

ALIANZA REGIONAL PARA LA ECONOMÍA GIG

KIT DE HERRAMIENTAS

Economía Gig...
Una nueva forma de
autoempleo o
una **nueva forma de
explotación?**

www.enteringthegigeconomy.eu



La dinámica del mercado laboral está cambiando rápidamente, impulsada por el progreso tecnológico y la globalización, y muchas organizaciones ya no ofrecen contratos fijos. Sin embargo, sorprendentemente, se sabe muy poco sobre las realidades del **“trabajo por encargo”**.

¿Es una nueva forma de autoempleo o una nueva forma de explotación?

Existe una creciente necesidad de reflexionar sobre cómo la sociedad debe enfocar estos cambios de una manera que proteja y eduque a los/las trabajadores/as.



www.enteringthegigeconomy.eu

ÍNDICE DE CONTENIDOS

01

INTRODUCCIÓN 4

La economía Gig 5

Kit de herramientas 6

02

QUÉ ES UNA ALIANZA REGIONAL 8

03

PASOS PARA LA CREACIÓN DE UNA ALIANZA 10

Definir la Zona de Impacto 12

La visión 13

Planificar una buena alianza 16

Participantes(stakeholders) 19

Plan de acción 20

Gestión de la alianza 21

04

MATERIAL DE APOYO 22

Alianza Regional - Buenas prácticas 23

Formación 23

Difusión de una campaña de aprendizaje 24

Recursos académicos 24



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. The author is solely responsible for this publication (communication) and the Commission accepts no responsibility for any use may be made of the information contained therein.

01

INTRODUCCIÓN



LA ECONOMÍA GIG

La **economía Gig** se está convirtiendo rápidamente en un hecho de la vida laboral cotidiana. La dinámica del mercado laboral está cambiando rápidamente, impulsada por el progreso tecnológico y la globalización, y muchas organizaciones ya no ofrecen contratos fijos.

Sin embargo, sorprendentemente, se sabe muy poco sobre las realidades del “trabajo por encargo”. ¿Es una nueva forma de autoempleo o una nueva forma de explotación? Existe una creciente necesidad de reflexionar sobre cómo la sociedad debe enfocar estos cambios de una manera que proteja y eduque a los/las trabajadores/as.

Al principio, el término “gig” (“bolo”) se utilizaba comúnmente para referirse a los músicos que tocaban donde podían, yendo de sitio en sitio y cobrando por actuación. La “Economía Gig” representa, hoy en día, un entorno en el que los puestos de trabajo temporales son comunes y las organizaciones contratan a trabajadores independientes para contratos cortos y esporádicos.

Sorprendentemente, se sabe poco sobre la realidad del “trabajo por proyectos o encargos”. Cada vez es más necesario reflexionar sobre cómo la sociedad afronta estos cambios de manera que proteja y eduque a los/las jóvenes y atienda las necesidades de todas las partes interesadas. Este Proyecto facilita el desarrollo de conocimientos sobre la emergente economía Gig para compartir, debatir y desarrollar métodos eficaces para abordar sus riesgos.

El siguiente vídeo describe la economía Gig



KIT DE HERRAMIENTAS

La economía Gig representa hoy en día un entorno en el que los puestos de trabajo temporales son comunes y las organizaciones contratan a trabajadores independientes para contratos cortos. Las personas, que trabajan como autónomas, venden su trabajo por encargo. En esencia, la economía Gig posee un margen de fluctuación muy amplio.

En un extremo, los/as trabajadores/as están mal pagados, tienen pocos derechos y no tienen seguridad financiera y, por tanto, seguridad. Sus vidas se califican como precarias.

En el otro extremo, se encuentran los “trabajadores por proyectos/encargo” y los autónomos (*freelancers*), que trabajan por cuenta y elección propia, y obtienen unos ingresos anuales más elevados que los que obtendrían si fueran empleados a por cuenta ajena a tiempo completo. Para algunas empresas, la introducción de especialistas *freelancers* les permite probar experiencias y, en última instancia, innovar; hay pruebas de que este proceso es un motor para la creación de puestos de trabajo a tiempo completo totalmente nuevos.

