

Jordi CRUSELLAS FRANQUESA

I-TALENT, DE LA FUNDACIÓ ADSIS BARCELONA:
Estratègia de Creació i Posicionament d'una Consultoria
Social Especialitzada en Diversitat i Inclusió mitjançant
l'Estudi de Mercat i el Pla de Màrqueting

Treball Fi de Màster
dirigit per
Carmen PARRA RODRÍGUEZ

Universitat Abat Oliba CEU
Facultat de Ciències Socials
Màster en Gestió i Comunicació d'Entitats Socials i Solidàries

2023

DECLARACIÓN

El que suscribe declara que el material de este documento, que ahora presento, es fruto de mi propio trabajo. Cualquier ayuda recibida de otros ha sido citada y reconocida dentro de este documento. Hago esta declaración en el conocimiento de que un incumplimiento de las normas relativas a la presentación de trabajos puede llevar a graves consecuencias. Soy consciente de que el documento no será aceptado a menos que esta declaración haya sido entregada junto al mismo.

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and curves, positioned above the printed name.

Jordi CRUSELLAS FRANQUESA

Sumem per multiplicar talent

Fundació Adsis Barcelona

Resum

Aquest treball recull la creació d'I-Talent, la consultoria social de la Fundació Adsis Barcelona. Creada amb els objectius d'aportar valor positiu a les empreses i poder diversificar els ingressos de l'entitat. A través d'aquesta iniciativa s'ofereix un guia per altres entitats que vulguin realitzar projectes socials similars destinats a empreses. Es destaca l'estudi de mercat dut a terme i el pla de màrqueting de la consultoria.

Resumen

Este trabajo recoge la creación de I-Talent, la consultoría social de la Fundación Adsis Barcelona. Creada con los objetivos de aportar valor positivo a las empresas y poder diversificar los ingresos de la entidad. A través de esta iniciativa se ofrece una guía para otras entidades que quieran realizar proyectos similares destinados a empresas. Se destaca el estudio de mercado llevado a cabo y el plan de márketing de la consultoría.

Abstract

This work encompasses the creation of I-Talent, the social consulting of the Fundación Adsis Barcelona. Established with the objectives of providing positive value to businesses and diversifying the organization's income. Through this initiative, a guide is offered for other entities interested in conducting similar projects aimed at businesses. The executed market research and the marketing plan of the consultancy are highlighted.

Paraules clau

Consultoria social – Diversitat i Inclusió – Fundació Adsis Barcelona – Impacte social – Estudi de mercat – Pla de màrqueting – Diversificació d'ingressos – Responsabilitat social corporativa (RSC) – Objectius de desenvolupament sostenible (ODS)

Índex

1. Introducció.....	10
2. Context de les fundacions a Espanya: origen dels ingressos.....	12
3. L'entitat: Fundació Adsis i els seus projectes.....	14
3.1. Fundació Adsis.....	14
3.2. Fundació Adsis Barcelona.....	15
3.2.1. Passwork. Escola de Noves Oportunitats de Fundació Adsis Barcelona.....	15
3.2.2. Projecte Recolzem als joves del Casc Antic.....	16
3.3. DAFO Fundació Adsis Barcelona.....	17
4. Consultoria Social: I-Talent.....	20
4.1. La consultoria social: definició i característiques.....	20
4.2. Context i necessitats.....	21
4.3. I-Talent.....	22
5. Estudi de Mercat.....	24
5.1. Anàlisi de la competència.....	24
5.2. Proposta de valor.....	31
5.2.1. Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS).....	33
5.2.2. B Corporation.....	36
5.3. Segmentació de mercat.....	37
5.4. Mesura d'impacte.....	50
6. Pla de màrqueting.....	53
6.1. Objectius.....	53
6.2. Serveis d'I-Talent.....	54
6.2.1. Anàlisi de la situació actual (Mapa i estudi).....	54
6.2.2. Enquesta de cultura i diversitat.....	55
6.2.3. Pla de diversitat, equitat i inclusió (DEI).....	55
6.2.4. Revisió de les polítiques de RH.....	56
6.2.5. Accions de comunicació.....	56
6.2.6. Formacions.....	56

6.2.7. Tallers de diversitat i inclusió.....	60
6.2.8. Gestió de subvencions i ajudes.....	60
6.2.9. Atracció i selecció de talent inclusiu.....	61
6.2.10. Mentoria i acompanyament.....	61
6.2.11. Avaluació de l'impacte social.....	61
6.3. Preu.....	62
6.4. Distribució.....	64
6.5. Promoció.....	65
6.6. Pressupost.....	67
6.7. Calendari.....	69
7. Síntesi del treball.....	72
7.1. DAFO I-Talent.....	72
7.2. Implementació.....	76
8. Conclusions.....	77
9. Bibliografies web.....	82

1. Introducció.

La Fundació Adsis és una entitat sense ànim de lucre, que des de fa més de cinquanta anys que treballa per acompanyar i oferir oportunitats a persones que es troben en situació de vulnerabilitat. Cada any, acompanyen a més de 54.000 persones a Espanya, a més de donar suport a projectes a Amèrica Llatina. A Barcelona la Fundació acompanya a persones, sobretot a infants, joves i adolescents, en el procés vital del desenvolupament de les seves competències personals. Durant les meves pràctiques curriculars del Màster Universitari en Gestió i Comunicació d'Entitats Socials i Solidàries de la Universitat Abat Oliba CEU a la Fundació Adsis, he tingut l'oportunitat de conèixer de primera mà els seus valors, els seus projectes i la seva influència a la societat.

Les meves pràctiques curriculars a la Fundació Adsis van sorgir com a resposta a una necessitat imminent de l'entitat: diversificar les fonts d'ingressos de la fundació i reduir la dependència total de les subvencions i donacions. La constatació d'aquesta necessitat va ser el punt de partida que va donar origen al desenvolupament del projecte que es presenta en aquest treball. Des de la Fundació tenien clar que s'havia d'aconseguir augmentar els ingressos de l'entitat, però no tenien el personal ni els recursos necessaris per desenvolupar un projecte d'aquestes característiques, aquesta ha estat la meua funció durant les pràctiques a Adsis.

Com moltes altres entitats sense ànim de lucre del tercer sector, la Fundació Adsis es troba que un 80% dels seus ingressos provenen de subvencions del sector públic i el 20% restant prové de donacions d'empreses privades. Aquestes fonts d'ingressos són molt importants per assegurar la continuïtat dels projectes, però la dependència econòmica també comporta incertesa perquè no es pot garantir que aquestes subvencions i donacions continuïn arribant de manera indefinida ni amb els mateixos nivells. La falta d'ingressos propis limita l'autonomia financera i la capacitat de l'entitat per prendre decisions de manera més flexible.

Davant d'aquesta situació, es va prendre una decisió estratègica fonamental, desenvolupar una consultoria social d'Adsis Barcelona. Aquesta opció es va decidir que era la millor per diversos factors que es van combinar d'una forma coherent. En primer lloc, tres treballadores de l'entitat tenen més de trenta anys d'experiència en el sector de la consultoria, acumulant d'aquesta forma, coneixement i habilitats. Per altra banda, la Fundació Adsis, amb una trajectòria de més de cinquanta anys en acció social, aporta confiança i expertesa en el tercer sector en aquest projecte. I finalment, afegir que aquesta decisió també es va basar en una anàlisi de les necessitats emergents que

les empreses estaven expressant cada cop més a Adsis i que requerien solucions noves i estratègiques per afrontar els reptes socials. D'aquesta forma, es va considerar la consultoria social com una oportunitat que no només aportaria ingressos addicionals, sinó també un impacte social positiu a la societat i valor afegit a les empreses.

El propòsit d'aquest treball és presentar detalladament el procés de creació i desenvolupament d'I-Talent, la consultoria social de la Fundació Adsis Barcelona. De totes maneres, no només serveix com a guia completa de la creació d'I-Talent, sinó que ofereix un model pràctic per altres entitats que aspiren a desenvolupar projectes socials d'impacte. Les estratègies, metodologies i lliçons apreses aquí poden adaptar-se i aplicar-se a una àmplia gamma d'iniciatives, establint un marc sòlid per la creació d'un canvi positiu en la societat a través de col·laboracions empresarials. En aquest treball es destaca l'estudi de mercat i el pla de màrqueting com a eixos fonamentals, on s'han explorat les necessitats dels clients potencials, s'ha examinat la competència i s'han analitzat les tendències emergents del sector social. A més de presentar les fases d'implementació d'I-talent, també s'ha incidit en l'estratègia de màrqueting per posar en marxa el projecte.

Cal afegir, que el gener del 2024 marcarà el punt final de la llarga i metòdica preparació d'I-Talent, serà el moment de fer el llançament definitiu al mercat. Actualment, el projecte es troba en l'última fase de validació per part d'un grup selecte d'empreses, triades per la Fundació Adsis per la relació sòlida i de confiança que es té, aquestes empreses estan col·laborant per assegurar-se que tots els aspectes d'I-Talent estiguin a l'altura de les expectatives.

En aquest punt, voldria expressar la meua sincera gratitud a diverses persones i a l'entitat que han jugat un paper fonamental en el desenvolupament d'aquest treball. Primerament, desitjo agrair a la Fundació Adsis Barcelona pel suport i l'oportunitat de realitzar aquest projecte conjuntament, una experiència enriquidora i gratificant. En particular, profundament agraït del suport de l'Ana Rosique, tutora de pràctiques i que ha estat una guia excepcional durant tot el procés, proporcionant l'orientació necessària en totes les fases del projecte. També, a la Gina Grabulosa, responsable de comunicació d'Adsis Barcelona, per la seva col·laboració i aportacions essencials en el desenvolupament de l'estratègia de màrqueting. Així com, un reconeixement a l'Olga Ordas, pels consells i aportacions durant el procés de creació de la consultoria social. I finalment, a la Carmen Parra, directora del màster i tutora d'aquest treball, pel seu guiatge expert i consells que han contribuït de manera significativa al meu aprenentatge i desenvolupament d'aquest treball.

2. Context de les fundacions a Espanya: origen dels ingressos

Segons l'estudi realitzat per l'Asociación Española de Fundaciones (AEF), *El sector fundacional en España: Atributos fundamentales (2008-2019)*¹, les fonts d'ingressos de les fundacions en l'àmbit espanyol provenen de tres llocs diferents: donacions i subvencions, vendes de béns o prestació de serveis i per últim, l'obtenció de rendiment del patrimoni fundacional.

La part que té més pes respecte a les altres dues, dels ingressos que reben les fundacions representats en percentatge, és la de les donacions i subvencions, que arriba pràcticament a una xifra del 60% dels ingressos totals de les fundacions (augmentant així amb 3,9 punts percentuals respecte al 2008 i amb una mitjana de 55,9% durant aquests anys). La segona font d'ingressos arriba gràcies a les vendes de béns i prestació de serveis, la qual representa un 34,65% (augmenta 0,44 punts en relació amb les dades del 2008, amb una mitjana 34,86% de mitjana). Finalment, el 6,16% dels ingressos del sector provenen de l'obtenció de rendiment del patrimoni fundacional (disminuint amb 4,35 punts i una mitjana del 9,24%).

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015 (P)	2016 (P)
Donaciones y subvenciones	55,28	55,12	55,09	55,10	55,09	55,09	54,11	55,44	56,18
Prestación de servicios y venta de bienes	34,21	34,48	34,25	34,26	34,28	34,25	36,15	36,08	35,33
Rendimientos de Patrimonio	10,51	10,40	10,66	10,64	10,63	10,66	9,74	8,48	8,49

	2017 (P)	2018 (A)	2019 (A)	Media 2008-2019	Diferencia 2019-2008
Donaciones y subvenciones	57,14	58,00	59,19	55,90	3,91
Prestación de servicios y venta de bienes	35,35	35,04	34,65	34,86	0,44
Rendimientos de Patrimonio	7,51	6,96	6,16	9,24	-4,35

Taula 1: Fonts d'ingressos de les fundacions espanyoles actives en %.²

Nota 1: (P) Estimació provisional; (A) Estimació de l'avang.

¹ Asociación Española de Fundaciones (2020) *El sector fundacional en España: Atributos fundamentales (2008-2019)*. Cuarto informe. (Apt.6.2 Procedencia de los ingresos p.94-96)

² Gràfica extreta de l'estudi de l'AEF.

Un altre estudi interessant de l'Institut de Análisis Estratégico de Fundaciones (INAEF) amb dades de 1.438 fundacions de l'any 2008, *El sector fundacional español: datos básicos*³, explica les principals fonts de finançament de les fundacions espanyoles. Diferencia les mateixes tres fonts que l'estudi anterior i en aquest cas, cada fundació podia seleccionar més d'una opció si considerava que tenia més d'una font de finançament important.

El resultat d'aquesta anàlisi va en la mateixa línia que l'anterior, el 61,2% de les fundacions tenen com a ingressos principals les donacions i subvencions, el 50,3% consideren rellevants els seus ingressos provinents de prestació de serveis i venda de béns, i tan sols un 15,9% tenen ingressos considerables pel seu rendiment patrimonial.

Com es pot comprovar, el sector fundacional depèn en gran manera de les donacions i subvencions rebudes i és una dinàmica creixent durant els últims anys. Les subvencions poden provenir de diverses vies, incloent-hi governs, altres fundacions o entitats, empreses privades, etc. Per tant, les fundacions es veuen condicionades per les polítiques i nous governs, variacions econòmiques, contextos socials, prioritats, entre molts d'altres factors. Que les fundacions depenguin en gran part de les donacions i subvencions, produeix inestabilitat i afecta la seva capacitat per seguir les línies estratègiques i complir amb les seves respectives missions.

És per això i també centrant la mirada en el seu projecte "Recolzem als joves del Casc Antic", un projecte que es veu afectat per aquesta problemàtica i que en línies estratègiques es considera molt important de mantenir, que la Fundació Adsis ha decidit obrir una nova línia dins de l'entitat per aconseguir diversificar els seus ingressos. D'aquesta manera, que els seus projectes no depenguin exclusivament de les subvencions rebudes, amb la incertesa que això comporta. Com s'ha esmentat prèviament, els ingressos d'Adsis provenen en un 80% de subvencions i un 20% de donacions, és a dir que no generen ingressos propis.

³ Instituto de Análisis Estratégico de Fundaciones (2011) *El sector fundaciones español: datos básicos*. (Apt. 7.2 Origen de los ingresos p.48-50)

3. L'entitat: Fundació Adsis i els seus projectes

3.1. Fundació Adsis

Com hem comentat anteriorment, Fundació Adsis és una entitat sense ànim de lucre que, des de fa més de cinquanta anys, treballa per brindar oportunitats a persones que es troben en situacions de vulnerabilitat. Cada any, la fundació acompanya a més de 54.000 persones a Espanya, a més de donar suport a projectes a Amèrica Llatina.

La seva missió és construir una societat més justa, solidària i inclusiva en la qual s'accepti la diversitat com un valor i on cada persona pugui desenvolupar el seu projecte de vida. L'entitat treballa a partir del convenciment de la capacitat de canvi de cada persona i es compromet amb les persones més vulnerables des de la proximitat i l'acompanyament.

El conjunt de la fundació treballa en línia a uns valors que defineix a l'entitat:

- Centralitat de la persona: creure en la persona i en tot el seu potencial. El respecte a la dignitat humana i el suport al desenvolupament integral de cada persona són part de la identitat de la fundació.
- Fraternitat: promoure la fraternitat com un estil de relació basat en l'acceptació incondicional de les persones afavorint el diàleg, la confiança i el compromís.
- Utopia transformadora: treballa per un món sostenible, solidari i equitatiu, des de la transformació social local.
- Participació: impulsa la corresponsabilitat de cada persona en els processos de canvi individuals i col·lectius, i les formes de col·laboració basades en el treball en equip i en xarxa.
- Igualtat: treballa contra qualsevol mena de discriminació o violència, i promou la igualtat d'oportunitats i de tracte entre dones i homes en tots els àmbits.
- Transparència: l'entitat comunica amb claredat el que és rellevant de la seva activitat i gestió.

3.2. Fundació Adsis Barcelona

A Barcelona, territori en el qual ens centrarem per desenvolupar aquest treball, Fundació Adsis acompanya a persones en risc d'exclusió social, sobretot a infants, joves i adolescents, en el procés vital del desenvolupament de les seves competències personals.

L'objectiu de la Fundació Adsis Barcelona és la integració educativa, social i laboral de tots ells i elles. Treballen perquè puguin accedir a la formació, perquè tinguin èxit educatiu, un entorn que els sostingui i perquè puguin decidir el seu futur lliurament.

Fundació Adsis Barcelona desenvolupa els seus serveis a quatre barris de Barcelona: El Carmel, Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera i al Clot, on es troba el Centre de Noves Oportunitats. La ubicació dels diferents centres respon a la intenció de participar i ser presents, a les relacions i realitats de les persones a qui acompanya i a la implicació del territori.

Fundació Adsis Barcelona desenvolupa projectes d'intervenció educativa amb els menors i les seves famílies, com el Centre Obert del Carmel o el projecte Aprenem. Reforç escolar, acompanyament i dinamització de joves al carrer, amb el projecte Recolzem als i les joves del Casc Antic, orientació i acompanyament a la inserció laboral, educació en valors, treball comunitari, servei de beques i Passwork-Escola de Noves Oportunitats de Fundació Adsis Barcelona que és el projecte més rellevant de l'entitat.

3.2.1. Passwork. Escola de Noves Oportunitats de Fundació Adsis Barcelona

Des de Passwork es treballa amb joves que han abandonat el sistema educatiu (o que l'estan a punt d'abandonar) i amb joves nouvinguts. És un projecte de concurs públic subvencionat pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya. Fundació Adsis Barcelona va obtenir una licitació de sis anys i aquest any 2023 l'ha renovat per sis anys més.

Es dissenyen itineraris individualitzats amb l'objectiu que retornin al sistema educatiu reglat o que s'insereixin en el món laboral. Forma part de les Escoles de Segones Oportunitats d'Espanya i estan acreditats com a E2O i com a Escola de Noves Oportunitats de Barcelona i el Barcelonès.

A l'Escola de Noves Oportunitats se segueix un itinerari diferenciat en diversos nivells. Això permet que l'alumnat pugui seguir un camí formatiu fins que retorni al sistema

educatiu reglat o s'insereixi laboralment. S'ofereixen formacions a joves a partir dels catorze anys amb la Unitat d'Escolarització Compartida o a partir dels setze anys i fins als vint-i-quatre anys amb Primera Oportunitat, Certificats de Professionalitat, Programes de Formació i Inserció, Formacions Professionals Duals o altres tipus de formacions pensades per la inserció laboral.

