lugar.



El proceso de adaptación de las economías nacionales a los requerimientos de la globalización ha implicado profundas transformaciones orientadas a aumentar la competitividad de las empresas y esto, indudablemente, ha significado cambios en la calidad de vida de las personas, en sus formas de vida y de relacionarse, así como, en sus expectativas frente al mercado de trabajo.

Entre los cambios más significativos que afectan a las relaciones de las personas desde el punto de vista económico:

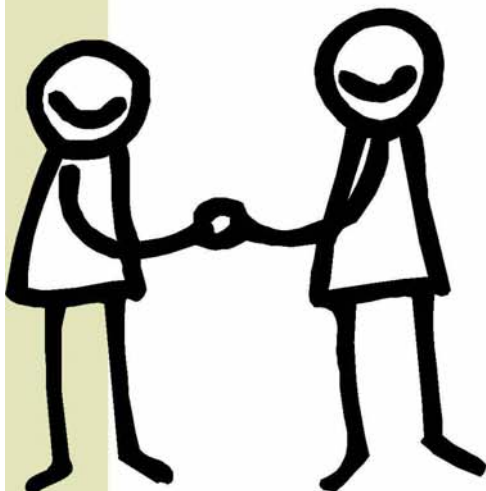
- *Libertad de mercados, capitales y personas. Lo cual implica una posible movilidad profesional hacia otros países y, por lo tanto, que las personas tengan que establecer unas nuevas relaciones, alejadas de su entorno familiar y social, con unos nuevos individuos pertenecientes a otros países, por lo tanto, diferentes culturas y distintos valores.*
- *La competitividad de las empresas exige empleados/as competitivos y esa competitividad puede provocar la aparición del individualismo la autoexigencia de superación diaria y, por lo tanto, generar unas relaciones personales más tensas tanto en el ámbito profesional como social a la vez que enfermedades como el estrés.*

Envejecimiento de la población

Uno de los rasgos más característicos es el envejecimiento de la población. La reducción de las tasas de mortalidad y el aumento de la esperanza de vida al nacer han sido los responsables de que cada vez haya un mayor número de personas con más de 65 años de edad. Este proceso de envejecimiento no sólo ha supuesto un cambio demográfico, sino que también está impulsando en la sociedad un cambio social de gran magnitud.

Este tránsito a la situación de inactividad tiene tres implicaciones fundamentales que afectan a las relaciones personales:

- *Disminución de los niveles de renta. Esto hace que estas personas deban hacer una nueva reestructuración de las partidas de gasto y una priorización del mismo de acuerdo con sus nuevas necesidades que surgen de manera paralela al envejecimiento (salud, falta de autonomía...) pasando a un segundo plano las partidas destinadas a relacionarse (comidas fuera del hogar, vacaciones y ocio en general) con lo cual esto supone un decrecimiento para sus relaciones.*
- *Ruptura básica con las redes de relaciones sociales que giran en torno al trabajo, las únicas, en muchos casos, debido a la pérdida de valor de las relaciones personales en nuestra sociedad, lo cual aumenta el riesgo de soledad y aislamiento social.*
- *Desvalorización social. En el pasado la experiencia y el conocimiento de los mayores les otorgaba una función en la sociedad, ahora, en las sociedades desarrolladas, el reconocimiento personal y social de cada persona es su valor de mercado.*



Inmigración

Durante los últimos 4 años la población inmigrante ha permitido mantener la población total española y superarla hasta llegar a los 44 millones de habitantes en la actualidad, a pesar del menor índice de natalidad, compensado en estos últimos años por la inmigración. Aproximadamente un 8,4% de la población de España es inmigrante.

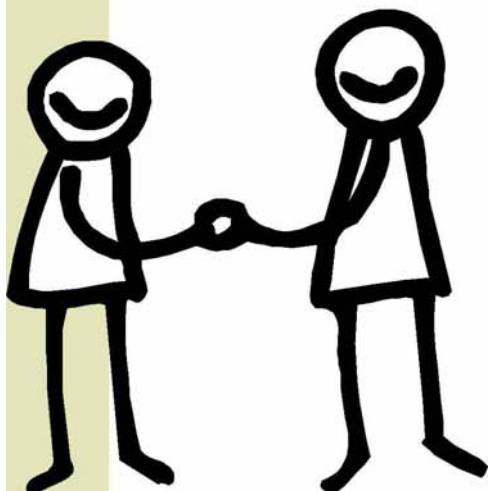
Este hecho está afectando a las formas de relacionarse en nuestro país ya que las se afilian en función del género, la proximidad geográfica, la clase social, la pertenencia étnica. El resultado de esta tendencia da lugar a un tipo de relaciones que se conoce como “comunidades”. En el caso de los inmigrantes este proceso es muy visible. El desplazamiento en cadena y el esfuerzo de adaptación aumenta las probabilidades de que los compatriotas se relacionen entre sí.

Un papel muy importante en el tipo de relaciones que establezcan este colectivo lo juega el país receptor ya que este puede determinar las oportunidades de integración o por el contrario la formación de comunidades aisladas.