¿CUÁLES SON LOS EFECTOS A LARGO PLAZO PARA LAS PERSONAS Y LA SOCIEDAD EN GENERAL?

¿CÓMO PREPARAN LAS COMUNIDADES A SUS TRABAJADORES/AS Y JÓVENES PARA ESTA NUEVA REALIDAD?

La Comisión Europea ha establecido un consorcio de la UE formado por autoridades regionales, proveedores de educación, agencias de desarrollo empresarial y miembros de la sociedad civil para que examinen este fenómeno emergente e inicien el proceso de respuesta a las preguntas planteadas anteriormente.

El infográfico que se incluye identifica algunos de los problemas a los que se enfrentan las principales partes interesadas afectadas por la economía Gig: trabajadores/as, empresariado y Gobierno.



HAZ CLIC AQUÍ PARA DESCARGAR ENTRANDO EN LA ECONOMÍA GIG

ENTONCES, EN UNA REGIÓN, ¿CÓMO DEBEN COLABORAR LAS DIFERENTES PARTES AFECTADAS PARA COMPRENDER Y ABORDAR LA PROBLEMÁTICA QUE REPRESENTA LA ECONOMÍA GIG?

¿CÓMO COLABORAR EFICAZMENTE?

Una metodología probada y fiable es la de formar una Alianza Regional Integrada, una red de partes interesadas en la economía Gig para abordar la cuestión. Pero ¿cómo se hace esto en la práctica? El presente proyecto ofrece un conjunto de herramientas que pueden utilizar todas las partes interesadas.

Este conjunto de herramientas facilitará y estimulará a las organizaciones y personas afectadas por la economía Gig a cooperar y unir fuerzas para aumentar el impacto y crear un enfoque integrado para la consecución de los objetivos y resultados de la economía Gig. Para que esto funcione, es necesario que las partes interesadas de la región, como las autoridades locales y regionales, las personas con responsabilidad política, los centros educativos (universidades y EFP), las organizaciones juveniles, los espacios de co-working, los viveros de empresas, las cámaras de comercio, las organizaciones patronales, las organizaciones sectoriales, las asociaciones de autónomos/as, los/as trabajadores/as por cuenta propia, etc., se unan para abordar la cuestión de la economía Gig.

ESTE CONJUNTO DE HERRAMIENTAS COMPRENDE DIVERSOS RECURSOS

que orientan a las partes interesadas sobre las materias y competencias más necesarias para las personas que entran en el mercado laboral en el panorama digital actual, y para enfrentarse y cooperar eficazmente en el ámbito de la economía Gig a nivel regional.

Dicha caja de herramientas comprende **DOCUMENTOS Y RECURSOS** (PDFs, PowerPoints, vídeos, elementos interactivos) diseñados profesionalmente, *online* y **descargables**, para facilitar la adopción y realización de alianzas regionales en los países socios de este proyecto y, en última instancia, en otras regiones de Europa.

EXPLICACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS



02

QUÉ ES UNA ALIANZA REGIONAL



Las Alianzas Regionales están diseñadas como una colaboración entre las partes interesadas para formar un enfoque a propósito y colectivo para abordar problemas o cuestiones públicas a través de la creación de conocimiento compartido, diseño de soluciones innovadoras y la formación de un cambio como resultado. Unirá a todas las partes interesadas que se vean afectadas por los cambios que trae consigo la economía Gig; las propias personas -directamente afectadas por el mercado laboral de la economía Gig- pero también las entidades educativas, las autoridades locales y regionales, los responsables políticos, las organizaciones juveniles, los espacios de *co-working*, las organizaciones patronales, etc. Todos estos actores unirán sus fuerzas en las Alianzas Regionales Gig para conocer las implicaciones de esta modalidad de economía y crear estrategias y planes de acción regionales para abordarla de forma conjunta.