Cada any acompanyen i formen, aproximadament, a 500 joves i hi ha una taxa general de certificació del 70% i un 45% dels i les joves accedeixen a una primera experiència laboral.

Passwork assegura que Fundació Adsis Barcelona pugui acompanyar a joves, any rere any i gràcies a la seva estructura, capacita a la Fundació per poder formar-los i inserir-los laboralment.

3.2.2. Projecte Recolzem als joves del Casc Antic

Recolzem als joves del Casc Antic, és un projecte de Fundació Adsis Barcelona de llarga trajectòria, que intervé amb els i les adolescents i joves que fan molta presència als carrers del barri com a espais de vida quotidiana i relació social, que a més presenten elements de vulnerabilitat i la majoria són d'origen migrat. Actualment, els educadors i educadores de carrer atenen 1.242 persones de les quals fan un acompanyament continuat a 190 joves que viuen al carrer.

La motivació del projecte neix de l'anàlisi de les problemàtiques del Casc Antic de Barcelona i de la necessitat de donar-hi respostes. És un barri del centre de Barcelona, divers i amb gran presència turística on el fenomen de la gentrificació ha provocat l'augment de preus del barri i això ha comportat l'empobriment d'algunes persones que hi porten anys. D'altra banda, els comerços i botigues també es dirigeixen cap a aquest estil de consum. Tot i que dins del barri hi ha dues zones bastant diferenciades, una, agrupa a un perfil de població empobrida i amb menys recursos. Hi ha una gran diversitat cultural i diferències econòmiques, així com a espais marginals i amb dinàmiques conflictives. Existeix una gran presència de població dormint al carrer a diferents punts del barri.

L'objectiu del projecte és oferir noves oportunitats a tots els i les joves en situació de vulnerabilitat del barri per tal que puguin iniciar processos de millora i creixement personal, en línia d'una major autonomia, promoció i integració activa i positiva en la comunitat, així com, reduir conductes de risc. El perfil de jove que s'atén és, en primer

lloc, joves que pateixen una extrema vulnerabilitat, que estan presents al barri i que tenen unes demandes relacionades amb necessitats bàsiques (alimentació, habitatge, salut) o demandes formatives, jurídiques i d'oci. Una altra part dels joves, adolescents i infants que formen part del projecte poden patir risc d'exclusió social, pocs vincles amb la comunitat o simplement volen participar en les activitats. Són joves que fan vida al barri i estan vinculats a diferents àrees del projecte (dinamització de l'espai públic, activitats esportives i comunitàries).

A més, des de Recolzem es treballa en xarxa amb altres entitats i serveis i es fa intervenció comunitària a l'espai públic per tal de millorar algunes dinàmiques veïnals conflictives i es participa en diversos projectes comunitaris per afavorir el teixit social juvenil del barri.

Mantenir el projecte Recolzem als joves del Casc Antic és de vital importància perquè ofereix una atenció essencial als i les joves i adolescents en situació de vulnerabilitat al barri, abordant les seves necessitats bàsiques i oferint-los oportunitats d'aprenentatge i creixement personal. A més, contribueix a la prevenció de conductes de risc i millora del teixit social del barri.

Malgrat això, actualment depèn exclusivament d'una subvenció especial de l'Ajuntament de Barcelona. És en aquest punt, on s'explora la possibilitat de desenvolupar una consultoria social dins de la Fundació Adsis Barcelona per garantir la seva autosuficiència i continuïtat sense dependre, exclusivament, de subvencions externes que no estan garantides en un futur.

3.3. DAFO Fundació Adsis Barcelona

Abans de fer l'estudi de mercat corresponent per engegar la consultoria social de la Fundació Adsis Barcelona, es va decidir fer una DAFO inicial, per veure de quin punt de partida començava l'entitat, tant internament com oportunitats o amenaces que ens podíem imaginar del sector.⁴

PUNTS FORTS:

- La fundació Adsis estan presents a onze províncies de l'Estat i en total arriben a més de 54.000 persones en situació de vulnerabilitat i només a Barcelona més

⁴ A l'apartat "7.1. DAFO I-Talent" podeu veure l'anàlisi completa de les debilitats, amenaces, forteses i oportunitats de la consultoria que vol crear la Fundació Adsis.

de 3.000 persones. Així doncs, té la capacitat d'arribar a moltes persones en situació de vulnerabilitat i ajudar-les amb la seva formació i inserció laboral.

- Gràcies a l'Escola de Noves Oportunitats reconeguda i subvencionada pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya (SOC) des d'Adsis es poden oferir formacions i la inserció laboral corresponent amb les capacitats adquirides.
- Dins l'equip d'Adsis hi ha tres persones amb experiència durant més de trenta anys en consultoria, especialitzades en gestió de talent inclusiu. I molts altres professionals del sector social que aporten els coneixements necessaris per dur a terme els projectes de la fundació.
- Des de la Fundació ja s'ha treballat amb empreses, pels projectes de Formació Professional d'Ocupació (FPO) Duals, mentoria i formacions o xerrades puntuals. Per tant, ja tenen contacte amb empreses que poden ser possibles clients de la consultoria en un futur i en tots els casos amb valoracions positives dels projectes i col·laboracions que s'ha fet.
- L'entitat treballa amb persones en situació de vulnerabilitat però perfectament vàlides per molts llocs de treball. Quan es parla de diversitat, molts cops es pensa en persones amb diversitat funcional, però no en persones que poden ocupar qualsevol lloc de treball simplement no han tingut les mateixes oportunitats educatives i laborals que la resta.
- Adsis estan presents a: la Federació d'Entitats d'Atenció a la Infància i l'Adolescència (FEDAIA) i a les Entitats Catalanes d'Acció Social (ECAS) que ambdues formen part de la Taula d'entitats del Tercer Sector Social de Catalunya. També, tenen projectes amb: el SOC; la Fundació la Caixa; el Ministeri d'Inclusió, Seguretat Social i Migracions (MISSMI) o amb la Direcció General d'Atenció a la Infància i l'Adolescència (DGAIA).

OPORTUNITATS:

- Gràcies a desenvolupar formacions amb Passwork (Programes de Formació i Inserció, Certificat de Professionalitat, Formacions a Mida amb Empreses i Formacions a Catàleg), els programes Incorpora de Fundació la Caixa, les FPO Duals, la Fundació Adsis té experiència i contactes en els sectors de: Cuina i

sala, logística i magatzem, instal·lacions, comerç, fontaneria i clima, automoció-electromecànica de vehicles.

- Després d'haver treballat conjuntament en diferents projectes, Adsis té molt bona relació amb empreses com Lacoste, Robert Walters, Lidl, Dia, Quadpack, Norauto, Rodi Motor Services, Ikea, Aigües de Barcelona, el Clúster de Seguretat Contra Incendis, Mercabarna, etc.
- Adsis ha rebut l'interès d'algunes empreses en fer formacions als seus treballadors/es sobre diversitat i inclusió. S'està veient un canvi en els lideratges empresarials i cada cop estan més conscienciats per millorar les polítiques de les empreses i fer arribar aquest coneixement i formació als seus treballadors.

PUNTS DÉBILS:

- Adsis Barcelona no té lloc Web, ni LinkedIn propi, ambdues xarxes estan compartides amb la Fundació Adsis estatal. Des de Barcelona es controla Instagram, Facebook i Twitter, però s'hauria d'aconseguir millorar aquesta comunicació per engegar el projecte de consultoria social i arribar a les empreses.
- Des d'Adsis es poden mostrar casos passats d'èxit amb empreses, com les FPO Duals o projectes de mentoria, però al ser un projecte nou, un servei nou, no hi ha cap cas concret de la consultoria I-Talent amb empreses.

AMENACES

- Amb l'interès creixent de les empreses per canviar dinàmiques internes i millorar la formació dels seus treballadors, és possible que hi hagi augment de la competència en el sector de consultoria social per empreses.

4. Consultoria Social: I-Talent

4.1. La consultoria social: definició i característiques

Una consultoria social és un servei que s'enfoca a ajudar a entitats sense ànim de lucre, institucions benèfiques o empreses de qualsevol sector amb responsabilitat social corporativa que vulguin aconseguir objectius socials, ambientals o comunitaris.

El principal objectiu d'una consultoria social i solidària és utilitzar la seva experiència, els seus recursos i coneixement per promoure el benestar social i la sostenibilitat. La figura de consultor/a social pretén ajudar amb l'assessorament en la gestió, recaptació de fons, planificació estratègica, avaluació de programes, entre d'altres. Es poden crear projectes de consultoria social per obtenir millores de diferents aspectes de la societat, com en l'àmbit de l'educació, medi ambient, salut, inclusió social, desenvolupament comunitari, entre molts d'altres.

Algunes de les principals característiques d'una consultoria social i que la diferència de la consultoria tradicional són les següents:

- Objectiu i missió social: l'enfocament principal d'una consultoria social és resoldre problemes socials i tenen una missió i valors orientats al benestar de la comunitat i la responsabilitat social.
- Impacte en la societat: les consultories socials busquen generar un impacte positiu en el conjunt de la societat i també de la comunitat, posant per davant el benefici social sobre els beneficis econòmics o financers.
- Col·laboració amb entitats o organitzacions sense ànim de lucre: treballen amb ONGs, entitats governamentals i altres institucions o empreses que tinguin enfocament social i responsabilitat social corporativa.
- Mesura de l'impacte: és important la mesura de l'impacte de les seves activitats i projectes a través dels canvis positius que generen a la societat, com la millora de la qualitat de vida de les persones o del medi ambient.
- Sostenibilitat a llarg termini: busca solucions que se sostinguin amb el temps i que generin un impacte que perduri amb el temps a la societat i no només que resolguin problemes immediats.

- Diversitat d'àmbits de treball: pot tractar una àmplia gamma d'àrees de treball com l'educació, la salut, la justícia social, l'habitatge, el medi ambient i altres temes relacionats amb el benestar social.
- Ètica i transparència: es regeix a uns forts valors ètics i de transparència en les seves accions i decisions prioritzant el benefici general de la societat davant qualsevol benefici propi. Es basa en la sostenibilitat i amb el compromís amb la diversitat i la inclusió.
- Participació comunitària: permet que les persones afectades per les problemàtiques socials participin activament en la recerca de solucions.

4.2. Context i necessitats

La Fundació Adsis Barcelona considera crear un servei de consultoria social després d'analitzar el context i les necessitats de l'entorn i del públic objectiu, així com l'anàlisi de tendències i desafiaments socials.

En primer lloc, cal remarcar que diferents empreses s'han posat en contacte amb la Fundació Adsis Barcelona amb la intenció de desenvolupar o participar en projectes socials. Aquestes empreses compten amb els recursos financers suficients per a posar en marxa iniciatives de caràcter social, però no tenen l'experiència ni els coneixements necessaris del tercer sector i tampoc relació amb persones en situació de vulnerabilitat social i, per tant, no poden apropar-se a aquesta realitat d'una forma efectiva. Això implica la necessitat d'establir connexions i col·laboracions amb organitzacions i entitats locals que puguin facilitar el contacte amb aquest perfil de persones. Per fer front a això, les empreses demanen orientació i assessorament especialitzat per iniciar accions concretes que compleixin amb la seva estratègia corporativa i que alhora beneficiïn a la comunitat i societat.

També, cal destacar que en els darrers anys, la Fundació ha realitzat canvis significatius en la seva estratègia i s'ha apropiat de forma més proactiva a diferents empreses de diferents sectors per crear projectes conjunts com les FPO Duals. Aquest canvi ha estat valorat molt positivament per la mostra de disposició de les empreses a col·laborar. Per tant, aquesta nova dinàmica ha reforçat la idea d'iniciar un servei de consultoria social que pugui canalitzar la demanda empresarial.

D'altra banda, i si ens centrem en el context general de l'acció social i sostenible, ens trobem que existeix una tendència creixent dels Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS). Les Nacions Unides han creat un acord nacional conegut com a "Agenda 2030 per al desenvolupament sostenible" que engloba 17 ODS amb un total de 169 metes específiques. A més, la Unió Europea promou activament la implementació dels ODS en les seves polítiques i programes. La Comissió Europea, l'òrgan executiu de la UE, ha estat treballant activament en iniciatives per fer un seguiment i un informe sobre el progrés dels ODS a Europa i també ha creat un Grup d'Experts d'Alt Nivells sobre els ODS per donar orientació i assessorament.

Davant aquest context, d'importància de l'acció sostenible, la inclusió social i la importància dels ODS, és probable que a Espanya es formulin lleis o regulacions en un futur pròxim que obliguin a les empreses i organitzacions a demostrar el seu compromís amb aquests objectius.

A més, fent aquest estudi se'ns ha informat que hi ha un projecte de llei per la contractació de persones en situació de vulnerabilitat a empreses. Actualment, no hi ha cap regulació concreta, com els casos de persones amb diversitat funcional o la igualtat de gènere dins les empreses, no obstant això, de cara l'any 2024 és possible que hi hagi una llei que ho reguli.

4.3. I-Talent

Des de Fundació Adsis Barcelona, es volia trobar el millor servei que podien oferir, perquè l'objectiu de crear un projecte com aquest no era tan sols monetari, per cobrir les necessitats explicades anteriorment, sinó aportar un valor positiu a la societat i a les empreses. Es decidí apostar per crear una consultoria social, ja que es considera que té unes condicions perfectes perquè aquesta pugui tenir èxit i proporcionar solucions de qualitat als seus clients. A la plantilla d'Adsis, hi treballen tres persones amb experiència de més de trenta anys en el món de la consultoria, especialitzades en gestió de talent, com s'ha comentat anteriorment. Per altra banda, la Fundació té els coneixements necessaris del tercer sector, una gran xarxa d'entitats i persones, així doncs, pot aportar tot el valor social que en molts casos les empreses no ho poden fer. I un dels factors més importants, és el context de la necessitat que Adsis havia detectat amb les empreses de voler millorar i col·laborar en temes socials com s'ha explicat anteriorment.

El nom de la consultoria, "I-Talent" es va seleccionar arran de crear una relació amb la lletra "I" d'inclusió i la paraula "Talent". Aquesta elecció sorgí basada en el reconeixement del talent que tenen totes les persones que acompanya Adsis diàriament en el seu procés de formació i inserció laboral. El perfil de persones, sobretot joves, que Adsis acompanya, són persones en situació de vulnerabilitat que en molts casos no han tingut les mateixes facilitats per accedir a l'educació bàsica, no obstant això, amb els cursos i formacions que segueixen, adquireixen habilitats i capacitats que poden aportar al món laboral i millorar les empreses amb les seves competències adquirides. La marca "I-Talent", sorgeix de la unió entre aquests dos elements, inclusió i talent que són l'arrel de la missió amb la qual es va originar el projecte de consultoria social a la Fundació.

Abans de fer l'anàlisi de mercat necessari per a la creació de la consultoria, tan sols sabent la DAFO de l'entitat i les necessitats que havíem percebut de les empreses, des de la fundació Adsis es va fer un primer esquema de què podria aportar la seva consultoria a les empreses, quin valor afegit podien aportar al Mercat. La proposta inicial tenia en compte la falta de formació en diversitat i inclusió a les empreses, en tots els nivells de treballadors, i treballadores, per tant, un dels punts on la Fundació posava més èmfasi era en la presa de consciència dels avantatges de la diversitat al món laboral. Un altre punt clau i un gran objectiu d'Adsis, era ajudar a trobar solucions laborals, de qualitat i de llarga durada a les persones que acompanya durant la seva formació, persones que des de la Fundació se sap que estan perfectament capacitades, però que en alguns casos és difícil aconseguir la inclusió laboral. Aquest punt, es relacionat amb la implementació de projectes de mentoria que ja s'han dut a terme en ocasions anteriors, com una eina potent pel desenvolupament del talent i la integració efectiva de les persones en situació de vulnerabilitat a les empreses. A més, la consultoria podria avaluar la idoneïtat de les polítiques concretes de cada empresa en matèria de diversitat i inclusió i oferir recomanacions per millorar aquests aspectes, des del procés de selecció de treballadors/es, millorar el benestar laboral de les persones i que tothom se senti a gust a l'empresa. Aquests punts inicials que veureu desenvolupats, millorats i acompanyats d'altres serveis que hem detectat imprescindibles per la consultoria, reflecteixen la primera visió de quin valor hem detectat que podem aportar a les empreses i com la diversitat pot provocar un creixement empresarial i una transformació a la vida de les persones que acompanyem.

5. Estudi de Mercat

5.1. Anàlisi de la competència

Per poder analitzar la possible competència de la consultoria social, es va decidir fer una recerca exhaustiva de totes les empreses, entitats o organitzacions que estaven donant serveis de consultoria social o ajudant a la inclusió laboral de les persones. Vam analitzar com treballa cada una d'elles, quins serveis ofereixen i de les que puguin ser competència més directa, mirar quins professionals en formen part.

Nom:	Tandem Social
Enllaç:	https://www.tandemsocial.coop/
Observacions:	<p>Cooperativa transformadora, creada l'any 2011, localitzada a Barcelona, que amb el seu coneixement i experiència vol ajudar a crear una transformació econòmica, social, ambiental, educativa i cultural. La seva voluntat transformadora és a escala local, nacional, europea i mundial.</p> <p>Els serveis que ofereixen són: Acompanyament a organitzacions del tercer sector, estratègies per les entitats per millorar el seu impacte social, formacions sobre el tercer sector, disseny i implementació de programes d'alt impacte i processos de selecció per llocs de treball a organitzacions del tercer sector.</p> <p>La valoració de la Cooperativa Tandem Social, és que, és una organització que treballen molt bé i ofereixen serveis de qualitat, amb clients i socis importants. Però estant més enfocades a la millora del tercer sector, ofereixen serveis per les entitats socials, no intenten transformar les empreses tradicionals i oferir serveis de millora a aquestes. No les considerem competència directa, però sí un bon referent que treballen amb projectes rellevants i tenen socis com ajuntaments grans, diputacions o la Generalitat.</p>

Taula 2: Anàlisi Tandem Social.