Familia y Formas de Vida

La estructura familiar ha cambiado y, consecuentemente, el rol que desempeña cada miembro en la misma. Factores que han motivado estos cambios en el núcleo familiar:

- *Incorporación de la mujer al mercado de trabajo. Su foco de atención ya no se centra únicamente en el ámbito familiar y del hogar, su entorno relacional se amplía y su círculo de relaciones también.*
- *Hogares unipersonales. Estos hogares representan un 15% en España y cada año experimentan un crecimiento considerable. Lo forman personas mayores de 30 años solteras, separadas, divorciadas o viudas. No son el sustento de ningún pilar familiar, y, por lo tanto, disponen por un lado de mayor solvencia económica y, por otro, de mayores espacios de tiempo para entablar relaciones fuera de ese núcleo familiar.*
- *Hogares monoparentales. En los últimos 10 años en España se han incrementado en un 79%. En este caso, una persona asume toda la responsabilidad familiar y tiene que compatibilizar su vida familiar, su vida laboral y sus relaciones personales. Si esta situación ha sido como consecuencia de una ruptura de pareja en la mayoría de los casos esta disolución suele significar la ruptura con unas relaciones sociales ya establecidas y la necesidad de entablar unas nuevas relaciones y amistades.*
- *Familias ensambladas. Nuevo modelo familiar que proviene de la unión de dos personas que han tenido una unión previa en pareja que se ha disuelto y que rehacen de nuevo sus vidas con otra persona. En algunos supuestos la nueva vida la inician sólo los dos miembros, pero en otros también esta la unión a esta nueva familia de los hijos que cada uno tiene de sus relaciones anteriores. Esto genera unas relaciones más complejas que las tradicionales en donde existe una interacción de un número mayor de personas. Pero también aporta nuevos beneficios como el poder de adaptación a diferentes escenarios más flexibles, además de incrementar el número de relaciones.*



Tecnología y comunicaciones

Después de más de una década de la irrupción de Internet en el mundo, resulta difícil encontrar algún ámbito de la vida que no haya sido afectado al menos indirectamente por su influencia. Por lo tanto las relaciones entre personas no son la excepción sobre todo en sociedades donde el uso de la red está bastante extendido.

Correo electrónico, chats, foros son algunos de los medios a través de los cuales muchas personas se vinculan en busca de distintos tipos de relaciones sociales que van desde la investigación, pasando por la amistad hasta la formación de parejas.

Las características de la red (inmediatez, anonimato, bajo costo, expansión, etc.) dibujan un escenario nunca antes visto en el ámbito de las relaciones humanas.

En lo que se refiere a la sociedad navarra, algunos de los factores mencionados hasta el momento se reflejan de la siguiente manera:

Emigración

La población navarra roza ya los 600.000 habitantes. El 1 de enero de este año estaban empadronados en la Comunidad foral 592.482 personas, 7.604 más que en la misma fecha del año anterior, por lo que la población ha aumentado un 1,3%. Este incremento se debe sobre todo al aumento de la inmigración (hay 6.173 extranjeros empadronados más que en 2004) y a los nacimientos. Estos datos los dio a conocer en mayo del 2005 el Instituto Nacional de Estadística (INE). La población inmigrante alcanza ahora las 49.547 personas que ya suponen el 8,3% de la población, aunque en Pamplona ese porcentaje asciende al 9,8%. La media nacional de población extranjera es del 8,4%.

Cualitativamente la nueva emigración ha traído un incremento de la diversidad cultural y ha puesto de relieve la dificultad organizativa de la administración para atender esa diversidad cultural y social.

El fenómeno migratorio tiende a convertirse en un hecho estructural de las nuevas economías. Navarra es una Comunidad con baja tasa de natalidad y escasas posibilidades de atracción de población desde otros puntos del Estado debido a la escasa movilidad geográfica existente en España. Por lo tanto la continuidad del crecimiento económico y la mejora del bienestar de la población vendrá determinada por su capacidad para integrar social y laboralmente al colectivo emigrante.

Es necesario crear una estrategia general, de integración social y laboral más allá de los servicios sociales y de intervenciones asistenciales para este colectivo.

Las entidades de iniciativa social, organizaciones sociales y patronales no pueden ser sustitutivas de la iniciativa y responsabilidad regional y local, pero sí que pueden prestar su red de apoyo y su personal experimentado mediante la firma de convenios que se consideren convenientes.



Relaciones a terceros

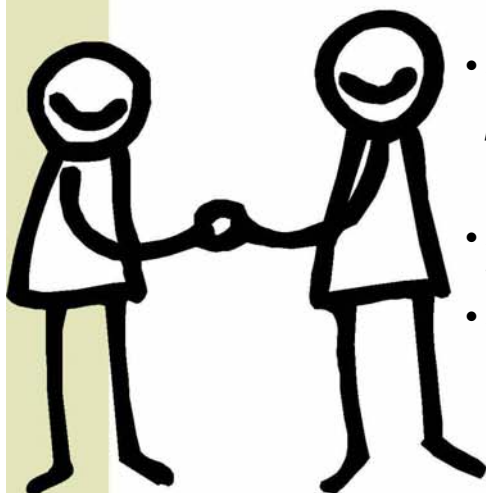
Si nos centramos en la relaciones en general debemos de tener en cuenta las preferencias de la población navarra en cuanto a sus relaciones personales y de ocio y para ello tomamos como punto de partida a la hora de analizar las peculiaridades “La estrategia Territorial de Navarra” de dicho estudio se sacan las siguientes conclusiones:

- *De las personas que se entrevistó (jóvenes entre 16/35 años) un elevado porcentaje eran solteras (más del 75% de las que más del 50% eran de una edad superior a 25 años)*
- *Arraigo de las personas jóvenes a su hábitat de residencia y su trabajo, escasa predisposición a la movilidad territorial, aún dentro de la propia Comunidad. Tres de cada cuatro personas entrevistadas manifiestan que en el futuro les gustaría que fuese su entorno habitual o más cercano su centro de residencia, trabajo y ocio..*
- *Las redes sociales tienen una gran importancia y arraigo en Navarra y constituyen un gran sustento económico, moral, personal y emocional.*
- *El ámbito considerado por los jóvenes como más cercano para sus relaciones personales, de trabajo y ocio es su localidad y las más cercanas.*
- *La juventud navarra parece no ser proclive a la realización de determinadas actividades culturales como asistir al teatro, conferencias, museos, debido a la falta de organización por parte de las instituciones encargadas, falta de interés en los jóvenes y falta de información.*
- *Los jóvenes no colaboran con organizaciones de cualquier tipo, no hay una implicación, aunque la valoración de dichas organizaciones sea positiva.*
- *La actividad que con mayor asiduidad realizan los jóvenes navarros es salir con amigos. Existe una tendencia generalizada dentro de la juventud que es el alquiler de bajeras entre diversas cuadrillas en las que pasar el fin de semana y sus ratos de ocio en lugar de salir a bares y otros espacios que les permita a relacionarse con otra gente de su edad ajena a su núcleo de amistad. De esta manera las relaciones entre los jóvenes de edades similares quedan limitadas a los grupos de amigos que habitualmente se reúnen en estos locales.*