LAS SIGUIENTES PRESENTACIONES DEFINEN ALGUNOS DE LOS FACTORES DE ÉXITO EN LA FORMACIÓN DE UNA ALIANZA Y TAMBIÉN ENUMERAN DIFERENTES TIPOS DE ALIANZAS.



PUEDES ENCONTRAR MÁS INFORMACIÓN SOBRE ALIANZAS AQUÍ:



ENLACE
01

ENLACE
02

ENLACE
03

03

PASOS PARA LA CREACIÓN DE UNA ALIANZA



Una Alianza Regional es, en esencia, una “Colaboración Estratégica” que se define como un enfoque intencionado y colectivo para abordar problemas o cuestiones públicas mediante la creación de conocimientos compartidos, el diseño de soluciones innovadoras y la creación de un cambio consecuente. Cuando se utiliza estratégicamente, la colaboración produce impactos positivos, partes interesadas comprometidas con el cambio de políticas o programas, y una capacidad reforzada de individuos y organizaciones para trabajar juntos de forma eficaz.

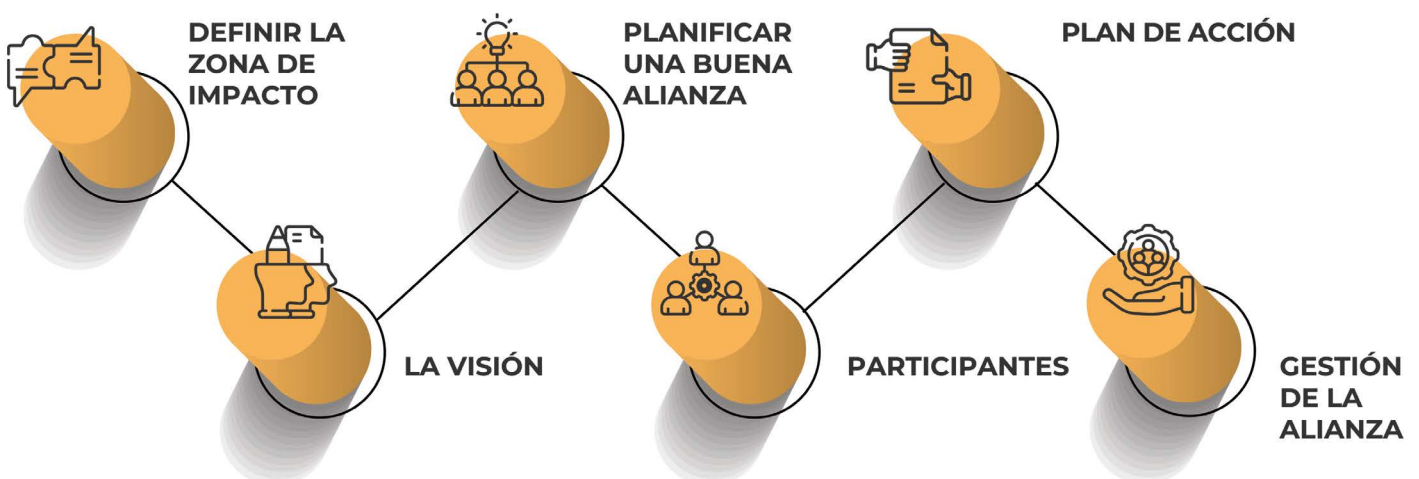
ENTONCES, ¿CÓMO SE HACE PARA FORMAR Y DIRIGIR UNA ALIANZA EFICAZ?

¿CÓMO PUEDE UNA ORGANIZACIÓN CREAR UNA ALIANZA?