Nom:	Invenies
Enllaç:	https://www.invenies.eu/es/
Observacions:	<p>Consultoria social situada a Barcelona, que a través de la innovació social volen ajudar a trobar solucions i millores úniques a cada entitat. Orientada en donar suport professional a organitzacions del tercer sector.</p> <p>Els serveis que ofereixen són: Dissenys de nous models d'activitat i serveis, transformació d'organitzacions i optimització de recursos, estratègies de comunicació social, ajuda a la mesura de l'impacte social i suport tècnic en gestió de projectes.</p> <p>Igual que Tandem Social, és una consultoria gran, amb grans projectes i clients importants, però els descartem com a competència, ja que els nostres clients objectius són les empreses no les altres organitzacions del tercer sector.</p>

Taula 3: Anàlisi Invenies.

Nom:	Spora
Enllaç:	https://www.spora.ws/es/
Observacions:	<p>Cooperativa d'iniciativa social sense ànim de lucre, situada a Barcelona, especialitzada en el desenvolupament i millora de projectes, programes i polítiques socials. Centrada a donar serveis a ajuntaments i entitats públiques perquè millorin el seu treball social i la conscienciació a la societat.</p> <p>Els serveis que ofereixen són: Investigació de nous projectes i planificació estratègica, avaluació de projectes existents, formacions de comunicació inclusiva, diversitat, perspectiva LGTBI+ i ajuda amb guies i protocols.</p>

	<p>Spora no seran competència directa d'I-Talent, ja que estan centrats a treballar amb entitats públiques. També és una consultoria que du a terme grans projectes amb alguns ajuntaments i diputacions, però no afecta el públic objectiu que es busca des d'Adsis Barcelona.</p>
--	---

Taula 4: Anàlisi Spora.

Nom:	Brots Consultoria
Enllaç:	https://www.brotsconsultoria.com/
Observacions:	<p>Consultoria especialitzada en l'àmbit de l'ocupació, centrada en les tendències de l'economia verda, blava, digital i de les cures en diversos territoris. Treballen amb la referència del model d'ocupabilitat per competències, actualitzant-lo de manera permanent als canvis socials i econòmics que es produeixen i posant sempre les habilitats i les capacitats de les persones al centre de tots els processos.</p> <p>Els serveis que ofereixen són: Recursos per dissenyar una orientació laboral i formativa de qualitat, assistència per la inserció laboral, assistència tècnica per implementar la perspectiva de gènere i fomentar la igualtat d'oportunitats i assessorament a les empreses per incorporar el model de competències en la gestió dels equips de professionals.</p> <p>La consultoria Brots també té la majoria dels clients que són entitats públiques per la millora de l'ocupació dels joves o les dones, per exemple, a Catalunya. Això no obstant, el servei d'assessorament a les empreses per la gestió d'equips podria ser competència amb alguns serveis que pugui oferir I-Talent. Els perfils que hi treballen, són persones especialitzades en el món de la consultoria, però no en el tercer sector.</p>

Taula 5: Anàlisi Brots Consultoria.

Nom:	OBBIA
Enllaç:	https://obbia.cat/es/
Observacions:	<p>Consultoria petita, situada a Barcelona, especialitzada en diversitat i inclusió. Amb un objectiu clar, que les empreses siguin un reflex de la població, conformar equips plurals i millorar l'impacte social d'aquestes.</p> <p>Els serveis que ofereixen són: Crear un pla estratègic de diversitat i inclusió per les empreses, ajudar a les empreses a complir la Llei General de Discapacitat (LGD), adaptacions de processos de les empreses per millorar la seva inclusió, diferents formacions pràctiques i didàctiques per empreses sobre diversitat i ajuda a la incorporació de diversitat a les empreses.</p> <p>Clarament, OBBIA és la primera consultoria que podem considerar competència directa. Tenen les empreses com a clients principals, ofereixen serveis per la millora de la diversitat i inclusió que I-Talent també podria oferir. Ofereixen formacions interessants per les empreses i de qualitat i fan plans estratègics de diversitat complets. És una consultoria petita i nova, formada per tres noies que venen del sector social, el seu punt més feble pot ser la falta d'experiència en el món de la consultoria.</p>

Taula 6: Anàlisi OBBIA.

Nom:	Fundació Adecco
Enllaç:	https://empleo.fundacionadecco.org/
Observacions:	<p>Entitat sense ànim de lucre creada l'any 1999 pel Grup Adecco. El seu principal objectiu és la inserció laboral de persones amb dificultats per accedir-hi, principalment enfocats a persones amb discapacitat, persones grans de llarga duració d'atur i dones que han patit violència de gènere.</p>

	<p>Els serveis que ofereixen són: Formació per les persones que volen buscar feina, amb guies, cursos i tallers per la inserció laboral i tenen forces ofertes i programes de treball.</p> <p>És una fundació amb una llarga experiència contrastada, que sota el paraigua del Grup Adecco tenen una xarxa molt gran d'ofertes de feina. Tenen un mateix objectiu que I-Talent, com és la inserció laboral de persones, de totes maneres, ells estan centrats en uns col·lectius específics, que no són les persones que treballa diàriament Adsis.</p>
--	---

Taula 7: Anàlisi Fundació Adecco.

Nom:	Fundació Randstad
Enllaç:	https://www.randstad.es/fundacion-randstad/
Observacions:	<p>Creada l'any 2004 per part de l'empresa multinacional Randstad, amb la missió d'aconseguir la igualtat d'oportunitats laborals per les persones amb discapacitat i la seva normalització a la societat.</p> <p>Els serveis que ofereixen són: Projectes de col·laboració amb empreses per la inclusió laboral de persones amb diversitat funcional, formacions a mida, xerrades per la sensibilització, projectes amb l'administració pública i projectes a mida per empreses.</p> <p>La Fundació Randstad ajuden a quasi 5.000 persones anualment, és una entitat que genera un gran impacte social, però no es consideren competència directa, ja que estan centrades exclusivament en la inserció laboral de les persones amb discapacitat.</p>

Taula 8: Anàlisi Fundació Randstad.

Nom:	Intrama Social
Enllaç:	https://www.intrama.es/
Observacions:	<p>Consultoria global de Recursos Humans amb seu a Madrid, especialitzada en diversitat, inclusió, salut i benestar. Tenen creada una gran xarxa d'empreses conscienciades amb la diversitat i inclusió.</p> <p>Els serveis que ofereixen són: Plans integrals de diversitat i benestar corporatiu, certificats propis per empreses, un petit màster anomenat EDM per les empreses i una llarga llista de formacions com per exemple, de diversitat, inclusió, salut emocional, comunicació inclusiva, entre molts altres temes.</p> <p>Intrama és una gran consultoria, amb un gran nombre de treballadors i persones expertes en la formació per empreses. Hi ha moltes empreses importants que han cursat el màster EDM i moltes altres que han apostat per fer formació amb ells. Clarament, seria competència de I-Talent amb el gran catàleg de formacions que tenen sobre diversitat i amb els plans estratègics de diversitat que creen. De totes maneres, sembla que no tenen persones especialitzades en el tercer sector, ni una xarxa de persones que puguin ajudar amb la inclusió laboral. És una consultoria tradicional, simplement especialitzada en les formacions i plans de diversitat.</p>

Taula 9: Anàlisi Intrama Social.

Nom:	La Consultoria Social
Enllaç:	https://laconsultoriasocial.cat/
Observacions:	Consultoria creada recentment a Barcelona, amb l'objectiu de donar suport a entitats, empreses i institucions amb una transformació social.

	<p>Els serveis que ofereixen són: Creació i dinamització de projectes socials, ajudes per la comunicació sobre l'impacte social de les empreses i formacions per centres educatius, empreses o entitats.</p> <p>La Consultoria Social és una empresa molt petita, formada per dues noies i les formacions i projectes que ofereixen no són competència directa per I-Talent, a part, els seus clients potencials estan més diversificats i no se centren exclusivament a empreses.</p>
--	--

Taula 10: Anàlisi La Consultoria Social.

A part d'aquestes consultories que s'han destacat en el treball, també s'ha analitzat altres fundacions i entitats que podien oferir algun servei de consultoria, encara que no tinguin una consultoria com a tal. De totes maneres, s'ha vist que estan molt centrades en persones amb diversitat funcional i que no són competència directa amb I-talent. S'ha analitzat la Fundació Seeliger y Conde, la Fundació Ared, la Fundació Onada o Mescladís. I també s'ha analitzat alguna consultoria social, que hem vist que tenen la seu lluny de Barcelona i no treballen amb empreses que puguin ser clients objectius d'Adsis, com per exemple l'Esfera Social (València), Mdr Consultoria Social (Sevilla), Intersocial (Madrid) o Dinamia (Madrid).

En resum, de tot l'estudi de la competència, podem concloure que no hi ha cap empresa o entitat de les que s'ha analitzat que sigui competència directa per I-Talent, més enllà d'OBBIA i Intrama, encara que, Adsis es pot diferenciar d'elles. La majoria de les consultories socials van dirigides a la millora del tercer sector i no a la millora de la responsabilitat social de les empreses, que és el públic objectiu d'I-Talent. Les entitats que tenen projectes de col·laboració amb empreses, no els hi proporcionen un llistat de serveis per millorar la situació de l'empresa en diversitat, simplement estan centrades a persones amb diversitat funcional. La qual cosa permet destacar la iniciativa d'Adsis com una forma nova i única de treballar, una consultoria social dirigida a les empreses i que sorgeix d'una fundació. I-Talent pot oferir solucions innovadores i efectives a les empreses que desitgin millorar la seva diversitat i inclusió laboral.

5.2. Proposta de valor

La proposta de valor que Adsis pot aportar a les empreses és molt clara. Amb els serveis⁵ que oferirà la consultoria, les empreses podran tenir un estudi de la diversitat i inclusió d'aquestes, catàleg de formacions, proposta de canvis, entre altres possibilitats per aconseguir l'objectiu final, tenir una empresa més diversa i inclusiva. Des d'Adsis, es considera que si una empresa és el reflex real d'una societat, amb la diversitat que això comporta, aporta molts beneficis a aquesta, per això, detallarem els diferents tipus de valor que pot aportar la consultoria I-Talent als seus clients.

- Millora de la cultura organitzacional: I-Talent, pot contribuir a una cultura empresarial més inclusiva i diversa. Tanmateix, assolir un espai de treball més còmode per tots els treballadors i treballadores, millorar la seva moral, el seu benestar i inclús una millora de la productivitat.
- Atracció del talent divers: Amb un procés de selecció de treballadors inclusiu, pots arribar a talent divers que la gran majoria d'empreses perden per falta de processos justos. En molts casos, personal qualificat però sense experiència laboral. Una cultura inclusiva et pot ajudar a atreure i retenir talent divers.
- Millora la presa de decisions: Una força laboral diversa i inclusiva et fa tenir perspectives i experiències diferents a l'hora de prendre decisions. Si aconseguixes tenir un reflex de la societat dins de la teva empresa, és més fàcil prendre decisions que puguin satisfer els diferents clients, tenir diferents visions per solucionar problemes de l'empresa i bàsicament poder entendre més, què vol la societat i quin camí pot agafar l'empresa.
- Compliment legal: Des de la consultoria es pot ajudar a complir les diferents lleis i regulacions que hi ha en temes de diversitat, de la desigualtat de gènere o la bretxa salarial.
- Millora de la reputació: Una empresa compromesa amb la diversitat millora la imatge de la marca i la seva reputació. Així doncs, aconseguir millorar la visió dels teus clients per fidelitzar-los i atreure'n de nous, o millorar la visió dels teus proveïdors. Millorant la reputació pots obtenir avantatge competitiu respecte les altres empreses del sector.

⁵ Els podeu consultar a l'apartat "5.6. Serveis d'I-Talent".

- Reducció de conflictes i discriminació: Amb un bon treball intern, es poden prevenir conflictes entre els treballadors i les treballadores relacionats amb la discriminació o assetjament, així millorant l'ambient laboral.
- Lideratge inclusiu: Fomentar un lideratge inclusiu i equitatiu dins de l'organització pot ajudar a la capacitat i sensibilització de tota la plantilla, acompanyat de les formacions necessàries. És important que les persones de l'organització coneguin els beneficis de la diversitat i vulguin contribuir en aquesta millora.
- Creixement i resiliència empresarial: En un entorn cada cop més divers i global, és crucial pel futur sostenible de les organitzacions tenir una cultura inclusiva per entendre la societat i actuar ràpidament davant els canvis que es produeixen.
- Adaptació als canvis: Amb l'augment de la globalització, tenir una plantilla diversa et facilita molt l'adaptació als canvis constants que viu dia a dia la societat. La capacitat de tenir diferents perspectives i enfocaments et permet adaptar-te millor i inclús aprofitar oportunitats empresarials.
- Adaptació a les variacions demogràfiques: Tenir diversitat dins l'empresa és sinònim d'estar preparada per tota mena de canvis, així com canvis demogràfics a la força del treball.
- Innovació i creativitat: La combinació d'idees i visions genera una gran riquesa per tenir més innovació i augmentar la creativitat de l'empresa. Apostar per la diversitat dels treballadors et fa tenir un coneixement molt divers dins de l'empresa amb la capacitat d'innovar i treure avantatges competitiu.
- Diversitat generacional: Tenir diversitat en edats dins de l'empresa és una part important de la inclusió, diferents visions i experiències, formacions en etapes diferents que permeten tenir coneixements actualitzats a l'empresa amb l'experiència necessària per millorar els resultats d'aquesta.
- Avaluació i seguiment continuat: Des de la consultoria s'oferirà avaluacions per garantir l'impacte positiu de l'estratègia en diversitat que s'hagi aplicat a

l'empresa. Es proporcionaran informes i mètriques concretes per mostrar el progrés aconseguit i mesurar l'impacte. També s'oferirà seguiment posterior i si cal, ajustar les polítiques per encara treure més rendiment de l'estratègia.

- Millora la relació amb la comunitat: Invertir amb diversitat ajuda a crear relació i sinergies amb la teva comunitat. Si cuides el teu entorn i tens responsabilitat social, la connexió de l'empresa amb la comunitat i els clients millora.
- Millora el rendiment empresarial: Finalment, la suma de tots els punts anteriors, la captació de talent, la millor presa de decisions, l'augment d'innovació i creativitat, la capacitat d'adaptar-te als canvis, el benestar laboral i la millora de la productivitat, entre altres aspectes, ajuda que l'empresa tingui un millor rendiment empresarial. Diversificar la plantilla de treballadors és una bona forma de tenir avantatge competitiu respecte la competència i poder treure més rendiment de la teva empresa.

5.2.1. Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS)

Un altre aspecte important i valor afegit de treballar amb I-Talent, és el compliment d'una sèrie d'ODS. Els Objectius de Desenvolupament Sostenible, també coneguts com a objectius globals, creats per les Nacions Unides l'any 2015 amb l'objectiu de fer una crida mundial per aconseguir la millora de diferents aspectes durant els pròxims quinze anys. Els 17 ODS estan focalitzats especialment en aconseguir erradicar la pobresa, millorar la vida de les persones i millorar la gestió dels recursos per la prosperitat del medi ambient.

La guia dels ODS, ha agafat molta importància dins les empreses durant els darrers anys, tenen una rellevància global, ja que estan universalment acceptats i recolzats per la comunitat internacional. Tot i que a Espanya, encara no hi ha una legislació vigent, complir les tendències creixents relacionades amb l'impacte social, econòmic i mediambiental, comporta un valor afegit a les empreses.

Treballar amb I-Talent et permet complir una sèrie d'ODS a la teva organització, així doncs, contractar els serveis d'Adsis és sinònim de millorar la teva RSC, ja sigui directament amb els canvis que puguin produir a la teva empresa o indirectament per treballar amb una Fundació Adsis que ajuda a complir una sèrie d'objectius diàriament. Les organitzacions que poden demostrar el seu compromís amb el compliment dels

objectius generen un avantatge competitiu en el mercat respecte a altres empreses del sector que no s'estan implicant en temes socials. Cada cop més, les empreses, organitzacions, clients, socis i tots els grups d'interès estan interessats a donar suport i treballar amb empreses socialment responsables.

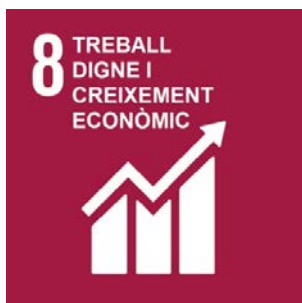
ODS I-Talent:

Contractar els serveis de la consultoria I-Talent, aconseguir que cada empresa compleixi quatre ODS directament des de la seva organització.



Més de 700 milions de persones viuen en una situació d'extrema pobresa, o cosa equivalent, el 10% de la població mundial. Contractar persones en risc d'exclusió per sumar en garantir que tots els homes i dones, en especial les persones pobres i més vulnerables, puguin tenir una feina digna i accés als serveis bàsics.

Imatge 1: ODS 1: Fi de la pobresa.



Amb pandèmies com la de la Covid-19, o altres crisis viscudes, s'ha vist augmentat l'atur a tot el món i ha provocat una recessió econòmica important, posant en perill l'economia mundial. Ajudar a assolir l'ocupació completa i productiva, que les persones tinguin un treball digne, incloses les persones joves, les dones i les persones en situació de vulnerabilitat, així com la remuneració equitativa.

Imatge 2: ODS 8: Treball digne i creixement econòmic.



Els últims anys, postpandèmia, ha augmentat la desigualtat entre persones i entre països. Col·laborar per potenciar i promoure la inclusió social, econòmica i política de totes les persones independentment de la seva edat, sexe, raça, ètnia, origen, religió, situació econòmica o qualsevol altra situació de diversitat.

Imatge 3: ODS 10: Reducció de les desigualtats.



Els ODS només es poden aconseguir amb aliances. És necessari establir associacions inclusives (a escala mundial, regional, nacional i local) sobre principis i valors. Treballar conjuntament amb Adsis, compartir una visió i uns objectius que se centren primer en les persones i el planeta.

Imatge 4: ODS 17: Aliança pels objectius.

ODS Fundació Adsis:

Pel simple motiu de confiar en la Fundació Adsis i contractar els seus serveis, s'ajuda directament a l'entitat perquè puguin mantenir els seus projectes i continuar col·laborant per assolir quatre ODS més.



Més de 690 milions de persones no poden tenir l'alimentació bàsica necessària. Ajudar que les més de 54.000 persones que la fundació acompanya anualment, la gran majoria en situació de vulnerabilitat, tinguin accés a les necessitats bàsiques com l'alimentació. Que puguin gaudir dels recursos econòmics necessaris per tenir una alimentació sana, nutritiva i suficient durant l'any.

Imatge 5: ODS 2: Fam zero.