Nuevas Tecnologías

Se ha reiterado en este estudio que las nuevas tecnologías han modificado las relaciones personales y introduciendo nuevas formas de relacionarse. En noviembre del 2004 se realizó el “Estudio de la Sociedad de la Información en Navarra” en el cual se destacan los siguientes datos que tienen que ver con el ámbito de las relaciones personales:

- *El porcentaje de hogares que disponen de acceso a internet ha disminuido ligeramente con respecto a noviembre del 2003 se ha pasado de un 37,7% al 36,8%. Entre los motivos de no tenerlo existen un significativo aumento en el porcentaje de quienes dicen acceder desde otro lugar.*
- *En cuanto a los jóvenes el 70% ya cuenta con ordenador en su casa, el 51,5% dispone de conexión a Internet y el 86% de teléfono móvil*
- *El principal motivo que impulsa a los hogares a conectarse a Internet es el ocio en un 38,2%.*



2. TIPO DE SERVICIOS QUE RECOGE

Los servicios destinados a provocar, fomentar y consolidar las relaciones personales son tan diversos y variados como los diferentes grupos sociales y sus diferentes necesidades de crear relaciones o de gestionar las relaciones existentes.

Dependiendo del objetivo que se desee alcanzar en cada servicio podemos diferenciar:

- *Servicios destinados a facilitar la integración social de determinados colectivos.*
- *Servicios destinados a apoyar, interpretar y formar a las personas en las nuevas relaciones que experimentan en sus vidas.*
- *Servicios facilitadores de relaciones cuya finalidad es evitar la soledad y el aislamiento social.*
- *Servicios facilitadores de relaciones utilizando como medio para llegar a las personas las nuevas tecnologías.*
- *Relaciones con terceros en general.*

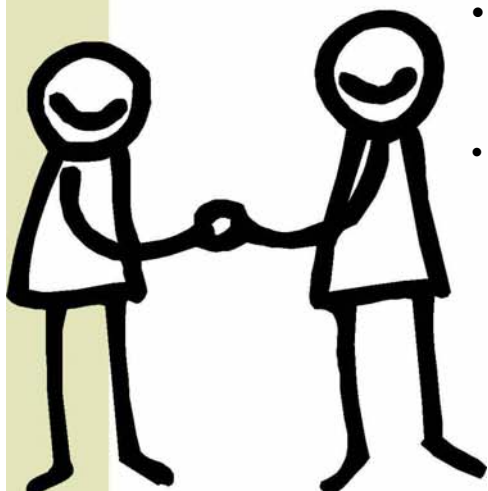
2.1. Servicios destinados a facilitar la integración social de determinados colectivos

Estos colectivos a los que se hace referencia se reflejan en minorías étnicas e inmigrantes.

En el caso de las minorías étnicas (como por ejemplo el colectivo gitano) son muchos los años de trayectoria que tienen las empresas e instituciones dedicadas a trabajar con ellos con el objetivo de adaptar sus relaciones intergrupales a las exigencias de la sociedad actual. Entre los objetivos de estas empresas están: el promulgar la igualdad de género, formación profesional y técnica para poder ocupar otros segmentos de mercado que no fueran en los que típicamente se han ubicado (venta ambulante), y, por otro lado, acciones dirigidas a facilitar su integración social y a fomentar sus relaciones con otros grupos étnicos siempre desde la perspectiva de no anular su cultura y sus valores tanto morales como éticos.

En cuanto a la inmigración, el fenómeno ha sido más reciente y, en todos los casos, ha pillado desprevenido al país receptor. Algunas características del contexto de recepción son:

- *La existencia de otros familiares y amigos en el país receptor ofrecen a la persona recién llegada la garantía de fuentes de apoyo social que facilitan su proceso de adaptación, pero esto también puede traducirse a medio plazo en términos de segregación.*
- *Segmentación internacional del mercado de trabajo. Los inmigrantes se incorporan, mayoritariamente, al mercado laboral secundario que está constituido por puestos peores pagados y con menos posibilidades de mejora. En el caso español los emigrantes ocupan o puestos en los que hay escasez de mano de obra o que se encuentran por debajo del nivel de aceptación de los españoles.*



- *El hecho de poseer contactos informales en el país receptor constituye un “capital relacional” que proporciona ventajas competitivas a la hora de conseguir un empleo.*

Todos los puntos señalados y su desarrollo van a influir en las relaciones personales que lleve a cabo este colectivo; pero debe haber un apoyo social e institucional a las políticas de integración que incidan en el clima social. Las relaciones deben ser de la suficiente frecuencia, duración y cercanía como para ser personalmente significativas, debe darse un marco de igualdad de estatus y de cooperación intergrupal.

Para todo ello existen empresas tanto en los países de origen como en el país receptor que, a través de la información y la formación, ayuda a las personas a que su proceso de adaptación al nuevo país se produzca de la manera menos traumática posible y que además no suponga una ruptura total con su cultura y sus costumbres.