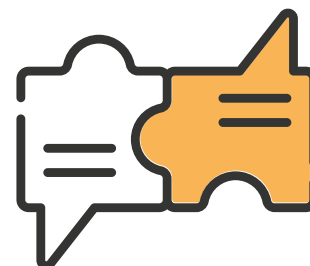
Es difícil de hacer, pero si se hace bien puede dar muchos frutos. Ofrecemos un conjunto de herramientas prácticas para que las partes afectadas por la economía Gig en una región establezcan una Red Regional integrada por *stakeholders* de la economía Gig. El kit de herramientas facilitará y estimulará a las organizaciones y a las personas a cooperar y unir fuerzas para aumentar el impacto y crear un enfoque integrado para el logro de los objetivos comunes.

El conjunto de herramientas comprende documentos y recursos online y descargables (PDFs, PowerPoints, vídeos, etc.) diseñados por profesionales para facilitar la adopción y realización de las alianzas regionales en los países asociados al proyecto y, en última instancia, en otras regiones de toda Europa.

Estos materiales descargables están diseñados para orientar la creación de una alianza eficaz. Guías de actuación, planes de acción, identificación de las partes interesadas, etc. Estos recursos han sido probados en la vida real y proceden de profesionales del sector, por lo que ofrecen información y recursos de gran utilidad para los gestores de alianzas. Hay mucho material de referencia, buenos ejemplos de alianzas exitosas, material de difusión y formativo, así como contenido académico sobre alianzas.



DEFINIR LA ZONA DE IMPACTO



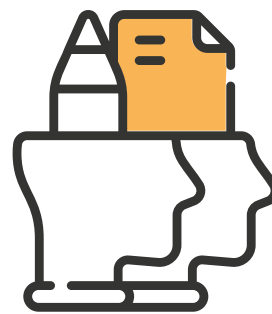
Es importante tener una idea clara del área de impacto en la que la alianza podría influir. De hecho, esto es menos una cuestión teórica que práctica.

PREGUNTAS ÚTILES PARA DEFINIR EL ALCANCE DE LA ZONA DE IMPACTO:

- 01** ¿En dónde está el problema de interés?
- 02** ¿En dónde se hallan las principales instituciones que pueden convertirse en miembros de la alianza?
- 03** ¿Quiénes son los actores relevantes y de dónde provienen?
- 04** Para el tema a estudiar, ¿es mejor definir una zona de impacto más estrecha o amplia? Esto es especialmente importante cuando se trata de difundir la idea del proyecto, ya que suele hacerse más fácilmente en redes (geográficas) estrechamente vinculadas
- 05** ¿Existen ya en la región actividades o redes que traten el tema principal de la alianza? Si es así, ¿es posible integrar la alianza en ellas o combinar acciones?
- 06** ¿Cuáles son las lagunas políticas en relación con la alianza y qué significa esto en su perspectiva de éxito?

LA VISIÓN

Nos comprometemos a crear una Alianza Regional Gig. Razón de ser: dar a conocer la economía Gig en esta región.



“ Reunir a los agentes clave de la región para trabajar juntos y **apoyar la formación de los trabajadores Gig: la economía Gig tiene ventajas e inconvenientes.** ”

¿QUIÉNES SON LOS AGENTES CLAVE EN TU REGIÓN?

¿CUÁLES SON LOS RETOS?

Reunir a todas las “esferas de actividad” para formar una **“Alianza Regional Gig”** en torno a un conjunto de objetivos compartidos. Estos objetivos compartidos se recogen en los **“Estatutos Gig”**, es decir, un conjunto de principios que todas las organizaciones se comprometen a cumplir:

- **“Estatutos Gig”** = Memorando de Entendimiento (MDE)
- La clave del éxito será el compromiso de esos agentes clave
- Debemos contar con la participación real de todos, la “palabrería” no sirve.
- Necesitaremos logros que sean tan convincentes que no se puedan rechazar

¿POR QUÉ?