Hi ha una gran diferència en l'esperança de vida segons el país o segons la qualitat de vida de cada persona. S'ha de garantir una vida sana i promoure el benestar a totes les edats és essencial pel desenvolupament sostenible. Des d'Adsis s'ajuda a moltes persones per aconseguir tenir la salut i el benestar necessaris.

Imatge 6: ODS 3: Salut i benestar.



L'educació permet la mobilitat socioeconòmica ascendent, 260 milions de nens i nenes encara estan fora del sistema educatiu. Un dels objectius principals d'Adsis és millorar l'educació de les persones, principalment les persones joves. És de les entitats que més ajuden a potenciar i promoure l'educació de qualitat a través de l'Escola de Noves Oportunitats, els programes Incorpora i les FPO Duals.

Imatge 7: ODS 4: Educació de qualitat.



La igualtat de gènere és un dret fonamental i un aspecte que encara ens queda molt camí per recórrer i millorar com a societat, encara hi ha moltes nenes que no poden optar a l'educació bàsica i moltes dones que pateixen una bretxa salarial. Des d'Adsis, donar oportunitats de formació i treball a dones, que tinguin igualtat de drets i recursos econòmics perquè siguin capaces de tenir una vida digna i cobrir les seves necessitats bàsiques, és essencial.

Imatge 8: ODS 5: Igualtat de gènere.

5.2.2. B Corporation

I-Talent també ajudarà a complir requisits del certificat B Corporation, també anomenat "B Corp", és una certificació que es concedeix a les empreses que compleixen uns estàndards socials i ambientals molt elevats. És una certificació que l'atorga l'organització sense ànim de lucre B Lab, avaluen les empreses de manera independent en funció de l'impacte social i ambiental, la gestió i les pràctiques empresarials.

Aquesta certificació està guanyant molta rellevància en el sector empresarial, ja que reflecteix una nova forma de fer negocis i t'aporta una sèrie de beneficis. Tenir el certificat B Corp, és senyal que l'organització està compromesa amb la responsabilitat social i ambiental i no només amb la rendibilitat financera. Ser B Corp és una manera de demostrar a l'entorn i a les parts interessades que estàs compromès amb l'impacte positiu i una millora de la societat i el medi ambient, així doncs, és cada vegada més valuós, en un món preocupat per aquestes qüestions socials i ambientals, aconseguir aquest certificat.

A més, aquest moviment ha arribat amb força a Barcelona des del 2022. Amb la unió de B Corp, Ajuntament de Barcelona i Barcelona Activa, EADA Bussines School Barcelona i la farmacèutica Ferrer han creat la marca específica de la ciutat, Barcelona + B, abreviat, BCN + B. Amb el mateix objectiu i criteris que l'organització B Corp pretenen incidir a "una de les ciutats més contaminades d'Europa", segons diu la mateixa organització.

Ser B Corp beneficia a les empreses per la imatge del compromís amb la Responsabilitat social i la sostenibilitat, és senyal de transparència i rendició de comptes, atracció de clients i talent empresarial, genera diferenciació competitiva, accés a capital i finançament, facilita la col·laboració amb altres organitzacions i crear xarxa, entre altres beneficis.

Per obtenir el certificat, B Lab diferencien els criteris en sis blocs que has de complir: governança, treballadors, comunitat, medi ambient, clients i qüestionari de divulgació. Treballar amb I-Talent proporcionarà el compliment de molts criteris del bloc de comunitat, ja que s'hi recullen aspectes de diversitat, inclusió i equitat. Si es fa una anàlisi de l'empresa, amb les millores adients, també pot ajudar a complir requisits del bloc de treballadors, pel fet que s'intentaria millorar les seves condicions i el seu benestar. I finalment, treballar amb I-Talent et suposa el compliment d'alguns aspectes del bloc de governança, pel fet de tenir compromís amb l'impacte, ajudar amb causes socials i millora la transparència i polítiques de l'empresa.

5.3. Segmentació de mercat

Per tal d'acotar al màxim els possibles clients i centrar-nos en un perfil d'empresa concret es va dur a terme una anàlisi des de tres perspectives principals:

- Segons el sector: un dels factors més determinants a l'hora de seleccionar les empreses, era continuar amb les línies estratègiques dels sectors que treballa Adsis Barcelona. Un dels principals objectius de la consultoria, i tret diferencial de la competència, és la xarxa de persones formades que poden optar a una inserció laboral amb els coneixements adquirits a l'entitat, per tant, buscar sectors els quals tenen persones preparades per entrar al mercat laboral era primordial per acotar els possibles clients. L'Escola de Noves Oportunitats és el projecte de l'entitat que més joves rep i també que a més joves forma per poder inserir-los laboralment. Així doncs, s'han analitzat els principals itineraris

formatius de Passwork i s'ha conclòs que els sectors més estratègics són: hostaleria, logística i magatzem, comerç, electricitat, instal·lacions, fontaneria i clima i automoció i electromecànica de vehicles.

- Segons el perfil de treballador: dins de cada sector, interessava arribar a les empreses que tinguessin la necessitat d'un perfil de treballador o treballadora concret. Els perfils de les joves que acompanya Adsis és molt concret, persones perfectament capacitades per dur a terme molts tipus de treball, amb una formació professional bàsica, però molt específica i enfocada a alguns llocs de treball concrets.
- Segons l'experiència prèvia amb empreses: en els últims anys la Fundació Adsis ha començat a experimentar relacions amb empreses per establir possibles col·laboracions. Això ha portat al fet que diverses empreses comunicuessin les necessitats d'acció social que tenien i, per tant, poder crear un perfil de possibles clients que té necessitats de progressar en temes de diversitat i inclusió.

A partir d'aquí, vam crear el perfil d'empresa adient tenint en compte els interessos que ens havien fet saber les empreses:

- Segons la capacitat econòmica: per poder invertir a contractar els serveis de la consultoria I-Talent per la millora de la diversitat i inclusió de l'empresa, és necessari que siguin organitzacions amb una capacitat econòmica suficient.
- Segons la capacitat de RH: un aspecte important per contemplar la possibilitat de la contractació de persones, no només és la capacitat econòmica, també empreses que tinguin una plantilla prou àmplia perquè hi hagi l'opció de la inserció laboral.
- Segons la conscienciació: perquè una empresa sigui un possible client també cal tenir en compte que segueixi els valors de Fundació Adsis i que vagi alineada amb temes de RSC. Es va fer recerca exhaustiva a les empreses per veure si tenien redactada una memòria no financera⁶ i donaven importància als ODS, a la sostenibilitat, diversitat, inclusió social, etc.

⁶ A l'apartat "9. Bibliografies Web" podreu trobar tots els enllaços a les memòries no financeres de les empreses analitzades.

A partir d'aquí, amb les directrius clares de quins requisits havien de complir les empreses que podien ser clients d'I-Talent, es presenta la llista de les empreses seleccionades per engegar aquest projecte. Es mostren separades per sector/perfil de feina, ordenades de més interessants a menys dins de cada grup i un petit comentari de per què s'ha triat aquesta empresa. Cal comentar, que es van estudiar moltes empreses més, però no es van considerar possibles clients perquè no complien algun dels requisits explicats anteriorment.

HOSTALERIA (cuina i sala):

Nom:	Ilunion
Enllaç:	https://www.ilunion.com/es
Observacions:	<p>Empresa referent en la transformació i diversitat des de fa més de trenta anys, amb seu a Barcelona, present a diversos sectors i que aposta per un model de negoci que demostra que es pot compaginar la rendibilitat econòmica i social. Companyia hotelera i que ofereix la possibilitat de contractar amb ells l'externalització de diferents serveis com, neteja, manteniment, entre altres.</p> <p>És una empresa gran, que busquen treballadors constantment i un dels seus trets diferencials és l'aposta per la diversitat i la inclusió de persones a la seva organització. Molt conscienciats amb la sostenibilitat i tenen memòria no financera actualitzada la qual li donen molta importància. Empresa que ja es crea amb un objectiu social clar.</p>

Taula 11: Anàlisi Ilunion.

Nom:	Aramark
Enllaç:	https://www.aramark.es/home
Observacions:	<p>Empresa gran amb orígens als anys trenta, tenen seu a Barcelona. Estan en busca constant de treballadors també, ofereixen diferents</p>

	<p>serveis d'alimentació, des de càterings i restauració, a serveis de menjador a escoles, hospitals i empreses, inclús serveis de monitors i gestió d'instal·lacions.</p> <p>A més, si fem una mica de recerca, podem veure que estan molt conscienciats en diferents aspectes, parlen molt d'impactar positivament als seus treballadors i al planeta, aconseguir millorar la vida de les persones i donen molta importància al concepte ESG i als seus principis ètics i inclusius. Empresa molt conscienciada amb les persones i l'acció social.</p>
--	--

Taula 12: Anàlisi Aramark.

Nom:	Serunion
Enllaç:	https://www.serunion.es/ca
Observacions:	<p>Empresa de restauració col·lectiva, creada l'any 1990 gràcies a la fusió de 5 empreses. Ofereix una gran gamma de serveis, des de cafeteries a hospitals, serveis a escoles i universitats, creació d'esdeveniments personalitzats, serveis de neteja, gestió de compres i moltes altres possibilitats. Tenen una gran quantitat de treballadors a la zona de Barcelona.</p> <p>Compromesos amb la responsabilitat social, també tenen actualitzada la seva memòria no financera, més centrats en la sostenibilitat, però també esmenten conceptes com l'ètica, la igualtat i la diversitat. Empresa força conscienciada, encara que, no tant com les dues primeres.</p>

Taula 13: Anàlisi Serunion.

LOGÍSTICA, MAGATZEM I COMERÇ:⁷

Nom:	Puig
Enllaç:	https://www.puig.com/es/
Observacions:	<p>Marca creada el 1914, amb seu i plantes de producció a Barcelona i presència a més de 25 països. La seva activitat es basa en la creació de diferents productes com poden ser, colònies, maquillatge, cosmètica, entre d'altres.</p> <p>Tenen un fort compromís amb la seva agenda ESG, codi ètic i compromís social. Tenen memòria no financera on parlen dels ODS que compleixen i l'aposta per la diversitat i sostenibilitat de l'empresa. Són una empresa molt conscienciada.</p>

Taula 14: Anàlisi Puig.

Nom:	Ferrer
Enllaç:	https://www.ferrer.com/es
Observacions:	<p>Farmacèutica catalana, creada l'any 1959 i que es converteix en una de les més potents de l'estat i comença la seva internacionalització durant els anys seixanta. A Barcelona hi manté dos centres productius amb una gran quantitat de treballadors i on es produeixen medicaments d'ús hospitalari, medicaments de prescripció i producte de cura personal.</p> <p>Ferrer té una fundació per la sostenibilitat, donen molta importància a la inserció de col·lectius vulnerables i suport a diferents causes socials. És una empresa molt conscienciada que encaixa perfectament amb els valors d'Adsis.</p>

Taula 15: Anàlisi Ferrer.

⁷ Dins les empreses de logística, magatzem i comerç, s'han separat les empreses del sector alimentari per la quantitat que s'han trobat que complien els requisits de possibles clients.

Nom:	Leroy Merlin
Enllaç:	https://www.leroymerlin.es/
Observacions:	<p>Empresa francesa creada l'any 1923, amb seu a Madrid però amb més de 20 locals a Catalunya i un gran nombre de treballadors a les seves botigues.</p> <p>També tenen memòria anual no financera actualitzada on donen molta importància a la diversitat i inclusió de l'empresa, donen suport a molts projectes socials i donacions a diverses organitzacions. Empresa molt conscienciada que tenen un perfil de treballadors adient per l-Talent.</p>

Taula 16: Anàlisi Leroy Merlin.

Nom:	Acmarca
Enllaç:	https://acmarca.com/
Observacions:	<p>Empresa amb seu a l'Hospitalet de Llobregat i presència més de 70 països. Creada el 1922 per la comercialització de tints i tèxtils, actualment, creen productes com detergents, insecticides, etc.</p> <p>Empresa que donen molta importància a la sostenibilitat i a la seva reducció d'impacte ambiental, amb la memòria de sostenibilitat corresponent. També destaquen la importància dels seus treballadors i el benestar laboral. No parlen concretament de diversitat, però són una empresa conscienciada que poden entendre el valor d'l-Talent.</p>

Taula 17: Anàlisi Acmarca.

Nom:	Almirall
Enllaç:	https://www.almirall.es/
Observacions:	<p>Farmacèutica multinacional, fundada a Barcelona l'any 1943, on encara manté la seu principal. També té un centre R+D a Barcelona i dues grans plantes de producció. Actualment, l'empresa produeix més de vuitanta productes de farmàcia.</p> <p>Tenen memòria anual no financera, on parlen extensament de la sostenibilitat de l'empresa, un pla complet amb el compromís per complir els criteris ESG i també parlen específicament de diversitat i inclusió a la seva empresa. Per tant, sumant totes les característiques, també és una empresa que coincideix molt amb la idea de I-Talent.</p>

Taula 18: Anàlisi Almirall.

Nom:	Cementos Molins
Enllaç:	https://www.cemolins.es/
Observacions:	<p>Amb una experiència de més de noranta anys en el sector del ciment, és una de les empreses més importants a Espanya en aquest camp, a part de treballar a altres països. Amb oficines a Barcelona i més d'un centre de producció a Catalunya és una empresa amb una àmplia plantilla de treballadors/es.</p> <p>Tenen memòria anual no financera, on parlen de sostenibilitat principalment, però també d'altres ODS, igualtat, voluntariats i programes de desenvolupament econòmic a territoris on ho necessiten. És una empresa molt conscienciada, no parlen directament de diversitat però sí d'altres termes relacionats amb impacte social.</p>

Taula 19: Anàlisi Cementos Molins.

Nom:	Unilever
Enllaç:	https://www.unilever.es/
Observacions:	<p>Multinacional creada l'any 1883, present a més de 190 països i amb més de 1.200 treballadors a Espanya. Creen productes per més de 400 marques, la major part de neteja de la llar o higiene personal, però també d'alimentació i altres sectors.</p> <p>És una empresa molt conscienciada en tots els aspectes socials, a la seva memòria no financera parlen de diversitat de treballadors, d'inclusió de sostenibilitat i de moltes iniciatives empresarials per ajudar a canviar i millorar la societat i el planeta. És una empresa conscienciada que li pot interessar treballar amb I-Talent.</p>

Taula 20: Anàlisi Unilever.

Nom:	Mango (Punto Fa)
Enllaç:	https://shop.mango.com/es/
Observacions:	<p>Empresa multinacional catalana, creada l'any 1984 que actualment ven a més de 100 països. Creen el disseny, la fabricació i comercialització de peces de roba. Encara que, des de la pandèmia ha patit una mica de retrocés, Mango té una gran plantilla de treballadors/es i la majoria a Catalunya.</p> <p>A la seva memòria anual no financera, parlen del codi ètic de l'empresa, la seva aposta per l'economia circular i donen molta importància a la diversitat i inclusió, amb formacions als seus treballadors per millorar el benestar laboral i la conscienciació del seu equip.</p>

Taula 21: Anàlisi Mango (Punto Fa).

Nom:	ISDIN
Enllaç:	https://www.isdin.com/
Observacions:	<p>Empresa creada pel grup Antonio Puig SA l'any 1974, amb la seu principal a Barcelona. Fou la primera marca espanyola de dermocosmètica en aconseguir el certificat B Corporate.</p> <p>A la seva memòria anual tracten temes de diversitat des de les perspectives d'igualtat, edat i gènere, no inclouen les persones en situació de vulnerabilitat. De totes maneres, és una empresa molt conscienciada, amb el certificat B Corp i amb unes polítiques de sostenibilitat molt actualitzades.</p>

Taula 22: Anàlisi ISDIN.

EMPRESES D'ALIMENTACIÓ (amb seu productiva i/o magatzem a Catalunya):

Nom:	Nestlé
Enllaç:	https://empresa.nestle.es/ca
Observacions:	<p>Tradicional empresa creada l'any 1866, tenen l'oficina central de l'estat espanyol situada a Barcelona i quatre centres productius, amb una gran quantitat de treballadors/es a Catalunya. Produeix diferents tipus de productes, des de xocolata, aigua, menjar per mascotes, etc.</p> <p>Nestlé és de les empreses més conscienciades en tots els aspectes i també estan molt conscienciats concretament en diversitat i inclusió. Tenen una memòria no financera molt completa, amb indicadors d'impacte social molt clars.</p>

Taula 23: Anàlisi Nestlé.

Nom:	Danone
Enllaç:	https://www.danone.es/
Observacions:	<p>Empresa multinacional creada a Barcelona l'any 1919 que comercialitza productes làctics i begudes. Empresa que té el certificat B Corp. Té oficines i centres d'R+D a Barcelona, quatre plantes de producció a Catalunya i inclús treballen amb granges del territori.</p> <p>Dona importància al progrés social, la sostenibilitat amb el planeta, cuidar la salut de les persones amb la qualitat dels seus productes i també donen molta rellevància a la inclusió de les persones i la igualtat.</p>

Taula 24: Anàlisi Danone.

Nom:	Bon Preu Esclat
Enllaç:	https://www.bonpreuesclat.cat/
Observacions:	<p>Empresa d'alimentació catalana, amb una experiència contrastada i presència a moltes poblacions del territori amb supermercats, carburants i comercialització elèctrica.</p> <p>A la seva memòria no financera, donen molta importància al compliment dels ODS i el seu compromís per les persones i el territori. També esmenten la seva inserció de persones amb dificultats per l'accés al treball. Empresa molt compromesa i amb un perfil de treballadors interessants per la consultoria.</p>

Taula 25: Anàlisi Bon Preu Esclat.

Nom:	Coca-Cola
Enllaç:	https://www.coca-cola.com/es/es
Observacions:	<p>Històrica multinacional, creada l'any 1886 creant una coneguda beguda arreu del món. Actualment, també és la productora d'altres refrescos com Aquarius, Fanta, Sprite, entre moltes altres marques. L'any 2006 inaugurà una gran planta de producció a Martorelles on treballen més de 400 persones.</p> <p>Empresa que està al corrent de totes les polítiques socials actuals, a la seva memòria no financera parlen del compliment d'ODS, el seu compromís ESG, benestar dels treballadors, molts projectes socials (especialment a Llatinoamèrica), etc. Estant molt conscienciats socialment i mediambientalment.</p>

Taula 26: Anàlisi Coca-Cola.