2.2. Servicios destinados a apoyar, interpretar y formar a las personas en las nuevas relaciones que experimenten en sus vidas

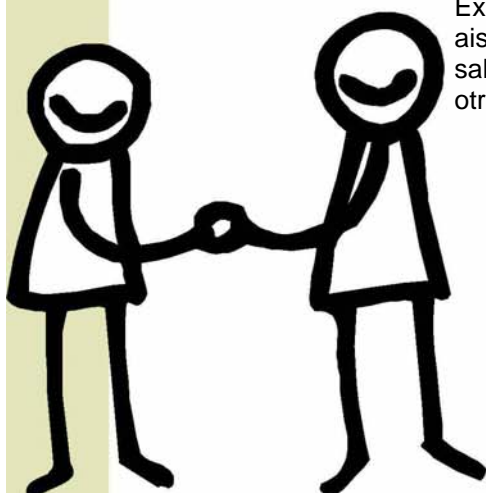
La ruptura con el concepto de familia tradicional y de asunción de roles típicos hace que aparezcan nuevas formas de núcleos familiares en los que se entabla unas nuevas relaciones que pueden generar conflictos para cada uno de los miembros que la forman.

Estamos también ante un hecho reciente, pero que ya en algunos países como Estados Unidos han sido conscientes de la existencia del mismo y se han creado empresas que prestan servicios a sus clientes con el fin de ayudarles a afrontar estas nuevas relaciones y que además sean capaces de transformar este reto relacional en una oportunidad que les amplie sus contactos y que los convierta en personas con una mayor amplitud social debido a la flexibilidad y a la tolerancia de la que pueden llegar a impregnar estas relaciones.

2.3. Servicios facilitadores de relaciones cuyo objetivo es evitar la soledad y el aislamiento social

Estamos ante una sociedad envejecida. Se señalaba en este informe que la persona cuando llega a los 65 le acontecen una serie de experiencias que hacen que sus relaciones se aminoren: decrecimiento de su salario, abandono de la vida laboral, aparición de problemas propios de la edad que limitan su movilidad geográfica. Todo ello puede dar lugar al aislamiento social.

Existen ya desde la iniciativa pública programas destinados a evitar este aislamiento: Clubs de jubilados, Vacaciones sociales (Insero), temas de salud como Balnearios... En todos ellos, las personas se relaciona con otras personas que están en situaciones similares a las suyas



Como alternativa a las residencias de 3ª edad y a la asistencia de familiares o terceros aparece una nueva forma de “relación/convivencia” que es el caso de personas jóvenes, en su mayoría, que comparten piso con ancianos y ancianas en el hogar de éstos. Surge de este modo una relación entre diferentes generaciones que resulta positiva para todos los agentes implicados ya que en el caso del anciano/a se siente acompañado y seguro en su propio hogar y en el caso de los jóvenes satisface su necesidad de vivienda. En ambos casos comparten sus vivencias y así la persona mayor sigue “conectada” al día a día y la persona joven se “aprovecha” de su sabiduría vital.

2.4. Servicios facilitadores de relaciones utilizando como medio para llegar a las personas a las nuevas tecnologías

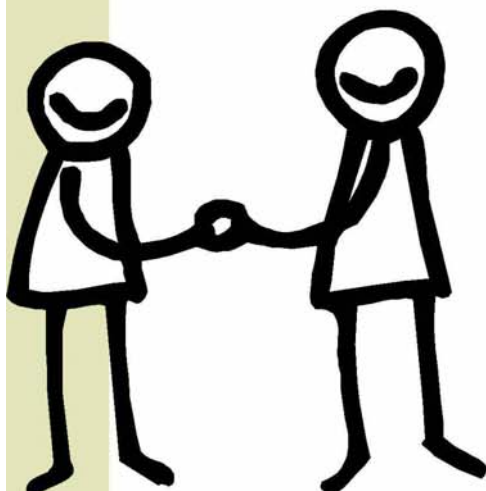
Aunque resulte paradójico o chocante se habla ya de relaciones humanas/personales a través de cable.

Una clave para explicar por qué las personas buscan relaciones a través de este medio es la soledad y falta de afecto, que muchas veces se combina con grandes dosis de timidez. En estos casos, la red proporciona un espacio óptimo para generar relaciones sin exponerse al estrés de las relaciones cara a cara y reservando el propio espacio individual.

Internet es un espacio social más, la red es un espacio de sociabilidad donde las personas nos relacionamos y nos unimos movidas por razones muy diversas.

Estas nuevas formas sociales de relacionarse, a la vez que han generado multitud de páginas web facilitando este tipo de relaciones, han propiciado que la aparición de páginas administradas por especialistas dedicadas a asesorar a los cibernautas acerca de cómo gestionar este tipo de relaciones, su forma, su fondo y sus implicaciones.

Existen numerosos estudios sobre si las relaciones on-line son más o menos efímeras o duraderas o si los vínculos sociales y los sentimientos son tan fuertes o sinceros como en la situaciones de copresencia física. Estudios recientes describen que el tipo de relaciones que se producen en la red son totalmente equiparables a las que se dan en la vida real con un único factor de intermediación, es decir, que la tecnología que se limita a reproducir lo que ya estaba presente en la vida off-line



2.5. Relaciones con terceros en general

Un nuevo estilo y una nueva forma de vida se están imponiendo en la sociedad y están afectando a las actividades cotidianas. Las relaciones entre personas también se ven influenciadas por este hecho y cada vez se tiende más a pasar de unas relaciones personales cara a cara, presenciales, a unas relaciones distantes.

Es en este contexto donde surge la necesidad de servicios que traten de paliar esta falta de comunicación y de relación.

Nos referimos a servicios que fomentan la relación de personas que, en principio, no se conocen.