Una visión convincente pero sencilla:

- La economía Gig es una parte importante de la economía de TU región
- Es necesario aclarar y destacar credenciales como líderes de buena fe en este espacio: “¿por qué nosotros?”
- Imprimátur de la Comisión Europea: dimensión transnacional. Nuestro trabajo podría influir en la política de la UE. “Tu organización y tu región podrían constituirse en ejemplos”.

¿QUIÉN?

- Integrar a responsables de la toma de decisiones, a representantes con responsabilidad política, a organismos gubernamentales pertinentes, a agentes financieros y empresariales y a líderes de opinión.
- Incluir “personas sin parangón”.
- Es importante contar con la participación política de alto nivel
- Identificar un “**cabecilla**” dentro de cada agente/organización
- Estos “cabecillas” deben ser los principales responsables de la toma de decisiones: personas capaces de acordar acciones que apoyen el proceso de transferencia de la innovación

QUÉ?

- Primero: una **Auditoría** Gig - para identificar barreras, deficiencias y objetivos - revisar, acordar acciones, plan de acción
- ¿Cuáles son las barreras culturales (si las hay)?
- Permitir que los agentes nos transmitan qué echan en falta, atendiendo a su interpretación de la economía Gig
- El “**Plan de Acción**”
- La “Alianza” de agentes clave, con la entidad que firmó los Estatutos en el centro, acuerda cómo se pondrán en práctica los compromisos a través de ese “Plan de Acción”.
- Políticas reales y pragmatismo – el Plan de Acción ha de ser realizable y transferible
- Partimos de que la economía Gig debe tener un tamaño adecuado y estar en consonancia con su entorno:
 - ¿qué se puede conseguir?
- Todos los firmantes de los Estatutos Gig se comprometen a **introducir trabajadores/as Gig** (*giggers*) en sus organizaciones:
 - ¿qué se puede hacer?
- Todo ello puede proporcionarnos un modelo para guiar el programa de formación de las pyme y formar parte del entorno laboral y social.
- La atención se centra en la puesta en marcha de “**microiniciativas**” que, en conjunto, pueden suponer una gran diferencia para los trabajadores/as GIGs, las EES y la propia región, en general.
- Iniciativas prácticas que benefician tanto a los Giggers como a las empresas



EN RESUMEN

- **Establecer** la Alianza
- **Trazar un mapa** de barreras institucionales y de otro tipo, como primer paso (auditoría).
- A continuación, insistir en la adopción de los **Estatutos Gig**, que comprometa a cada agente involucrado, a través de un “cabecilla”, a:
- realizar **acciones** (Plan de Acción) que, aunque **sean pequeñas por separado** se suman al total de conocimientos de la alianza regional.



PULSA
DESCARGAR

PLANIFICAR UNA ALIANZA GIG



El establecimiento de una Alianza Regional Gig es un proceso a largo plazo que requiere un alto compromiso de todas las partes interesadas, así como una excelente gestión del proyecto. Por ello, es necesaria una buena planificación para sentar las bases de una alianza exitosa.

ESTA PLANIFICACIÓN INCLUYE

01

PLAN DE GESTIÓN DE PROYECTO, QUE MUESTRE CUÁNTO TIEMPO SE NECESITARÁ PARA CREAR LA ALIANZA INTERREGIONAL Y QUÉ HITOS DEBEN ALCANZARSE EN EL CAMINO (CALENDARIO)

Un plan de gestión para todo el proyecto es imprescindible. No sólo ayuda a hacerse una idea precisa de cuánto tiempo se tardará en terminar cada paso del proyecto también será útil para calcular las necesidades financieras y distribuir las tareas dentro del equipo del proyecto. Aparte de eso, también muestra a los socios potenciales hasta qué punto se pueden esperar resultados del proyecto y subraya su seriedad. Un plan de gestión de proyectos bien elaborado puede ser un elemento de peso para convencer a los posibles interesados de que se impliquen activamente en la alianza.