REPARACIÓ, ELECTRICITAT i INSTAL·LACIONS:

Nom:	Eninter
Enllaç:	https://www.eninter.com/ca/
Observacions:	<p>Empresa fundada fa més de cinquanta anys amb la funció inicial de reparació d'ascensors, actualment, ofereixen molts altres serveis com la instal·lació, rehabilitació, control d'accessos inclús fabriquen una sèrie de productes. Tenen més de vuit-cents treballadors/es a tot l'estat espanyol i una delegació gran a Barcelona.</p> <p>Una de les seves principals missions és tenir un impacte social positiu, a la memòria no financera deixen molt clars els seus valors i parlen de sostenibilitat, col·laboracions amb projectes social, benestar empresarial, etc. És una empresa compromesa amb un perfil de treballador que encaixa molt amb una part de les joves d'Adsis.</p>

Taula 27: Anàlisi Einter.

Nom:	Holaluz
Enllaç:	https://www.holaluz.com/ca/
Observacions:	<p>Empresa fundada l'any 2010 a Barcelona i es va convertir en la primera comercialitzadora elèctrica en línia de l'Estat. Actualment, dona serveis de llum a més de tres-cents clients i gestiona més d'onze mil instal·lacions fotovoltaïques. Des d'Adsis Barcelona ja s'hi ha tingut relacions prèviament.</p> <p>És una empresa molt compromesa que deixa clar el seu compromís pel compliment dels ODS i ESG, tenen informes d'impacte molt específics i parlen de diversitat, igualtat i altres termes que la consultoria I-Talent pot ajudar-los.</p>

Taula 28: Anàlisi Holaluz.

Nom:	Otis
Enllaç:	https://www.otis.com/es/es
Observacions:	<p>Empresa d'ascensors fundada l'any 1853 per l'inventor del fre de seguretat d'ascensors, Elisha Otis. És la multinacional més gran en reparació i producció d'ascensors. A Barcelona tenen part de la seva feina i busquen treballadors/es amb perfils que Adsis podria complir, de totes maneres, no tenen tanta plantilla a Barcelona com les dues empreses anteriors.</p> <p>És l'empresa més conscienciada de les tres, tenen un fort compromís amb la cura del medi ambient i donen molt valor a la diversitat i igualtat entre treballadors/es de l'empresa. Encara que el seu volum de possibles contractacions sigui menor, és una empresa que li podrien interessar els serveis de la consultoria.</p>

Taula 29: Anàlisi Otis.

AUTOMOCIÓ:

Nom:	Gonvarri
Enllaç:	https://www.gonvarri.com/
Observacions:	<p>Empresa creada l'any 1958 i present a Barcelona des del 1982. Actualment, tenen centres de producció a Catalunya amb una gran quantitat de treballadors/es i treballen entorn de quatre línies de negoci basades en estructures o peces de metall.</p> <p>Donen molta importància als seus valor com a empresa, molt conscienciat en temes de sostenibilitat, com es pot comprovar a la memòria anual no financera i col·laboren amb diferents fundacions i projectes socials. Encara que no parlin exclusivament de diversitat són un potencial client per I-Talent.</p>

Taula 30: Anàlisi Gonvarri.

Nom:	Norauto
Enllaç:	https://www.norauto.es/
Observacions:	<p>Són una empresa multinacional fundada a França l'any 1970. És una empresa líder en equipament i manteniment de vehicles. Actualment, té més de deu centres a la zona de Barcelona amb una plantilla àmplia de treballadors/es. Adsis ja hi ha treballat prèviament amb DUALS.</p> <p>Són una companyia que tenen una memòria anual molt completa, tenen un fort compromís social i amb la sostenibilitat ambiental. Parlen d'igualtat i diversitat, encara que més centrada en persones amb diversitat funcional. Per l'experiència prèvia i la conscienciació de la companyia són uns bons candidats per la consultoria.</p>

Taula 31: Anàlisi Norauto.

Nom:	Denso
Enllaç:	https://www.denso.com/es/es/
Observacions:	<p>Empresa catalana fundada a Barcelona l'any 1989, es dediquen a la fabricació de sistemes per cotxes, com la seguretat o l'aire i creen tota classe de peces de recanvi. En l'actualitat, tenen diferents seus a Europa, la fàbrica de Barcelona té quasi mil treballadors/es.</p> <p>Parlen molt de la seva filosofia de recursos humans, que ofereixen oportunitats laborals i fomenten el potencial de totes les persones. Formen els treballadors i els ajuden a créixer i poder tenir lideratge. Per tant, poden encaixar perfectament amb els valors d'Adsis i la consultoria.</p>

Taula 32: Anàlisi Denso.

Cal afegir, que es tindran en compte altres empreses que també s'han analitzat a fons i el seu perfil encaixa perfectament al dels possibles clients d'I-Talent, no obstant això, aquesta és la selecció de les primeres empreses que s'intentarà contactar per engegar el projecte. El llistat de les empreses que també poden interessar en un futur a la consultoria és: Quadpack, Pepsico, Multianau, Ben and Jerry's, Cargill, Rituals, Decathlon, Gaes, Goodnews, Robingood, Fain, Nedgia (Naturgy), Grifols, Rodi Motor, Kostal, Bunge i Incapto.

5.4. Mesura d'impacte

Actualment, que vivim en una societat que s'està caracteritzant per un augment de la consciència social i això suposa un creixement de la responsabilitat empresarial, la mesura de l'impacte és un element essencial per a les empreses, les organitzacions, fundacions i tots els projectes socials. Així doncs, des d'Adsis es tenia clar que un dels serveis que havia d'oferir la consultoria era la possibilitat de mesurar l'impacte social a les empreses que treballin amb I-Talent.

Avaluar i quantificar l'impacte que generen les accions i programes que implementen les empreses, és molt important tant per les empreses com per la consultoria I-Talent, pels següents motius:

- Avaluar l'èxit: Les mesures d'impacte social és el millor sistema per determinar si les mesures aplicades han aconseguit els resultats desitjats en termes de millora social.
- Rendició de comptes: Tenir les dades exactes de l'impacte obtingut és important per poder-ho mostrar als stakeholders. Pels inversors, clients, proveïdors o la comunitat en general és rellevant poder demostrar que s'està complint amb els objectius socials.
- Transparència: Mesurar l'impacte social suposa un compromís amb la transparència i responsabilitat, ajuda a millorar la imatge de l'empresa i la confiança amb l'organització.
- Avaluar l'eficiència: Mesurar l'impacte ajuda a saber la rellevància de cada servei, saber les eficiències i ineficiències que té, com es pot optimitzar i millorar els resultats amb els mateixos recursos.
- Promoció de col·laboracions i aliances: Tenir les dades d'impacte social poden ser una bona opció per atraure altres empreses interessades i que vulguin participar d'iniciatives socials, ja que poden veure els beneficis concrets.
- Identificar necessitats no satisfetes: Avaluar l'impacte social, també et permet identificar les necessitats socials de l'empresa que no hagin quedat satisfetes i et permet decidir nous programes o iniciatives per dur a terme en un futur.
- Avaluació a llarg termini: Les mesures d'impacte és important fer-les un cop les mesures estan aplicades i hi ha hagut el temps necessari per treballar-se. L'avaluació a llarg termini és important per saber exactament com has impactat a la vida de les persones.

En uns moments on les organitzacions intenten generar aquest canvi positiu a la societat, és molt important tenir les dades precises de l'impacte que han generat, pels motius exposats anteriorment. A Adsis Barcelona, en aquests moments no hi ha cap

persona especialitzada en mesures d'impactes, és per això, que es va decidir externalitzar aquest servei per aconseguir els millors resultats possibles a l'hora de fer els estudis d'impacte.

S'han analitzat i descartat les empreses: Invenies, Ethikos, Sinnple, The Social Consulting Agency, Esimpact i Transcendent. Totes aquestes empreses són molt professionals i referents en el sector de la mesura de l'impacte social, no obstant això, s'ha intentat buscar l'opció que encaixés més amb I-Talent i la possibilitat de treballar conjuntament, per garantir que aquest servei sigui el més professional i rigorós.

Fins al moment, I-Talent s'ha quedat amb dues possibles opcions que ha d'acabar d'analitzar i contactar, les empreses són Ship2be Foundation i ImpactHub. A l'hora d'analitzar totes les empreses, la característica que més ens han agradat d'aquestes dues, és l'opció d'utilitzar diferents metodologies per la mesura de l'impacte. La seva forma de treballar és adaptar-se a les necessitats de cada empresa i ofereixen diferents opcions, en comparació d'altres empreses analitzades que tan sols segueixen un mètode. Amb ImpactHub o Ship2be pots mesurar l'impacte social amb la Teoria del Canvi amb indicadors específics, indicadors socials personalitzats per cada projecte, amb mètriques d'impacte financer, etc. No només això, ambdues empreses treballen amb projectes B Corporate i ajuden a complir els indicadors a altres empreses o entitats per poder tenir el certificat B+, que com s'ha comentat prèviament, ara arriba amb força aquest moviment a Barcelona i tot indica que tenir el seu certificat serà important per les empreses. A més, podem veure que són dues empreses conscienciades amb la millora social i dins els seus serveis també ofereixen impulsar l'emprenedoria, millorar l'economia circular i aposten per treballar conjuntament amb entitats sense ànim de lucre. En el cas d'Adsis, s'ha d'afegir que també té contacte directe amb persones d'aquestes dues empreses. En resum, són dues empreses de referència, que han treballat amb marques molt importants, que tenen els mateixos ideals que Adsis en molts aspectes i que treballen molt bé en l'anàlisi de l'impacte social.

6. Pla de màrqueting

6.1. Objectius

- Augmentar la consciència de la marca I-talent: incrementar el coneixement de la marca I-talent entre empreses i altres possibles clients a Barcelona i a la seva àrea d'influència i que, per tant, coneguin i reconeguin la marca I-talent de la Fundació Adsis Barcelona. Aquest objectiu és fonamental per atraure a nous clients i generar un bon posicionament dins del mercat.
- Establir la Fundació Adsis Barcelona com a referència en consultoria social: posicionar a la Fundació com a líder en el camp de la consultoria social a la zona de Barcelona. Per això, cal destacar la seva experiència, coneixement i trajectòria en qüestions socials i crear contingut de valor.
- Educació i sensibilització: educar a les empreses i possibles clients sobre l'impacte positiu que poden tenir si comencen a col·laborar amb I-talent o amb altres entitats socials i si implementen mesures socials o de RSC.
- Alineament amb els ODS: que les empreses sàpiguen com els poden ajudar els serveis de la Fundació a aconseguir el compliment dels ODS i com a conseqüència reforçar la seva responsabilitat social.
- Augmentar els ingressos generats per la consultoria social: generar i augmentar ingressos amb el servei de consultoria per poder esdevenir una font d'ingressos addicionals i significatius per a la Fundació Adsis Barcelona i sostenir projectes propis sense dependre totalment de les subvencions que es reben.
- Generar demanda inicial: cal atraure primers clients interessats en els serveis de consultoria social de la fundació per validar el concepte de marca i certificar que hi ha una demanda real, generar ingressos inicials, credibilitat de la marca, rebre feedback i millorar contínuament. Cal començar a establir un creixement orgànic amb el boca-orella i fomentar que els clients actuals recomanin els serveis d'I-talent a altres empreses i organitzacions.

- Establir relacions sòlides amb els clients: enfortir les relacions a llarg termini amb els clients, establint confiança i demostrant el valor dels serveis de consultoria social.
- Mesurar l'impacte social: establir indicadors quantitius per a la mesura de l'impacte social i també mesurar el progrés dels clients en l'assoliment dels seus objectius socials.
- Anàlisi de les necessitats dels clients: cal tenir flexibilitat en l'atenció al client i oferir i actualitzar els serveis, tanmateix, aconseguir solucions personalitzades que s'ajustin a les diferents necessitats dels diferents clients.

6.2. Serveis d'I-Talent

La llista de serveis que oferirà I-Talent s'han decidit bàsicament segons les necessitats que s'han detectat a les empreses que Adsis ha treballat prèviament. A partir d'aquí, s'ha analitzat l'estudi de la competència, per saber quins serveis ofereixen i estan molt presents en el mercat per les empreses i poder-se diferenciar. La idea d'I-Talent és oferir un llarg procés per les empreses que vulguin aconseguir aquest canvi de polítiques a la seva organització, des d'un estudi inicial, fins a la possibilitat de contractar persones amb la mentoria adient.

6.2.1. Anàlisi de la situació actual (Mapa i estudi)

- Descripció: Un dels aspectes més importants per poder implementar els serveis adients i necessaris de la consultoria és saber d'on parteix cada empresa. A partir d'aquí, realitzar un estudi específic per cada client i escollir quines mesures d'impacte i millora aplicar en cada cas.
- Objectiu: Avaluar la situació inicial de l'empresa en termes de diversitat i inclusió.
- Mesures: Dur a terme un mapa detallat de la situació de partida, conèixer les fortaleses i identificar les àrees de millora de l'empresa. Crear un estudi detallat de com millorar els aspectes necessaris amb objectius quantificables i qualitius.

- Responsables: Equip d'I-Talent o la possibilitat d'externalitzar el servei amb OBBIA.
- Termini: Segons les dimensions de l'empresa i la profunditat de l'estudi definir un període.

6.2.2. Enquesta de cultura i diversitat

- Descripció: També és rellevant saber quines visions tenen els treballadors/es de l'empresa. Saber si creuen que s'estan fent les coses bé, de quines mesures aplicades en són coneixedors i inclús del seu nivell de consciència respecte a la importància de la diversitat i inclusió en el treball.
- Objectiu: Avaluar la percepció i actituds dels treballadors respecte a la diversitat de l'organització.
- Mesures: Dissenyar enquestes per tots els treballadors i treballadores de la cultura de la diversitat a l'empresa.
- Responsables: Equip d'I-Talent.
- Termini: Segons les dimensions de l'empresa definir un període.

6.2.3. Pla de diversitat, equitat i inclusió (DEI)

- Descripció: El servei més complet i extens de la consultoria seria executar un pla DEI. Després de l'estudi previ realitzat a totes les àrees de l'empresa, s'haurien de definir els objectius i metes, les mesures necessàries a aplicar, els responsables del fet que es portin a terme, el termini i com fer l'avaluació i mesura d'impacte.
- Objectiu: Conèixer els camps de millora de l'organització, definir els objectius, les mesures i els responsables per promoure la diversitat i inclusió a l'empresa
- Mesures: Desenvolupar un pla estratègic que inclogui accions concretes, amb responsables, terminis i sistemes per mesurar l'impacte.
- Responsables: Equip d'I-Talent o la possibilitat d'externalitzar el servei amb OBBIA.
- Termini: Segons les dimensions de l'empresa i la profunditat de l'estudi definir un període.

6.2.4. Revisió de les polítiques de RH

- Descripció: Una de les problemàtiques més importants a l'hora de seleccionar nous treballadors i treballadores és el biaix dels processos de RH i la poca formació en diversitat de les persones que formen l'equip.
- Objectiu: Avaluar i millorar les polítiques de RH per garantir la inclusió de la diversitat.
- Mesures: Analitzar les polítiques actuals i proposar modificacions i millores si és necessari.
- Responsables: Equip d'I-Talent.
- Termini: Segons les dimensions de l'empresa definir un període.

6.2.5. Accions de comunicació

- Descripció: Actualment, és crucial saber comunicar correctament i de manera efectiva als grups d'interès per poder treure més avantatge competitiu de les polítiques aplicades.
- Objectiu: Comunicar de manera afectiva les iniciatives de l'empresa respecte a la diversitat i inclusió, tant als mateixos treballadors i treballadores, com als grups d'interès externs a l'organització.
- Mesures: Analitzar de polítiques de l'empresa amb els responsables de l'àrea de màrqueting i suggerir modificacions i millores.
- Responsables: Equip d'I-Talent conjuntament amb els responsables de comunicació d'Adsis Barcelona.
- Termini: Segons les dimensions de l'empresa definir un període.

6.2.6. Formacions

- Biaixos inconscients

- Descripció: Els biaixos inconscients són els prejudicis i actituds automàtics que tots i totes tenim i que poden afectar a decisions que prenem en el món laboral. Aquests biaixos poden estar basats en característiques com el gènere, l'edat, la procedència, entre d'altres, que poden influir en la manera que percebem les persones.
- Objectiu: Conscienciar i conèixer els biaixos inconscients per evitar prendre decisions discriminatòries involuntàries al dia a dia i concretament a l'entorn laboral. Saber com aquests poden afectar a la presa de decisions i a la relació entre persones.

- Duració: Pot variar, des de sessions més curtes a programes més extensos.
- Metodologia: Sessions interactives, exercicis de sensibilització i discussió de casos.
- Responsables: Formadors amb experiència en diversitat i inclusió de la Fundació Adsis Barcelona.
- Termini: Es poden planificar les sessions segons les necessitats de l'empresa.

- Lideratge inclusiu

- Descripció: El lideratge inclusiu és un tipus de lideratge que valora i promou la diversitat i inclusió dins l'empresa. És important que els líders creguin en aquest model de gestió per millorar el benestar laboral, l'eficiència i aconseguir retenir i atraure nou talent.
- Objectiu: Formar els i les gerents de l'empresa perquè puguin liderar els equips diversos de forma efectiva i fomentant un ambient inclusiu.
- Duració: Pot variar, des de sessions més curtes a programes més extensos.
- Metodologia: Sessions d'entrenament i discussió de casos.
- Responsables: Formadors amb experiència en diversitat i inclusió de la Fundació Adsis Barcelona.
- Termini: Es poden planificar les sessions segons les necessitats de l'empresa.

- Comunicació inclusiva

- Descripció: La comunicació inclusiva és una forma de comunicar respectant les perspectives i necessitats de tothom. És crucial per obtenir una millor comprensió, promoure la cultura del respecte i l'empatia, entre molts altres avantatges.
- Objectiu: Ensenyar habilitats de comunicació que fomentin la inclusió i comprensió en un entorn divers.
- Duració: Durada total de 5 h.
- Metodologia: Exercicis pràctics i simulacions.
- Responsables: Formadors amb experiència en la comunicació inclusiva de la Fundació Adsis Barcelona.
- Termini: Es poden planificar les sessions segons les necessitats de l'empresa.