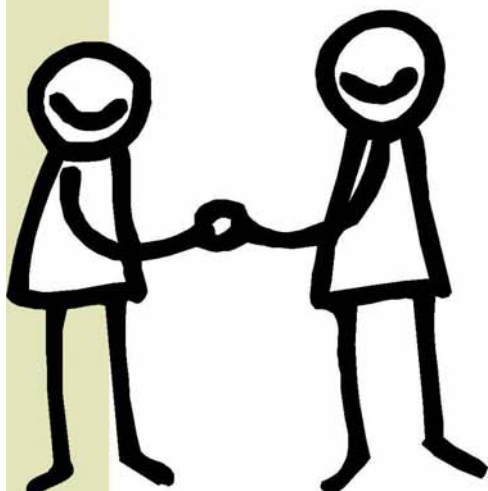
Son servicios que surgen con la idea de poder satisfacer a un grupo de personas que no encuentran cómo llenar sus momentos de ocio. Un fin de semana, unas vacaciones, cualquier motivo es una buena excusa para salir y poder conocer gente nueva en esa misma situación y entretenerse. Tratan de ofrecer variedad de actividades para que cada uno encuentre su rol preferido, seas una persona aventurera o una persona tranquila.

Cada vez proliferan, más frecuentemente, **clubes de ocio**, que fomentan la práctica de diversas actividades en grupo; cine, teatro, viajes, actividades en la naturaleza, etc.

Los socios disfrutan de una amplia oferta de propuestas para su ocio cultural y pueden acceder a eventos culturales programados para ellos, siempre según las condiciones establecidas en cada caso, respecto al aforo disponible y forma de acceder a la invitación.

Además disfrutan de ofertas exclusivas, descuentos directos, y precios especiales en los establecimientos asociados al club.

Además surgen otro tipo de empresas que dirigen sus servicios a un colectivo específico y que dedica buena parte de la publicidad y propaganda a este tipo de cliente, es el caso, por ejemplo, del turismo para homosexuales, para solteros.



3 FACTORES PRINCIPALES DE DESARROLLO

A la hora de identificar factores clave resulta necesario diferenciar los dos tipos de relaciones en las que hemos basado este informe:

- *Relaciones integradoras de grupos entre personas en riesgo de exclusión social o aislamiento social (emigración, tercera edad...)*
- *Las relaciones personales en sí mismas, es decir, en su aspecto de la interrelación y la comunicación entre personas.*

Un factor determinante para el desarrollo de oportunidades en lo referente al primer tipo de relaciones (emigración, tercera edad, personas en riesgo de exclusión social) va a ser la tendencia hacia la Responsabilidad Social Corporativa o el Marketing Social de las empresas. Esta tendencia está haciendo que se deriven fondos a actuar a favor de ciertas causas sociales como las mencionadas.

Las empresas se han dado cuenta de que su futuro no sólo radica en la productividad, la calidad o los beneficios, sino también en su responsabilidad social. La empresa actual despliega su actividad en cuatro planos: el económico, el humano, el social y el medioambiental. Las empresas que no ejerzan su responsabilidad social adecuadamente se enfrentaran a un rechazo social que repercutirá directamente en su actividad económica.

A través del Marketing Social Corporativo, en donde están implicados tres actores: la empresa, el cliente y la actividad no lucrativa, se pretende un compromiso de la empresa con la entidad sin ánimo de lucro mediante el alineamiento de los valores con el consumidor final.

Además de la acción y el compromiso social de las empresas es necesario por parte de los poderes públicos de la creación de todo un sistema que asiente las bases para que las personas encuentren en el país de destino un entorno receptivo positivo y con políticas tanto públicas como privadas destinadas a conciliar la cultura y los valores que la persona trae consigo con la cultura, los valores y las personas que se encuentra en el país receptor.

Otro factor de desarrollo importante para este sector viene derivado de los problemas que causan las diferentes culturas, formas de vida, sistemas administrativos, idiomas, etc.

Cuando un inmigrante se acerca a una entidad para demandar alguna información, en ocasiones, resulta imposible utilizar la ayuda ofrecida porque no está en su lengua y nadie está disponible para traducir. En este sentido, podemos afirmar que aquellas empresas que cuenten entre su personal con profesionales traductores tienen entre sus posibilidades de negocio, la nueva vía de atención a la inmigración.

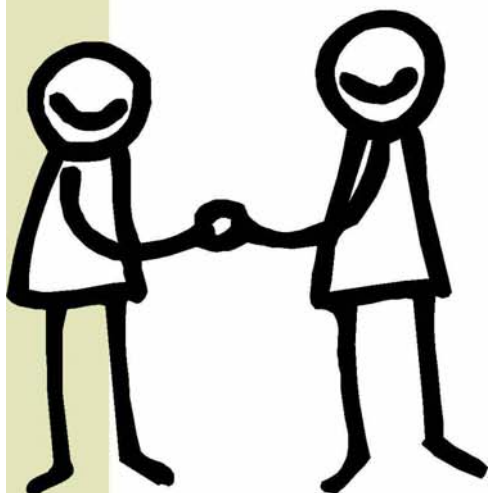
En esta misma línea, aquellas empresas que cuenten con profesionales asesores jurídicos, con amplios conocimientos en materia de leyes de inmigración, también tienen un fuerte potencial de crecimiento por esta nueva vía de negocio.

Por otra parte y en lo que afecta al conjunto de las relaciones personales en sí mismas, también se detectan una serie de factores que están propiciando la necesidad de generar una oferta de servicios para mejorar la situación social.



Entre ellos mencionaremos por su especial incidencia, el ritmo de vida y las formas de vida actuales que dificultan enormemente el inicio y desarrollo de las relaciones personales. Esta situación tiene como consecuencia el incremento del número de personas que viven solas o se sienten solas. Muchas de estas personas desearían cambiar la situación y entablar relaciones, pero en ocasiones y por diferentes razones, esa búsqueda se hace muy complicada y se necesita ayuda.

Este hecho genera una fuerte demanda entre las personas solas (normalmente mayores de 30 años) para encontrar actividades que les faciliten las relaciones con terceros además de que ocupen su tiempo de ocio. Tratándose generalmente de un grupo de la población que cuenta con estabilidad laboral y cierto poder adquisitivo, esta vía se convierte en un importante factor de desarrollo para el sector de las relaciones personales.



4 PRINCIPALES OBSTÁCULOS

En lo referente al fomento de un tipo de relaciones personales con el objetivo de romper las barreras de aislamiento y exclusión social nos encontramos que este tipo de acciones se prestan frecuentemente desde la administración o desde entidades semi o pseudopúblicas (ejecutoras de las acciones con presupuestos limitados). El escaso poder adquisitivo de estas personas dificulta o imposibilita el desarrollo de acciones y servicios cuya contraprestación sea de pago por el usuario. Consecuencia de esto es una fuerte dependencia de los poderes públicos y de las líneas estratégicas que se quieran desarrollar en este ámbito.

En cuanto a los servicios que se pueden prestar a los inmigrantes para que se integren en la sociedad española, encontramos un fuerte obstáculo a la hora de comunicarles dichos servicios y a la hora de que acudan a participar en los mismos. La razón es la gran cantidad de inmigrantes que viven en España sin tarjeta de residencia ni permiso de trabajo.

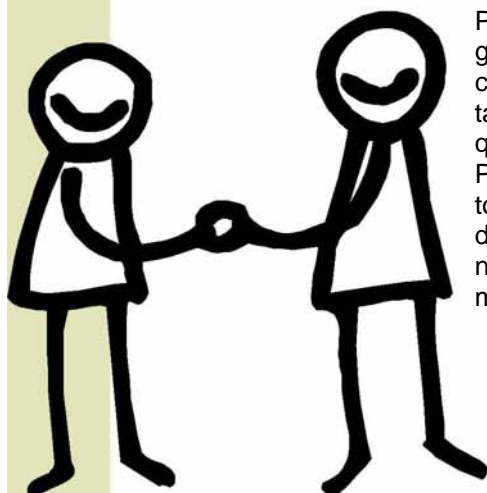
Esto supone que por un lado sea difícil contactar con ellos para ofrecerles los servicios en cuestión, y por otro, el miedo a ser “descubiertos” hace que limiten más si cabe su círculo social, declinando la alternativa de integración que estos servicios les ofrecen.

Además, las empresas que tratan de favorecer la integración de determinados colectivos de inmigrantes se encuentra no sólo con largos trámites burocráticos, sino también, con diferentes idiomas, culturas, desconocimiento del entorno social y laboral. Esto supone que estas empresas tienen que tener unos empleados con un alto grado de conocimiento de idiomas y con conocimiento de las culturas de los países de origen de las personas a las que van a atender.

La implicación de las empresas con la acción social es fundamental pero hoy en día todavía no está muy extendida entre el tejido empresarial.

En las relaciones con terceros existen empresas que facilitan dichos contactos, pero hay varios factores que hacen que las personas no hagan uso de los servicios que ofrecen. Entre dichos factores destacamos: la falta de autoconocimiento de la propia soledad, el pensar que a estas empresas sólo acuden personas problemáticas, tímidas o sin posibilidades de relacionarse, el miedo a que se bromea con el tema o que el resto piensen que están desesperados por recurrir a dichos servicios. Todos estos factores dificultan la captación de clientes y consecuentemente la generación de ingresos. Desde este punto de vista, las empresas que deseen desarrollar su actividad económica deberán de trabajar los aspectos de confianza, comunicación y creación de imagen.

Por otra parte, se ha señalado que las nuevas tecnologías han generado una nueva forma de comunicarse, bien debemos de ser conscientes que el desconocimiento de estas nuevas tecnologías también puede generar una exclusión tecnológica para todos aquellos que no tengan acceso a estas nuevas tecnologías en sus relaciones. Por otro lado las condiciones de la red no son siempre positivas, sobre todo para el público infantil, pues les permite ingresar sin filtros a áreas donde se abordan temáticas que no van de acuerdo a su edad. El tema no deja de ser preocupante y sería necesario buscar alternativas que minimicen el riesgo no sólo en los Chats sino en la red en general.



5 TIPOS DE EMPRESAS CREADAS

No podemos establecer un perfil tipo de empresa para este sector, dada la variedad de servicios que se pueden ofrecer dentro del ámbito de las relaciones

De manera general, podemos decir que las empresas que ofrecen este tipo de servicios pueden ser más o menos especializadas. De esta manera, nos encontraremos desde empresas que especializadas en ofrecer alguno de estos servicios a un colectivo muy específico, como empresas especializadas en un solo servicio pero dirigido a distintos colectivos, y hasta empresas que ofrecen estos servicios aunque no formen parte de su actividad principal, sino por políticas de responsabilidad social corporativa.

Un tipo de empresa que está surgiendo entorno a este sector son las asociaciones juveniles, que fomentan actividades cuyo objetivo es garantizar la promoción y participación en actividades programadas posibilitando opciones para la utilización enriquecedora del ocio como tiempo de creatividad y esparcimiento, fomentando actividades que promuevan la convivencia, sensibilizando a los jóvenes en valores y hábitos de vida saludables, y actitudes positivas con el medio ambiente, como elementos básicos de la integración y participación social.