- Mentoria inserció laboral

- Descripció: Formar persones perquè puguin acompanyar i orientar a les noves incorporacions és molt important per accelerar l'adaptació, millorar el desenvolupament professional, guanyar relacions interprofessionals, etc.
- Objectiu: Ensenyar a un grup de treballadors/es com ha d'actuar un mentor amb les persones que acompanyen.
- Duració: Pot variar, des de sessions més curtes a programes més extensos.
- Metodologia: Sessions interactives, discussió de casos i simulacions.
- Responsables: Formadors responsables de la mentoria de la Fundació Adsis Barcelona.
- Termini: Es poden planificar les sessions segons les necessitats de l'empresa.

- Mentoria social per la inclusió

- Descripció: La mentoria social és crucial per aconseguir una adaptació plena de persones en situació de vulnerabilitat a l'empresa. En molts casos no tenen experiència laboral i necessiten suport per integrar-se a la vida laboral i social de l'empresa.
- Objectiu: Ensenyar a un grup de treballadors/es com ha d'actuar un mentor amb persones en situació de vulnerabilitat que comencen a treballar a l'empresa.
- Duració: Pot variar, des de sessions més curtes a programes més extensos.
- Metodologia: Sessions interactives, discussió de casos i simulacions.
- Responsables: Formadors responsables de la mentoria de la Fundació Adsis Barcelona.
- Termini: Es poden planificar les sessions segons les necessitats de l'empresa.

- Competències transversals

- Descripció: La formació en competències transversals permet ensenyar habilitats aplicables a diverses àrees. Ajuda a millorar l'adaptabilitat, resolució de problemes i eficàcia en diverses tasques.
- Objectiu: Millorar les habilitats professionals i personals dels treballadors/es per impulsar amb èxit el seu treball.
- Duració: Sessions de formació específiques per cada competència.
- Metodologia: Desenvolupament d'habilitats pràctiques, exercicis i simulacions.
- Responsables: Formadors amb experiència en el desenvolupament d'habilitats de la Fundació Adsis Barcelona.
- Termini: Es poden planificar les sessions segons les necessitats de l'empresa.

- Selecció talent inclusiu per tècnic de RH

- Descripció: La formació de talent inclusiu per les persones responsables de RH ajuda a identificar i atraure candidats diversos i talentosos. Aconseguir crear una plantilla diversa suposa molts beneficis per l'empresa.
- Objectiu: Capacitar els professionals de RH amb el procés de selecció inclusiva i no discriminatòria.
- Duració: Durada total de 5 h.
- Metodologia: Entrenaments i simulacions.
- Responsables: Formadors amb experiència de RH a la Fundació Adsis Barcelona.
- Termini: Es poden planificar les sessions segons les necessitats de l'empresa.

- Gestió de la diversitat d'equips flexibles

- Descripció: Si vols tenir una empresa diversa i inclusiva, és important la formació en gestió de la diversitat d'equips flexibles per liderar de forma correcta la plantilla de treballadors/es.
- Objectiu: Ajudar els líders a gestionar equips diversos i flexibles de manera efectiva,
- Duració: Durada total de 5 h.
- Metodologia: Entrenaments de lideratge divers, gestió de conflictes i simulacions.
- Responsables: Formadors amb experiència de RH i diversitat a la Fundació Adsis Barcelona.
- Termini: Es poden planificar les sessions segons les necessitats de l'empresa.

- Intel·ligència emocional

- Descripció: La intel·ligència emocional t'ajuda a comprendre, reconèixer i gestionar les pròpies emocions i les dels altres, també t'ajuda a millorar les relacions personals i la presa de decisions.
- Objectiu: Millorar la intel·ligència emocional dels treballadors/es per fomentar l'empatia i la millora de relacions interpersonals.
- Duració: Durada total de 5 h.
- Metodologia: Entrenaments de lideratge divers, gestió de conflictes i simulacions.

- Responsables: Formadors amb experiència de RH i diversitat a la Fundació Adsis Barcelona.
- Termini: Es poden planificar les sessions segons les necessitats de l'empresa.

6.2.7. Tallers de diversitat i inclusió

- Descripció: És molt important, que si l'empresa aposta per un canvi de polítiques i es dona més importància a la diversitat i inclusió, els treballadors/es coneguin els beneficis d'aquest canvi, entenguin el perquè i li donin suport.
- Objectiu: Facilitar tallers interactius per promoure la comprensió i l'acció de l'organització al voltant del canvi de polítiques apostant per la diversitat i inclusió.
- Mesures: Dissenyar tallers pels treballadors/es centrats a la diversitat cultural, generacional, de gènere, discapacitat, LGTBI i socioeconòmica.
- Responsables: Equip d'I-Talent.
- Termini: Es poden planificar les sessions segons les necessitats de l'empresa.

6.2.8. Gestió de subvencions i ajudes

- Descripció: Puntualment, surten subvencions i ajudes per empreses que tenen contractades persones en alguna situació especial, segons les variables d'edat, llarga durada d'atur, etc. No obstant això, no es faciliten el coneixement d'aquestes ajudes per part dels òrgans públics.
- Objectiu: Identificar i gestionar oportunitats de finançament, especialment relacionades amb la diversitat i inclusió.
- Mesures: Investigar i sol·licitar subvencions i ajudes disponibles per projectes de diversitat i inclusió.
- Responsables: Equip d'I-Talent i persones responsables de les subvencions d'Adsis Barcelona.
- Termini: Crear un calendari per la sol·licitud i gestió de les subvencions.

6.2.9. Atracció i selecció de talent inclusiu

- Descripció: I-Talent es diferencia de la resta de consultories socials gràcies a la seva xarxa de persones, la majoria joves, en situació de vulnerabilitat però amb les formacions adients per inserir-se al món laboral.

- Objectiu: Identificar i gestionar oportunitats de finançament, especialment relacionades amb la diversitat i inclusió.
- Mesures: Investigar i sol·licitar subvencions i ajudes disponibles per projectes de diversitat i inclusió.
- Responsables: Equip d'I-Talent i persones responsables de les subvencions d'Adsis Barcelona.
- Termini: Crear un calendari per la sol·licitud i gestió de les subvencions.

6.2.10. Mentoria i acompanyament

- Descripció: Poder donar suport als nous treballadors/es, incloent-hi les persones amb alguna diversitat, és molt important per l'adaptació i la millora de rendiment de les persones novingudes. No només importa tenir mentors formats, sinó tenir un programa complet d'acompanyament.
- Objectiu: Facilitar programes de mentoria pel desenvolupament i la inclusió de nous treballadors/es, siguin persones en situació de vulnerabilitat o amb qualsevol diversitat o no.
- Mesures: Formació inicial i disseny de programes detallats, amb un calendari marcat de sessions periòdiques per l'acompanyament requerit als mentors/es i segons el perfil de les persones acompanyades.
- Responsables: Equip d'I-Talent i mentors d'Adsis Barcelona.
- Termini: Programar calendari que es cregui necessari segons les necessitats l'empresa.

6.2.11. Avaluació de l'impacte social

- Descripció: Sens dubte, poder mesurar l'impacte social de les iniciatives és una de les parts més importants del projecte per les empreses. Sense saber si realment generes un impacte positiu a la societat i a l'empresa, els projectes perden el seu valor.
- Objectiu: Avaluar l'impacte de les iniciatives de diversitat i inclusió a l'empresa.
- Mesures: Establir indicadors d'impacte i dur a terme avaluacions periòdiques.
- Responsables: Equip d'I-Talent i la possibilitat de treballar amb Impact Hub o Ship2Be.
- Termini: Programar calendari que es cregui necessari segons les necessitats de l'empresa.

6.3. Preu

Una de les parts més complexes de tot l'estudi per la creació de la consultoria I-Talent era quantificar el valor dels serveis que es poden oferir. En aquest treball es presenta una forquilla de possibles preus que s'han calculat segons les següents variables:

- Anàlisi de Mercat: En els casos que ha sigut possible, s'ha analitzat com tarifen els serveis de consultoria social la competència que havíem analitzat prèviament i que podien oferir serveis semblants als de I-Talent. Així, es pot fer una idea dels preus mitjans de les altres empreses del sector.
- Despeses operatives: Segons les hores que pot suposar cada un dels serveis, la quantitat de treballadors a destinar-hi i les eines i recursos necessaris per dur-lo a terme.
- Valor agregat: Com s'ha explicat prèviament, I-Talent pot aportar un valor molt gran a les empreses. Segons el servei creiem que pot generar un impacte més positiu o menys a l'empresa i tenir més beneficis a llarg termini.
- Externalització: Amb la possibilitat d'externalitzar algun servei, com per exemple, el Pla de Diversitat o la Mesura d'Impacte, els preus també estaran subjectes al cost de contractació.

Aquestes forquilles de preus poden variar o es poden ajustar, segons la profunditat de l'estudi, les dimensions de l'empresa, cosa equivalent, a les dimensions de l'estudi, segons la personalització de l'anàlisi desitjada i la negociació adient segons la quantitat de serveis seleccionats.

Cal afegir, que des de I-Talent es vol tenir un tracte proper amb els clients i tenir una política de preus clara i transparent que es pugui comunicar a les empreses. Hi haurà un seguiment constant d'aquests valors per ajustar-los si és necessari i intentar ser sempre competitiu dins del mercat, quan la consultoria tingui més experiència, també es podrà optar per augmentar les tarifes.

Forquilla de preus pels serveis d'I-Talent:

- Anàlisi de la Situació actual (mapa i estudi):
 - Mínim: 800 €
 - Màxim: 2.500 €

- Enquesta de diversitat:
 - Mínim: 500 €
 - Màxim: 1.500 €

- Pla de diversitat, equitat i inclusió:
 - Mínim: 1.000 €
 - Màxim: 3.500 €

- Revisió de polítiques de RH:
 - Mínim: 600 €
 - Màxim: 2.000 €

- Accions de comunicació:
 - Mínim: 400 €
 - Màxim: 1.200 €

- Formacions:
 - Mínim: 600 €
 - Màxim: 2.000 €

- Tallers de Diversitat i inclusió:
 - Mínim: 800 €
 - Màxim: 2.500 €

- Gestió de subvencions i ajudes:
 - Mínim: 700 €
 - Màxim: 2.000 €

- Atracció i selecció de talent inclusiu:
 - Mínim: 800 €
 - Màxim: 2.500 €

- Mentoria i acompanyament:
 - Mínim: 600 €
 - Màxim: 2.000 €

- Avaluació impacte social:
 - Mínim: 900 €
 - Màxim: 3.000 €

6.4. Distribució

- Canals de distribució:
 - Atenció presencial: I-talent oferiria la possibilitat de trobades presencials a les oficines de Fundació Adsis Barcelona pels clients que prefereixin interacció cara a cara. També es disposaria a desplaçar-se, si així s'escau, a les oficines dels clients. Aquest tipus de reunions permeten una comunicació més personal, la possibilitat de conèixer els altres serveis que s'ofereixen a la Fundació i generar més confiança i alhora una major comprensió de les necessitats dels clients.

 - Atenció en línia: I-talent també proporcionaria la possibilitat de sessions virtuals a través de plataformes de videoconferència o amb sistema de trucada. Això permetria als clients d'accedir als diferents serveis de la consultoria sense dependre d'on es trobin geogràficament. També es rebria als clients a través del correu electrònic.

- Accés a recursos i materials:

I-talent crearia un nou espai dins del lloc web amb domini propi de Fundació Adsis. Proporcionaria als clients aquest accés i allà hi poden trobar els serveis, notícies, informes i eines relacionades amb els seus projectes socials. Així com, guies pràctiques sobre responsabilitat social empresarial, estudis de casos de projectes socials d'èxit, etc.

- Sistema de Gestió, suport i servei dels clients:

I-talent utilitzaria un sistema de gestió de clients personalitzat a una plataforma de compartir documents que permet als clients tenir accés a tots els seus projectes, objectius, informes socials, etc. Alhora, tots els clients tindrien assignat un consultor social referent que seria el punt de contacte, a través del

correu electrònic i telèfon de la persona de contacte es resoldrien preguntes i preocupacions.

- Feedback i avaluació continuada:
Després de cada projecte, I-talent faria un informe amb el feedback dels clients per millorar els seus serveis. Es faria a través d'enquestes i reunions de revisió.

6.5. Promoció

Per tal de promoure amb èxit, donar a conèixer els serveis de consultoria social d'I-talent de la Fundació Adsis Barcelona i posicionar-se al mercat, se seguirà una estratègia de promoció que inclou un seguit d'iniciatives per atraure a clients potencials i donar a conèixer la marca. Amb la col·laboració de les persones responsables de la comunicació d'Adsis Barcelona, es van estudiar diferents possibilitats i es va acabar apostant per la següent:

1. Estratègia de màrqueting inicial: "Welcome Pack" personalitzat

- Descripció: després d'haver fet una anàlisi exhaustiva de la segmentació de mercat, es decideix fer servir el "Welcome Pack" com a estratègia de màrqueting inicial principal. S'ha considerat que després de fer una selecció molt precisa de possibles clients potencials la forma més efectiva d'accedir-hi i amb més possibilitat de reacció és mitjançant aquesta acció. El "Welcome Pack" és personalitzat i inclou una presentació de I-talent en format escrit, productes d'EquiMercado⁸, la marca de comerç just de Fundació Adsis Barcelona, un codi QR que deriva al lloc web dels serveis de I-talent i també un audiovisual amb el testimoni de dues de les consultores de la Fundació.



Imatge 9: Exemple del format de caixa del "Welcome Pack".

⁸ Per conèixer la marca, en el següent enllaç: <https://equimercado.org/>

Aquesta estratègia de màrqueting constaria de dues parts. La primera, seria enviar el “Welcome Pack” a cinc empreses que ja s’ha tingut relació prèvia o que s’han posat en contacte amb la Fundació Adsis Barcelona i mostren un interès preexistent en els serveis de consultoria social. Aquestes empreses serien: Lidl, Lacoste, Robert Walters, Aigües Barcelona i Quadpack. Aquest primer pas serviria per avaluar les necessitats dels clients, validar els serveis, contrastar que les forquilles de preus són competitives i per generar comentaris i retroalimentació directa de les empreses. La segona fase de l’estratègia implica l’enviament del “Welcome Pack” a una vintena d’empreses, seleccionades a partir de l’anàlisi exhaustiva de la segmentació de mercat.

- Promoció: s’anuncia a xarxes socials l’acció a través de publicacions i s’inclouen testimonis de clients satisfets.

2. Estratègia a xarxes socials:

- Descripció: s’estableixen perfils actius a les xarxes socials com Instagram, Facebook, Twitter i sobretot LinkedIn, que és on se situa el principal públic objectiu. No obstant això, en el cas de LinkedIn, s’utilitzaria el perfil de Fundació Adsis amb més de 40.000 seguidors, però de moment no es podria aconseguir un perfil específic d’Adsis Barcelona ni de la consultoria I-Talent. Es crea una identitat visual acord amb la imatge corporativa de Fundació Adsis Barcelona, es personalitzen els perfils i es crea una programació de contingut.
- Promoció: es comparteixen publicacions d’actualitat social, com notícies i tendències relacionades amb diferents temes socials, inclusió, RSC i ODS, també històries d’èxit de clients que treballen amb I-talent, tutorials i guies relacionades amb la consultoria social, estadístiques i dades, es promocionen tots els esdeveniments o accions relacionades amb la promoció d’I-talent i també testimonis de clients satisfets que han experimentat els avantatges de serveis d’I-talent. A més, s’interactua de forma activa amb diferents professionals i empreses objectives a través de xarxes socials i es transmeten la missió, visió i valors d’I-talent i es genera contingut que incentiva a la participació activa com enquestes.

3. Esdeveniment corporatiu:

- Descripció: I-talent organitza un esdeveniment corporatiu al qual es conviden totes les empreses i organitzacions que puguin ser clients potencials i es deixa un marge per inscripcions lliures. L'esdeveniment tindria lloc a Barcelona a un espai cedit i s'inclouria xerrades i formacions sobre la inclusió social i la RSC, la presentació d'I-talent, actuacions musicals i s'acabaria amb un pisolabis per poder rebre feedback i generar possibles relacions. Posteriorment, s'intentarà acordar reunions amb les empreses que hagin estat més receptives.
- Promoció: utilitzant els perfils creats a xarxes socials, s'anunciarien les ponències, les xerrades i formacions i hi hauria un enllaç per la inscripció gratuïta. Es promou l'esdeveniment com una oportunitat única entorn de les qüestions socials i per fer xarxa amb altres professionals. També s'envia la invitació a totes les empreses i organitzacions seleccionades a través del correu electrònic.

6.6. Pressupost

1. Estratègia de màrqueting inicial: "Welcome Pack" personalitzat

Concepte	Unitats	€/U	TOTAL
Impressió i personalització Welcome Pack	25	10 €	250 €
Producte Equimerca ⁹	50	1 €	50 €
Altres (Enviament, materials promocionals, etc.)	25	12 €	300 €

Taula 33: Pressupost estratègia de màrqueting inicial.

Total estimat per a la primera fase: 600 €

⁹ El producte s'hauria de comprar a preu de cost, ja que la marca no és gestionada econòmicament pels responsables d'Adsis.

2. Estratègia a xarxes socials:

Concepte	Cost	TOTAL
Gestió de xarxes socials i creació de contingut	Ja cobert per les persones contractades de comunicació de Fundació Adsis Barcelona	0 €
Promoció a xarxes socials	50 €	50€

Taula 34: Pressupost estratègia xarxes socials.

Total estimat per als primers tres mesos: 50€

3. Esdeveniment corporatiu

Concepte	Cost	TOTAL
Lloguer espai	Es buscarà un espai que puguin cedir a la Fundació.	0 €
Material (Audiovisuals, materials promocionals, equip de so, etc.)	500 €	500 €
Càtering (de caràcter social)	1.000 €	1.000 €

Taula 35: Pressupost esdeveniment corporatiu.

Total estimat per a l'esdeveniment corporatiu: 1.500 €

TOTAL PRESSUPOST DE MÀRQUETING: 2.150 €

6.7. Calendari

Acció 1: Estratègia de Màrqueting Inicial: "Welcome Pack" personalitzat

Acció	Temps	Responsables	Objectius quantitius	Objectius qualitius
Validació de les cinc empreses	Setmana 1-2	Direcció, equip responsable I-talent	Validar les empreses objectiu	Garantir que les empreses seleccionades coincideixen amb els clients potencials
Disseny "Welcome Pack"	Setmana 1-2	Equip de comunicació i màrqueting	Fer un prototip del "Welcome Pack" personalitzat	Garantir que sigui funcional, atractiu i informatiu
Preparació i enviament del "Welcome Pack" a les cinc empreses	Setmana 3-6	Equip de comunicació i màrqueting i servei d'empresa extern	Preparar els "Welcome Pack" i realitzar l'enviament	Assegurar que arribi a les cinc empreses seleccionades
Feedback	Setmana 7-10	Equip I-talent i equip comunicació i màrqueting	Recollir comentaris i retroalimentació de les empreses	Avaluar la reacció i l'interès de les empreses en els serveis I-talent
Validació de les vint empreses	Setmana 11-12	Direcció, equip responsable I-talent	Validar les empreses objectiu	Garantir que les empreses seleccionades coincideixen amb els clients potencials
Preparació i enviament del "Welcome Pack" a les vint empreses	Setmana 13-16	Equip de comunicació i màrqueting i servei d'empresa extern	Preparar els "Welcome Pack" i realitzar l'enviament	Assegurar que arribi a les vint empreses seleccionades

Taula 36: Calendari estratègia de màrqueting inicial.

Acció 2: Estratègia a xarxes socials

Acció	Temps	Responsables	Objectius quantitativs	Objectius qualitativs
Establiment de perfils	Setmana 1	Equip de comunicació i màrqueting	Configurar perfil a xarxes	Assegurar que els perfils reflecteixin el propòsit d'I-talent
Personalització de perfils	Setmana 2	Equip de comunicació i màrqueting	Afegir informació corporativa i imatges	Garantir que els perfils generin interès al públic objectiu
Creació de calendari de contingut	Setmana 3-4	Equip de comunicació i màrqueting	Establir un calendari editorial amb contingut setmanal	Assegurar que el contingut sigui atractiu i rellevant pels seguidors
Compartir contingut	Setmana 5	Equip de comunicació i màrqueting	Iniciar la publicació de contingut a xarxes	Mesurar l'augment de seguidors i l'engagement
Interacció amb seguidors	Setmana 6-10	Equip de comunicació i màrqueting	Interactuar amb empreses potencials	Fomentar converses, debats i respostes amb els seguidors
Valoració engagement i seguidors	Setmana 20	Equip de comunicació i màrqueting	Analitzar els resultats de les accions	Mesurar els seguidors i l'engagement

Taula 37: Calendari estratègia xarxes socials.

Acció 3: Esdeveniment corporatiu

Acció	Temps	Responsables	Objectius quantitativs	Objectius qualitativs
Identificació d'empreses i professionals convidats	Setmana 10	Equip I-talent	Seleccionar un mínim de 50 empreses i professionals potencials	Identificar empreses alineades amb els valors i necessitats de l'esdeveniment

Definir la data i l'espai	Setmana 11	Equip comunicació i màrqueting	Confirmar la disponibilitat de l'espai cedit i la data	Assegurar que l'espai sigui adequat i assequible per l'acte
Programar ponències i formacions	Setmana 12-13	Equip I-talent	Planificar almenys tres ponències i una formació	Garantir que la formació sigui adient per l'esdeveniment i les ponències rellevants
Contractar artistes musicals i càtering	Setmana 14-16	Equip comunicació i màrqueting	Confirmar la disponibilitat dels artistes musicals i del càtering	Assegurar que els serveis segueixin els valors de l'esdeveniment
Dissenyar i enviar les invitacions per correu electrònic	Setmana 17	Equip de comunicació i màrqueting	Enviar invitacions personalitzades a les empreses seleccionades	Garantir els màxims assistents possibles
Crear promoció a les xarxes socials	Setmana 21-23	Equip de comunicació i màrqueting	Publicar 2-3 publicacions relacionades amb l'esdeveniment	Augmentar la visibilitat de l'esdeveniment
Realitzar l'esdeveniment	Setmana 23	Direcció, equip I-talent, equip de comunicació i màrqueting i tots els serveis contractats	Registre d'assistents i gestió de l'acte	Assegurar que l'esdeveniment es desenvolupi tal i com estava previst
Seguiment de feedback i relacions	Setmana 24	Equip I-talent	Recollir feedback dels assistents i iniciar converses	Avaluar la satisfacció i les oportunitats de col·laboració
Programar reunions amb empreses	Setmana 26	Equip I-talent	Programar un mínim de quinze reunions	Iniciar col·laboracions de negoci de manera efectiva

Taula 38: Calendari esdeveniment corporatiu.

7. Síntesi del treball

7.1. DAFO I-Talent

Un cop fet tota l'anàlisi de mercat, el pla de màrqueting i tots els passos necessaris per a la creació d'I-Talent, podem construir un petit resum del projecte en forma de DAFO.¹⁰

PUNTS FORTS:

- Després d'analitzar la competència, comprovem que no hi ha cap consultoria social que neixi d'una Fundació o Organització sense ànim de lucre, Adsis coneix el tercer sector des de fa més de cinquanta anys i sap com dur a terme projectes socials.
- Un dels punts més forts de la consultoria I-Talent, és que no té competència directa al mercat. Després de l'estudi fet, s'ha comprovat que la majoria de les consultories socials estant enfocades a millorar el tercer sector, no tenen les empreses com a clients objectius. Les que tenen projectes de diversitat amb empreses estan únicament centrades a persones amb diversitat funcional.
- La fundació Adsis estan presents a onze províncies de l'Estat i en total arriben a més de 54.000 persones en situació de vulnerabilitat, només a Barcelona més de 3.000 persones. Així doncs, té la capacitat d'arribar a moltes persones en situació de vulnerabilitat i ajudar-les amb la seva formació i inserció laboral.
- Gràcies a l'Escola de Noves Oportunitats reconeguda i subvencionada pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya (SOC) des d'Adsis es poden oferir formacions i la inserció laboral corresponent amb les capacitats adquirides.
- Dins l'equip d'Adsis hi ha tres persones amb experiència durant més de trenta anys en consultoria, especialitzades en gestió de talent inclusiu. I molts altres professionals del sector social que aporten els coneixements necessaris per dur a terme els projectes de la fundació.

¹⁰ Hi ha punts de la DAFO que ja s'han esmentat prèviament a l'apartat "3.3. DAFO Fundació Adsis Barcelona", però que també s'inclouen en la DAFO de la consultoria I-Talent. S'han afegit punts referents a tot l'estudi de mercat i pla de màrqueting que s'han dut a terme.

- Des de la fundació ja s'ha treballat amb empreses, pels projectes de DUAL, mentoria i formacions o xerrades puntuals i en tots els casos amb valoracions positives dels projectes i col·laboracions que s'ha fet. Per tant, ja tenen contacte amb empreses que poden ser possibles clients de la consultoria en un futur i cinc de les quals estan ajudant amb el desenvolupament de la consultoria.
- L'entitat treballa amb persones en situació de vulnerabilitat però perfectament vàlides per molts llocs de treball. Quan es parla de diversitat, molts cops es pensa en persones amb diversitat funcional, però no en persones que poden ocupar qualsevol lloc de treball simplement no han tingut les mateixes oportunitats educatives i laborals que la resta.
- Cada empresa que treballi amb I-Talent podrà demostrar que ajuda a complir vuit ODS des de la seva organització. Quatre directes que compliria cada empresa comprant serveis de la consultoria: Fi de la pobresa (ODS 1), Treball digne i creixement econòmic (ODS 8), Reducció de les desigualtats (ODS 10), Aliança pels objectius (ODS 17) i quatre més indirectament pel fet de treballar i col·laborar amb Adsis: Fam zero (ODS 2), Salut i benestar (ODS 3), Educació de qualitat (ODS 4), Igualtat de gènere (ODS 5).
- Treballar amb I-Talent també suposa el compliment d'una part dels requisits de B-Corp, que està començant a agafar força a Barcelona amb el projecte BCN + B. Concretament, et pot ajudar a complir els estàndards que es demanen en els temes de "Comunitat", "Governança" i "Treballadors".

OPORTUNITATS:

- Gràcies a desenvolupar formacions amb Passwork, els programes Incorpora de Fundació la Caixa, les FPO Duals, la Fundació Adsis té experiència i contactes en els sectors de: Cuina i sala, logística i magatzem, instal·ladors, comerç, fontaneria i clima, automoció-electromecànica de vehicles.
- Fent l'estudi de possibles clients, hem pogut veure que la gran majoria d'empreses tenen molt camí per recórrer en contractar persones en situació de vulnerabilitat. En altres temes, les empreses estan molt conscienciades, com la contractació de persones amb diversitat funcional, en canvi, la contractació de persones en situació de vulnerabilitat queda en un segon pla.

- El que sí que s'ha pogut veure fent l'estudi de mercat, és de l'augment de la conscienciació per part de les empreses, sobre la importància de la diversitat en els seus treballadors. On s'ha de continuar treballant, és en conèixer tots els tipus diversitat possibles i pensar també en les persones en situació de vulnerabilitat.
- Adsis té molt bona relació amb empreses concretes com: Lacoste, Robert Walters, Lidl, Dia, Quadpack, Norauto, Rodi Motor Services, Ikea, Aigües de Barcelona, el Clúster de Seguretat Contra Incendis, Mercabarna, etc. per haver treballat conjuntament abans.
- Ha arribat la informació a la Fundació Adsis que hi ha un projecte de llei per la contractació de persones en situació de vulnerabilitat, podria ser que fos obligatori a partir del 2024.
- Adsis ha pogut contrastar que hi ha empreses interessades a fer formacions als seus treballadors, ja sigui sobre diversitat, inclusió i equitat o altres temes com lideratges inclusius, mentoria o intel·ligència emocional.
- I-Talent té una bona oportunitat per fer un llançament de la consultoria potent amb el "Welcome Pack" i un acte presencial gràcies a l'estudi de possibles clients que s'ha fet. S'ha escollit empreses que compleixen els requisits concrets per poder tenir una molt bona rebuda de la consultoria per part de les empreses.
- I-Talent té la possibilitat d'unir forces amb la consultoria OBBIA, empresa que s'ha analitzat i treballen molt bé. Si des d'Adsis no hi ha suficient temps i personal per arribar a oferir tots els serveis, hi ha la possibilitat d'externalitzar-ne alguns, com l'estudi de diversitat, assegurant una qualitat més que suficient amb l'empresa que s'ha analitzat.
- Per garantir una qualitat en el servei de mesura d'impacte social, I-Talent ha analitzat les millors alternatives. Es considera fer-ho amb Ship2be o Impact Hub, ja que s'ha estudiat i són les dues consultories de mesura d'impacte que encaixen més amb la forma de treballar d'Adsis.

PUNTS DÈBILS:

- Una de les debilitats més grans de la consultoria I-Talent és el poc pressupost que hi pot destinar la Fundació per engegar el projecte. De fet, és un projecte que sorgeix per obtenir més beneficis per a l'entitat i d'entrada aquesta no hi pot fer una gran inversió.
- Diferents persones de la fundació poden sumar amb el projecte i encuidar-se d'algun servei o formació d'I-Talent, però Adsis no pot tenir un gran equip que se'n cuidi exclusivament de la consultoria. Per això potser s'haurà d'externalitzar algun servei i sumar entre diferents treballadors/es de l'entitat per tirar el projecte endavant.
- Adsis Barcelona i I-Talent no té lloc Web, ni LinkedIn propi, ambdues xarxes estan compartides amb la Fundació Adsis estatal. Des de Barcelona es controla Instagram, Twitter i Facebook, però s'ha de millorar aquesta comunicació per engegar el projecte de consultoria social i arribar més directe a les empreses.
- Des d'Adsis es poden mostrar casos passats d'èxit amb empreses, com les FPO Duals o projectes de mentoria, però al ser un projecte nou, amb serveis nous, no hi ha cap cas de la consultoria I-Talent amb empreses.

AMENACES

- Hi ha poca competència directa per I-Talent, de totes maneres, diverses consultories sí que estan duent a terme formacions sobre temes relacionats amb diversitat, inclusió, biaixos inconscients, etc. Per tant, s'hauran de saber diferenciar i oferir alguna cosa més a les formacions que és el servei amb més competència.
- Cada cop més, les empreses tenen el seu departament Social i de Sostenibilitat. Pot ser un punt positiu per contactar amb les empreses, o que moltes formacions i projectes es duguin a terme directament des del departament.
- És possible que hi hagi un augment de la competència tenint en compte que hi ha un interès creixent de les empreses per canviar dinàmiques internes i millorar la formació dels seus treballadors, és possible que hi hagi augment de la competència en el sector de consultoria social per empreses.

7.2. Implementació

Planificació d'implementació

	Objectius / Fases	Recursos	Responsables	Grups d'interès	Missatge	Canals	Tàctiques
FASE 0 (6-8 setmanes)	Anàlisi de la competència i proposta de valor	Accés a dades, eines informàtiques i personal	Equip d'I-Talent	Totes les empreses que siguin possible competència per la consultoria	Creant valor en un mercat competitiu	Investigació webs i dades de les empreses.	Preselecció d'empreses que siguin possible competència
							Elaboració base de dades de les empreses
							Quan conèixes la competència, creació de la proposta de valor, identifica què pots aportar al mercat i com diferenciar-te
FASE 1 (10-12 setmanes)	Creació del catàleg de serveis, identificació d'empreses clients objectius i creació de l'estratègia de màrqueting	Investigació i dades de les empreses, eines informàtiques i personal	Equip d'I-Talent i responsables de comunicació d'Adsis Barcelona	PÚBLIC 1: Empreses que ja s'ha treballat prèviament PÚBLIC 2: Empreses que no s'ha col·laborat mai	Catàleg, target i màrqueting: Unió estratègica per al creixement.	Investigació webs i dades de les empreses	Creació del catàleg de serveis a partir del coneixement de la competència, la proposta de valor que vols aportar i les necessitats que s'han detectat al mercat
							Selecció de 5 empreses fidelitzades que s'hagi treballat prèviament i preselecció d'empreses que poden ser clients potencials
							Creació de l'estratègia de màrqueting
FASE 2 (8-10 setmanes)	Valoració de la proposta inicial del projecte de consultoria i l'estratègia de màrqueting amb les empreses	Col·laboració de les empreses seleccionades i personal de la Fundació	Equip d'I-Talent	Selecció d'un grup de 5 empreses que s'hi hagi treballat prèviament	Avaluació crítica amb cinc empreses clau	E-mail, telèfon i presencial	Enviament mostra Welcome Pack a les empreses fidelitzades
							Seguiment de la recepció, concretar trobada amb les empreses per presentar els serveis de consultoria i fer el feedback corresponent
							Canviar o millorar els aspectes de la consultoria i de la proposta de Welcome Pack que es comentí amb les 5 empreses
FASE 3 (12-14 setmanes)	Enviament Welcome Pack, esdeveniment corporatiu i presència a xarxes	Fabricació Welcome Pack, eines informàtiques, espai per l'acte, material necessari per l'acte i personal (Explicat al punt 6.6. Pressupost)	Equip d'I-Talent i responsables de comunicació d'Adsis Barcelona	Les 25 empreses seleccionades com a possibles clients per l'inici del projecte	Primers passos: Welcome Pack, acte i xarxes.	E-mail, telèfon, missatgeria, xarxes socials i presencial	Fabricació del Welcome Pack i organització de l'acte presencial amb les empreses
							Enviament Welcome Pack, invitació a l'acte i inici a xarxes. Seguiment de la recepció i recordatori de l'acte
							Acte presencial amb les empreses per començar a generar relacions
FASE 4 (Segons els serveis contractats)	Tancament d'acords i procés de consultoria	Recursos i personal segons els serveis contractats (Explicat al punt 6.2. Serveis I-Talent)	Equip d'I-Talent i segons el servei contractat (Explicat al punt 6.2. Serveis I-Talent)	Les empreses que s'hagin interessat per contractar els serveis de la consultoria	Sumem per multiplicar talent	E-mail, telèfon, xarxes socials i presencial	Concretar visites, preparació del Ppt corresponent per la trobada i tancament d'acords si és possible
							Procés de consultoria amb les empreses
							Difusió per xarxes dels casos d'èxit de la consultoria
FASE 5 (10-12 setmanes)	Feedback qualitatiu, resultats de l'impacte social i propostes de millora	Mesures d'impacte, dades del procés de consultoria i personal	Equip d'I-Talent, personal de l'empresa client i persones especialitzades en mesures d'impacte	I-Talent i els clients de la consultoria	Retrobament i millores: llavors i camins per millorar	E-mail, telèfon, xarxes socials i presencial	Anàlitzar l'impacte generat amb els serveis de la consultoria I-Talent
							Concretar trobada amb les empreses clients i fer el feedback corresponent
							Canviar o millorar els aspectes de la consultoria que es creguin convenients

Taula 39: Planificació d'implementació.

8. Conclusions

En aquest Treball Final de Màster, s'ha estudiat a fons la iniciativa I-Talent de la Fundació Adsis Barcelona, un projecte innovador que vol proporcionar serveis de consultoria social, especialment en temes de diversitat, inclusió i equitat, a empreses i organitzacions. A través de l'anàlisi exhaustiva de diversos aspectes, s'ha arribat a diverses conclusions que poden servir com a guia per un futur a altres entitats que vulguin iniciar un projecte de consultoria social des de la seva organització i conclusions específiques de la situació d'Adsis i com afrontar el desenvolupament i la implementació d'aquesta iniciativa amb èxit.

En primer lloc, es va comprovar la problemàtica existent de les fundacions a l'Estat Espanyol, una realitat que posa de manifest la delicada situació de les fundacions que depenen en un 60% dels casos de les subvencions i donacions. Al llarg de l'anàlisi s'ha destacat la importància de poder diversificar les fonts de finançament per garantir la sostenibilitat a llarg termini de les organitzacions. Aquesta dependència excessiva presenta riscos importants, com la vulnerabilitat a canvis de les polítiques governamentals i el perill d'haver de deixar d'oferir serveis per la falta de finançament. Per tant, es recomana seguir el camí d'Adsis Barcelona i intentar buscar alternatives per diversificar els ingressos i poder tenir més llibertat econòmica. La realitat de cada fundació és diferent i s'ha d'aconseguir trobar la fórmula exacta i veure quins serveis o productes poden oferir de qualitat i que siguin necessaris al mercat. En el cas d'Adsis, tenint a la plantilla de treballadors/es, l'experiència de tres professionals amb més de trenta anys en el sector de la consultoria, amb el coneixement del tercer sector i les relacions que s'havia tingut amb empreses anteriorment, l'opció que es va valorar més adient va ser la de crear la Consultoria Social.