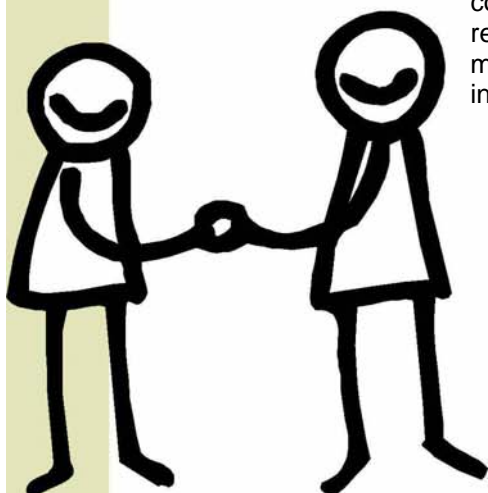
La mayor parte de ellas surgen para:

- *Compartir experiencias y opiniones con otros jóvenes*
- *Luchar por objetivos comunes con más fuerza y eficacia*
- *Intercambiar intereses y aficiones*
- *Organizar actividades culturales, deportivas, lúdicas, sociales, etc.*
- *Potenciar la vida cultural y la participación de los jóvenes en la sociedad*

En cuanto a empresas que surgen para el fomento de las relaciones entre terceros más que nuevas empresas son empresas ya existentes, pero que hacen una diversificación de productos o de servicios. Ejemplos tenemos en las agencias de viajes que organizan viajes para personas solteras, gays, tercera edad con itinerarios y actividades diseñados para fomentar las relaciones entre todas las personas.

Las nuevas relaciones que están surgiendo como consecuencia de las nuevas formas de vida y de las nuevas situaciones que están surgiendo están motivando (familias monoparentales, familias embrionarias...) hace que aparezcan nuevos profesionales cuyos servicios están enfocados a ayudar y a apoyar a las a afrontar la nueva situación que hasta ahora era desconocida.

En Internet también surgen nuevas empresas unas facilitadoras de contactos, viajes... y otras dando servicios para que se haga un uso responsable de la red evitando que determinado público, niños en su mayoría, accedan a determinadas páginas con un contenido inapropiado para su edad.



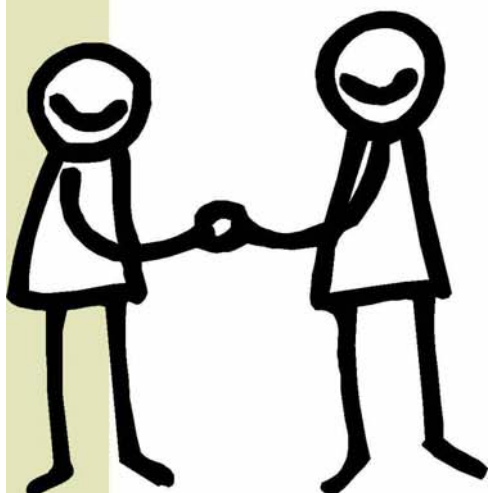
6 PERFILES DE LOS PROFESIONALES QUE TRABAJAN EN EL SECTOR

Al igual que en el caso del tipo de empresa, tampoco podemos identificar un perfil tipo del trabajador que desarrolla su actividad dentro del sector de relaciones personales.

Algunos aspectos que a priori parecen comunes a muchos de estos trabajadores, son que en cuanto a su formación, suele tratarse de titulados universitarios en ciencias del trabajo, derecho, trabajo social, psicología, sociología... Suelen contar con formación especializada para integrar minorías o colectivos en situación de exclusión social.

Además, han de poseer un amplio conocimiento de idiomas (de cara a trabajar con inmigrantes) y dominio de la normativa de extranjería así como de las culturas y valores de otros países.

En cuanto al perfil personal de estos trabajadores, algunos rasgos característicos son: fortaleza emocional (para enfrentarse a problemas duros), constancia, creatividad, organización y respeto por las ideas de los demás.



7 ALGUNA BUENA EXPERIENCIA

A continuación se indican una serie de casos reales de empresas que están actuando en el sector de “**Relaciones personales**”, ofreciendo alguno de los servicios recogidos en este informe.

Se trata de simples ejemplos para cuya aparición en este informe no se ha seguido ningún criterio ni selección exhaustiva, sino que simplemente han sido localizados en una búsqueda en fuentes secundarias.

Este listado puede ampliarse en cualquier momento. Si conoces alguna iniciativa que consideras que debe ser incluida puedes hacernos llegar su referencia o información a través de nuestra web: www.cein.es/21sectores

1. Nombre de la empresa: **GRUPO VIPS**

Actividad de la empresa: *Empleo para colectivos con problemas de inserción*

El 38.4 % de las personas que trabajan en el grupo Vips son de 82 nacionalidades distintas y se estima que aumentará al 50% a lo largo de este año.

Es necesario crear una situación laboral propicia, y demostrar, a la gente que si va a trabajar en Vips, se puede hacer carrera profesional. La rotación laboral es del 7%, por debajo de la media del sector de hostelería.

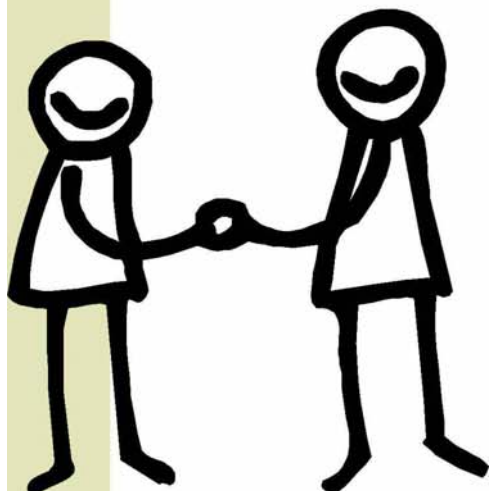
Vips ha puesto en marcha otro proyecto que contempla la incorporación de 1000 mujeres, con una prioridad, la inserción laboral de 250 de ellas que sufren o hayan sufrido malos tratos.

2. Nombre de la empresa: **Tasubinsa**

Actividad de la empresa: *Centro especial de empleo para la atención de personas con discapacidad intelectual y su integración socio-laboral.*

Tasubinsa es una empresa de subcontratación industrial sin ánimo de lucro que cuenta con un equipo de casi 1300 trabajadores en toda Navarra abiertos a nuevas posibilidades comerciales. Dispone de 13 talleres distribuidos estratégicamente por toda Navarra, con el fin de dar cobertura tanto al mayor número posible de personas con discapacidad, como a todo el tejido empresarial de Navarra.