La Fundació Adsis Barcelona va detectar l'augment de la demanda d'empreses interessades a col·laborar amb projectes socials. La consultoria social, I-Talent, intenta donar resposta a aquesta demanda i millorar la situació actual de les empreses respecte a la inclusió i el talent divers, oferint inclusió laboral i un seguit de serveis com l'assessorament en polítiques de diversitat. La consultoria social és una eina valuosa per les empreses i organitzacions amb compromís envers la responsabilitat social corporativa. Es va apostar per la consultoria social, perquè la fundació tenia el coneixement i personal necessari per al desenvolupament d'aquest projecte i perquè amb aquest servei s'aconsegueix donar un valor positiu a la societat i es basa en valors ètics, transparència i altres característiques que es comparteixen amb Adsis. El que

està clar, és que les entitats del tercer sector no poden dependre exclusivament de donacions i subvencions, en el cas d'Adsis, amb aquesta iniciativa aconseguiran ampliar la seva missió i col·laborar amb empreses compromeses amb la responsabilitat social, així, promocionar el benestar social i la diversitat en el món laboral.

El primer punt pel desenvolupament de la consultoria, va ser analitzar la possible competència. Des d'Adsis es tenia molt clar quina proposta de valor volien oferir a les empreses, però per un projecte així era imprescindible conèixer les empreses competidores. Les conclusions que s'han tret un cop fet l'anàlisi, és que I-Talent és una proposta innovadora en el mercat i sense competència directa en els serveis que vol oferir. La fundació Adsis té l'oportunitat de diferenciar-se en aquest àmbit i donar un valor positiu a les empreses que actualment tenen complicat accedir-hi per la falta de coneixement del tercer sector. La majoria de les consultories socials existents estan centrades en la millora del tercer sector, dirigides a entitats i organitzacions o quan tracten amb les empreses es limiten a col·lectius específics com persones amb diversitat funcional, no s'ha trobat cap consultoria social adreçada a millorar la diversitat de les empreses amb el col·lectiu de persones en situació de vulnerabilitat. Un dels punts més diferencials que s'ha descobert d'I-Talent, és la seva naturalesa nova i única, una consultoria social adreçada a empreses que prové d'una fundació del tercer sector. Aquesta diferència envers la competència li proporciona a Adsis un avantatge estratègic, gràcies al gran coneixement del tercer sector i la xarxa que té de persones i relacions amb altres entitats, per abordar temes d'inclusió laboral i diversitat a empreses tradicionals, un públic objectiu amb unes necessitats que fins ara no han estat l'enfocament principal d'altres consultories socials. La conclusió principal de l'estudi de la competència és que I-Talent, pot oferir solucions innovadores i efectives per a empreses que vulguin millorar la seva diversitat i inclusió laboral amb persones en situació de vulnerabilitat. La seva visió d'inclusió i talent, així com el seu fort compromís amb la diversitat i equitat, poden convertir la consultoria en un actor destacat en aquest camp, una força positiva per la millora social i el canvi empresarial.

A continuació, destaquem els resultats de l'anàlisi del valor positiu concret que pot aportar I-Talent a les empreses, saber quins són els serveis més diferencials de la consultoria i quin valor afegit poden aportar a les empreses. L'objectiu d'I-Talent i on les empreses podran aconseguir més beneficis, és aconseguir que l'organització sigui un reflex de la societat, un reflex de la diversitat en la qual vivim. Si una empresa té una força laboral diversa, alhora, aconseguirà tenir més punts de vista i opinions, creant una millor presa de decisions i millor resolució de conflictes gràcies a la varietat

d'experiències i perspectives de les persones. Fent un bon estudi de diversitat de les empreses, es podrà veure el grau de diversitat i conscienciació, i a partir d'aquí, I-Talent té els coneixements necessaris i un llistat de serveis complet per millorar en els aspectes que sigui necessari. Adsis no només té les condicions perfectes per aconseguir atraure talent divers mitjançant processos de selecció inclusius, amb els seus serveis pot proporcionar mentoria pels nous treballadors/es, conscienciar a la plantilla i prevenir conflictes de discriminació o assetjament, millorar la cultura organitzacional amb un ambient de treball més divers, promoure lideratges inclusius a les organitzacions i millorar les polítiques de l'empresa.

Més enllà dels beneficis interns de cada organització, s'ha estudiat i conclòs que treballar amb I-Talent proporcionarà a les empreses un seguit de beneficis que podrà demostrar als diferents grups d'interès. Els dos aspectes més rellevants que s'han conclòs amb l'anàlisi portada a terme són, primerament, el compliment de vuit Objectius de Desenvolupament sostenible de les Nacions Unides, amplament acceptats i donats suports internacionalment: Fi de la pobresa (ODS 1), Treball digne i creixement econòmic (ODS 8), Reducció de les desigualtats (ODS 10), Aliança pels objectius (ODS 17) i quatre més indirectament pel fet de treballar i col·laborar amb Adsis: Fam zero (ODS 2), Salut i benestar (ODS 3), Educació de qualitat (ODS 4), Igualtat de gènere (ODS 5). I, en segon lloc, el compliment d'una part dels requisits per aconseguir el certificat B Corporation, que és un distintiu molt rellevant per les empreses, que reconeix que l'organització compleix uns estàndards socials i ambientals elevats.

Un cop conclusos tots els aspectes estudiats a través de l'estudi de mercat, amb la competència analitzada i la proposta de valor d'I-Talent molt clara i concreta, es va passar a seleccionar el públic objectiu i quina podia ser la millor forma de fer el llançament de la consultoria. Per qualsevol projecte nou, siguin serveis o la venda d'algun nou producte, és molt important saber a quin públic t'has de dirigir i quina és la millor forma d'arribar a aquest. Per obtenir uns bons resultats a l'hora de seleccionar els possibles clients, és important definir quins criteris han de complir les empreses. En el cas d'I-Talent es va concloure que els factors més rellevants eren, primerament, que les empreses formessin part d'algun dels sectors que Adsis forma a joves: hostaleria, logística i magatzem, comerç, electricitat, instal·lació, fontaneria i clima i automoció i electromecànica de vehicles. A part del sector, per la consultoria va ser important seleccionar empreses que tinguessin un perfil de treballador similar a les persones que acompanya la fundació, empreses que tinguessin una plantilla àmplia, que poguessin tenir les necessitats que ens havien fet arribar altres empreses prèviament i molt

important, que estiguessin conscienciades en temes socials. Amb aquestes directrius clares i una anàlisi exhaustiva del mercat es va obtenir un llistat de més de vint empreses que es va concloure que eren les més ben posicionades per comprar i beneficiar-se dels serveis d'I-Talent.

Amb la segmentació de mercat clara i una base sòlida de clients potencials, s'estudià quina era la millor forma per arribar a aquests clients i poder vendre la consultoria I-Talent. Després d'una anàlisi amb les persones de comunicació de l'entitat es va concloure que la millor opció era crear un "Welcome Pack" per les empreses. La selecció del "Welcome Pack" com a estratègia central per promoure els serveis de consultoria social es basen en la capacitat única per personalitzar el missatge i poder oferir una experiència tangible als clients potencials. D'aquesta manera, et permet adaptar els materials que hi inclou en les necessitats específiques de cada empresa i incloure contingut multimèdia a través d'un QR. L'altra acció important que es va considerar de l'estratègia de màrqueting, és l'acte presencial amb les empreses, una forma de tenir un primer contacte amb les empreses que s'hagin interessat i poder-les captivar en persona. En resum, es va concloure que la suma d'un "Welcome Pack" i un acte presencial, era la millor fórmula per arribar al públic objectiu i poder consolidar la presència d'I-Talent al mercat de la consultoria social de manera impactant i efectiva.

Al llarg de tot el treball, s'ha pogut dur a terme una anàlisi exhaustiva per l'inici de la consultoria, gràcies a això també podem concloure debilitats d'I-Talent i recomanacions per fer a l'equip d'Adsis. Un dels punts més febles per arrencar la consultoria és el tema de les xarxes socials, sí que és cert que des de la Fundació tenen perfil d'Instagram, Facebook i Twitter, no obstant això, la xarxa social més important pel món empresarial, LinkedIn, no poden tenir un perfil únicament de la Fundació Adsis Barcelona ni tampoc de la Consultoria I-Talent. Pel "Welcome Pack" i el primer contacte amb les empreses seleccionades no seria un problema, a mitjà termini, quan vulguis arribar a nous clients necessites tenir un perfil de LinkedIn de la consultoria d'igual forma que una pàgina web pròpia i no està en un apartat "amagat" dins de la web de la Fundació. Un altre punt dèbil de la consultoria, és la falta de pressupost i personal, això obliga a externalitzar alguns serveis per arrencar el projecte. La recomanació a l'entitat és clara, quan el projecte estigui en marxa i es pugui, s'hauria de contractar més personal des de l'entitat per poder gestionar tots els serveis autònomament i treure més rendibilitat del projecte. De totes maneres, amb l'estudi que s'ha dut a terme, s'ha pogut concloure i seleccionar les empreses més adients per dur a terme aquesta externalització, Ship2be o Impact Hub per la mesura d'impacte, empreses reconegudes en aquest camp per assegurar la

qualitat necessària en un dels serveis més importants de la consultoria i OBBIA, una empresa petita, però que treballen de forma molt professional, per dur a terme l'estudi de la diversitat, inclusió i equitat, si és necessari.

A llarg termini, les conclusions i recomanacions per la consultoria social d'Adsis, és replicar aquest model a les altres entitats de l'Estat Espanyol per aconseguir una expansió geogràfica que és viable en el model d'Adsis gràcies a la presència a 10 províncies més. És important aconseguir fidelitzar els clients, a partir de serveis de qualitat, com s'ha aconseguit fins al moment amb tots els projectes que s'han involucrat empreses i aconseguir consolidar la consultoria com una referent en el camp social. És molt crucial, que un cop fet el llançament definitiu, a partir del gener del 2024, Adsis sigui capaç de fer valoració de quins serveis funcionen millor i necessiten més les empreses i modificar, si és necessari, la cartera de serveis per adaptar-se als canvis del mercat i necessitats dels clients. L'estudi que s'ha fet a fons en aquest treball s'ha de mantenir a llarg termini i és imprescindible fer l'avaluació adient dels primers serveis de consultoria que es duguin a terme per poder millorar, que és la part que ha faltat analitzar en aquest treball, ja que el llançament definitiu de la consultoria encara no s'ha dut a terme. Actualment, està en el procés de validació per les cinc empreses seleccionades.

Amb l'estudi realitzat i el gran valor afegit que I-Talent pot aportar a les empreses, en comparació les altres consultories socials, pot establir una presència sòlida en el sector i generar un impacte durador en la promoció de la diversitat, la inclusió i la responsabilitat social corporativa en el món empresarial.

9. Bibliografies web¹¹

ADSIS. FUNDACIÓ ADSIS. [En línia]. [S.I.]: ADSIS, 2023.

<<https://www.fundacionadsis.org/ca>> [Consulta: juny-setembre 2023]

ADSIS. PASSWORK. [En línia]. [S.I.]: ADSIS, 2023.

<<https://www.projectepasswork.org/>> [Consulta: juny-setembre 2023]

INAEF, M. REY, L.I. ÁLVAREZ. EL SECTOR FUNDACIONAL ESPANYOL. [En línia].
[S.I.]: INAEF, 2011.

<https://www.fundaciones.org/EPORTAL_DOCS/GENERAL/AEF/DOC-cw4e1d396869ffb/Elsectorfundacionalespaol-Datosbsicos.pdf> [Consulta: setembre 2023]

AEF, S. SOSVILLA, G. RODRÍGUEZ, M.C. RAMOS. EL SECTOR FUNDACIONAL EN ESPAÑA: ATRIBUTOS FUNDAMENTALES (2008-2009). [En línia]. [S.I.]: INAEF, 2020.

<https://mcusercontent.com/eba9119dd3a45457d7227bd99/files/b964ef86-b52b-4373-ae8e-1f311925f874/Estudio_INAEF_2008_19.pdf> [Consulta: setembre 2023]

NACIONES UNIDAS. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE. [En línia]. [S.I.]:
Naciones Unidas, 2023.

<<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>> [Consulta: agost 2023]

NACIONES UNIDAS. INFORME DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO
SOSTENIBLE. [En línia]. [S.I.]: Naciones Unidas, 2023.

<https://unstats.un.org/sdgs/report/2023/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2023_Spanish.pdf> [Consulta: juliol 2023]

B LAB SPAIN. B CORP SPAIN. [En línia]. [S.I.]: B Corporate, 2023.

<<https://www.bcorpSpain.es/>> [Consulta: juliol 2023]

BCN + B. BARCELONA + B. [En línia]. [S.I.]: B Corporate, 2023.

<<https://www.barcelonamasb.org/>> [Consulta: juliol 2023]

¹¹ Les pàgines web de les empreses analitzades es poden trobar durant el treball. En aquest apartat hem inclòs les memòries anuals no financeres que s'han consultat.

- ILUNION. INFORME DE SOSTENIBILIDAD ILUNION 2022. [En línea]. [S.I.]: Ilunion, 2022.
<<https://www.ilunion.com/sites/default/files/publicaciones-archivos/iln-informe-sostenibilidad-2022.pdf>> [Consulta: agost 2023]
- ARAMARK. INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2021-2022. [En línea]. [S.I.]: Aramark, 2022.
<https://www.aramark.es/content/dam/aramark/es/pdfs/GRI_2022_Aramark.pdf> [Consulta: agost 2023]
- SERUNION. MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD Y EINF 2020-2021. [En línea]. [S.I.]: Serunion, 2021.
<https://www.serunion.es/sites/www.serunion.es/files/2022-04/SERUNION_Memoria_Sostenibilidad_2020_2021.pdf> [Consulta: agost 2023]
- PUIG. MEMORIA NO FINANCIERA 2021. [En línea]. [S.I.]: Puig S.L., 2021.
<https://www.puig.com/webroot/downloads/company/Puig_Memoria_No_Financiera_2021_ESP.pdf> [Consulta: agost 2023]
- FERRER. MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2021. [En línea]. [S.I.]: Ferrer, 2021.
<<https://memoria2021.ferrer.com/>> [Consulta: agost 2023]
- LEROY MERLIN. MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2021. [En línea]. [S.I.]: Leroy Merlin, 2021.
<https://corporativo.leroymerlin.es/documents/18962046/18962079/sobre_este_informe.pdf> [Consulta: agost 2023]
- AC MARCA. CARE FOR TOMORROW. [En línea]. [S.I.]: AC Marca, 2021.
<https://acmarca.com/wp-content/uploads/2023/06/ACMarca_Folder_Sostenibilidad_2022_ESP.pdf> [Consulta: agost 2023]
- ALMIRALL. ANEXO 1: ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA. [En línea]. [S.I.]: Almirall, 2021.
<<https://www.almirall.es/documents/4257831/5082657/ES%20-%20EINF%202021%20Almirall.pdf/23d70476-4d62-ff7a-3f6d-b1bfae93ec1e>> [Consulta: agost 2023]

CEMENTOS MOLINS. MEMORIA ANUAL 2020. [En línea]. [S.I.]: Cementos Molins, 2020.
<<https://sostenibilidad.cemolins.es/wp-content/uploads/2022/02/c-molins-sostenibilidad-2020.pdf>> [Consulta: agost 2023]

MANGO. NUESTRO CAMINO SOSTENIBLE. [En línea]. [S.I.]: Mango, 2023.
<<https://www.mangofashiongroup.com/nuestro-camino-sostenible>> [Consulta: agost 2023]

ISDIN. ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA. [En línea]. [S.I.]: Isdin, 2020.
<<https://www.isdin.com/pdf/Estado-Informacion-Financiera-2020.pdf>> [Consulta: agost 2023]

NESTLÉ. UNA EMPRESA TRANSPARENTE: INFORMES ANUALES DE NESTLÉ. [En línea]. [S.I.]: Nestlé, 2022.
<<https://empresa.nestle.es/ca/sobre-nestle/informe-anual>> [Consulta: agost 2023]

DANONE. ALGO TIENE QUE CAMBIAR. [En línea]. [S.I.]: Danone, 2021.
<https://www.algotienequecambiar.es/wp-content/uploads/2021/02/DANONE_Algo_tiene_que_cambiar.pdf> [Consulta: agost 2023]

BON PREU ESCLAT. MEMÒRIA ANUAL 2020. [En línea]. [S.I.]: Bon Preu Esclat, 2020.
<<https://www.bonpreuesclat.cat/documents/20182/1190542/Mem%C3%83%C2%B2ria+anual+2020+-+definitiva.pdf/bd40effb-2e97-01d2-0993-b9051113efed?t=1629185543225>> [Consulta: agost 2023]

COCA-COLA. JUNTOS MARCAMOS LA DIFERENCIA. [En línea]. [S.I.]: Coca-Cola, 2022.
<<https://www.cocacolaep.com/assets/Spain/Informe-Sostenibilidad-2022/Informe-Sostenibilidad-Coca-Cola-Espana-2022.pdf>> [Consulta: agost 2023]

ENINTER. CONOCE ENINTER. [En línea]. [S.I.]: Eninter, 2023.
<<https://www.eninter.com/conoce-eninter/>> [Consulta: agost 2023]

HOLALUZ. INFORME DE IMPACTO ESG DE HOLALUZ 2021. [En línea]. [S.l.]: Holaluz, 2021.

<https://corporate.holaluz.com/downloads/impact-reports/holaluz_informe_impacto_esg_22.pdf> [Consulta: agost 2023]

OTIS. MEMORIA ANUAL 2020. [En línea]. [S.l.]: Zardoya Otis, 2020.

<<https://www.otis.com/documents/256045/60104365/Informe+Anual+2020.pdf/6af2f398-67e0-47e4-8529-c02d72247f00?t=1624522945768>> [Consulta: agost 2023]

GONVARRI. MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2022. [En línea]. [S.l.]: Gonvarri, 2022.

<<https://www.gonvarri.com/wp-content/uploads/2023/04/Gonvarri-MEMORIA-DE-SOSTENIBILIDAD-2022.pdf>> [Consulta: agost 2023]

NORAUTO. INFORME DE ESTADO NO FINANCIERO. [En línea]. [S.l.]: Norauto, 2021.

<https://medias-norauto.fr/pdf/NORAUTO_Informe_No_Financiero_21.pdf> [Consulta: agost 2023]

DENSO. QUIÉNES SOMOS. [En línea]. [S.l.]: Denso, 2023.

<<https://www.denso.com/es/es/about-us/corporate-info/>> [Consulta: agost 2023]