Sus servicios se centran en la transformación de plásticos mediante inyección, decoración de plásticos, montajes electrónicos y eléctricos para la automoción entre otros servicios y logística. Entre sus clientes Volkswagen de quien son proveedores “Just in time”, BSCH, Azkoyen, Cinfa, Biscuit, Solano, entre otros.



3. Nombre de la empresa: **CREYF'S**

Actividad de la empresa: *Creación de empleo para inmigrantes*

Dentro de esta empresa de trabajo temporal hay un departamento "Creyf's sin fronteras" en el que se ocupan de entrevistar, asesorar, preparar curriculums para inmigrantes y se les ofrece un completo plan de formación e información del entorno laboral y social al que se van a incorporar.

La inmediatez a la hora de cubrir un puesto de trabajo se contrapone a la lentitud en la gestión de los permisos de trabajo y residencia. Por esta razón empresas como Crey's han incluido en sus programas de reclutamiento la posibilidad de viajar al país de origen para realizar el proceso de selección. Cuando hay vacantes para las que no se encuentra candidatos en España se ponen en contacto con sus delegaciones en el extranjero en busca de perfiles. Una vez que hay candidatos, personal especializado de la ETT se traslada para supervisar el proceso de incorporación.

Se les suele acompañar hasta su nueva residencia y se les informa de los diferentes medios de transporte, modos de vida, se les busca una casa cerca de sus compatriotas y se les gestiona un curso de idiomas si lo requieren.

4. Nombre de la empresa: **Adecco**

Actividad de la empresa: *Empresa de trabajo temporal (a través del programa Migración fuerza laboral)*

Al igual que la empresa anterior se encarga de ofrecer puestos de trabajo reales en España a personas de otros países favoreciendo el flujo migratorio desde el país de origen.

Allí se les da información sobre las condiciones de trabajo y de vida que se van a encontrar y se les asegura un contrato indefinido que les permita asentar su vida en España. Este programa incluye además un curso de formación en prevención de riesgos laborales y otro específico relacionado con el área en el que va a trabajar.

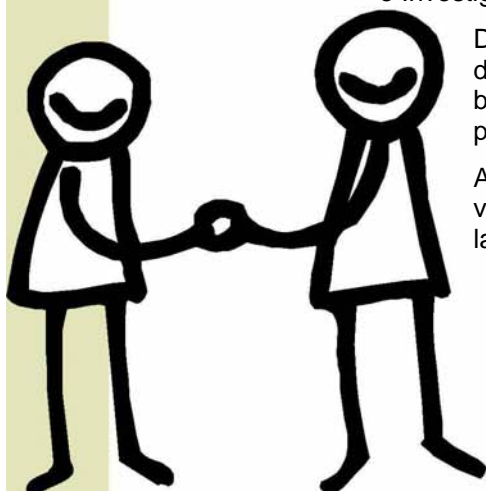
5. Nombre de la empresa: **Anafe**

Actividad de la empresa: Sindicato

Anafe-Cite es una entidad sin ánimo de lucro vinculada a CC.OO. de Navarra que desde 1991, desarrolla programas de intervención social y laboral con y para la población inmigrante y su incorporación a la vida social y económica de nuestra comunidad, potenciando la sensibilización en la población de acogida. En su actividad, cuenta con el apoyo del Gobierno de Navarra (Servicio Navarro de Empleo, Instituto de Bienestar Social y departamento de Vivienda) y del Ayuntamiento de Pamplona, instituciones financiadoras de los programas que esta entidad viene desarrollando a través de sus tres áreas de intervención: Incorporación Social, Incorporación Laboral y Vivienda, Proyectos e Investigación.

Desde esta entidad se les informa ya asesora activamente en materia de autoempleo, se les asesora en todo lo relativo a trámites y se les busca instrumentos de financiación, de hecho hay líneas específicas para este colectivo, es el caso de los micro-créditos.

Además cuentan con un programa de viviendas de integración social, viviendas de emergencia social y mediación en todo lo relacionado con la vivienda.



6. Nombre de la empresa: **Y POR QUÉ NO SÓLO?**

Actividad de la empresa: *Relaciones con terceros y ocio*

Hay gente que decide no viajar por el hecho de ir sola. Ante esta situación, Santiago Rey, detectó el vacío existente en la oferta de actividades lúdicas para personas que están solas. y decidió organizar programas de vacaciones con distintas actividades out-door, alojamiento y gastronomía en la Sierra de Madrid.

7. Nombre de la empresa: **IMPAR**

Actividad de la empresa: *Relaciones con terceros y ocio*

Impar es desde su nacimiento en el año 2.000 está especializada en la organización de actividades de ocio para personas sin pareja.

Es una forma de compartir momentos de diversión con gente que cuenta con las mismas inquietudes y cuyas característica común es que no tiene pareja y si muchas ganas de diversión.

El Club Impar ofrece la posibilidad de conocerlas y compartir actividades de ocio y cultura en el tiempo libre

8. Nombre de la empresa: **NONES**

Actividad de la empresa: *Relaciones con terceros y ocio*

La idea es poder satisfacer a esa clase de personas, que no encuentran como llenar sus momentos de ocio. Un fin de semana, unas vacaciones, cualquier motivo es una buena excusa para salir y poder conocer gente nueva en esa misma situación y entretenerse.

Este club no sólo ofrece servicios de ocio para estas personas, sino que también conoce las necesidades del día a día, y por eso han llegado a un acuerdo con varias empresas para que sus clientes puedan disfrutar de descuentos especiales por pertenecer a su club y así obtener un beneficio extra por formar parte de NONES.