También es importante configurar el plan de gestión del proyecto en función de los acontecimientos que pueden determinar el éxito del proyecto. Esto significa, por ejemplo, que, si se necesita financiación para apoyar económicamente la creación de una alianza, el plan de gestión del proyecto debe tener en cuenta los ciclos de financiación. Si el proyecto depende de la financiación, pero no se puede acceder a ella en ese momento, no se iniciará. Esto puede ahuyentar a posibles partes interesadas y a regiones asociadas, lo que pondría en peligro todo el proyecto. Lo mismo ocurre con la agenda política. Tiene más sentido elegir un ámbito político en el que actuar que ya ocupe un lugar destacado en la agenda política (regional), ya que así es mucho más probable recibir apoyo financiero. Por supuesto, esto no significa que no deban elegirse temas ajenos a la agenda política, sobre todo cuando la alianza está lo suficientemente consolidada como para convertirse ella misma en una entidad que establece la agenda. Sin embargo, es importante ser consciente de las consecuencias que conlleva tratar asuntos que no forman parte de la agenda política de una región, por ejemplo, recibir apoyo financiero y encontrar socios puede resultar mucho más complicado.



02

IDEA DETALLADA DEL PRESUPUESTO NECESARIO (PLAN FINANCIERO)

Está claro que el objetivo debe ser conseguir lo máximo con el mínimo dinero disponible en cualquier tipo de proyecto. Dado que el establecimiento de una alianza requiere recursos humanos y otros muchos, es fundamental tener una idea de la cantidad de dinero que se necesita para realizar el proyecto. Por ello, un plan financiero detallado es un elemento obligatorio que puede determinar el resultado del proyecto. En muchas regiones europeas hay una gran cantidad de oportunidades de financiación, ya sea a nivel local, regional, federal o incluso de la UE. Por lo tanto, mantenerse informado sobre estas oportunidades de financiación, las condiciones que hay que cumplir para optar a ellas, los plazos, etc., es de gran importancia para la financiación del proyecto. Si no hay financiación disponible, también es posible reunir apoyo financiero dentro de la alianza intrarregional. Sin embargo, primero hay que crear esta alianza. Además, siempre será más difícil convencer a las posibles partes interesadas y a los socios si, además de su tiempo, tienen que contribuir económicamente al proyecto.

03

SELECCIÓN DE UN BUEN EQUIPO, CON EL COMPROMISO Y LA TENACIDAD NECESARIAS PARA QUE EL PROYECTO SEA UN ÉXITO (EQUIPO)

La selección de un buen equipo es quizá la parte más importante del proceso de planificación. Por lo tanto, hay que considerar cuidadosamente cuántas personas y qué tipo de cualificaciones (incluidas las habilidades sociales) se necesitan para establecer la alianza. Por último, pero no por ello menos importante, se necesitan buenas aptitudes interculturales para poder cooperar con socios de diferentes orígenes culturales.

04

ANÁLISIS DE POSIBLES OBSTÁCULOS QUE IMPEDIRÍAN EL ESTABLECIMIENTO DE LA ALIANZA (OBSTÁCULOS)

Ningún proyecto se realiza sin problemas. Por ello, dedicar un tiempo a pensar en los posibles obstáculos que pueden dificultar el establecimiento de la alianza es ya el primer paso para evitarlos. Sin embargo, no todo puede preverse y pensarse de antemano, por ejemplo, los problemas derivados de las diferencias culturales o los desconcertantes procesos burocráticos. No obstante, una buena preparación acelerará sin duda la creación de la alianza, evitando muchos problemas ya de antemano.

Sin embargo, si surgen conflictos entre los socios, hay que encontrar rápidamente la forma de resolverlos. Por lo general, los malentendidos debidos a los diferentes métodos de trabajo, las diferencias culturales, etc. son la principal causa de cualquier conflicto. Para resolver estos conflictos puede ser muy útil la “designación” de un moderador. Normalmente, el socio principal de un proyecto es perfecto para actuar como moderador. Por lo tanto, todos los demás deben tener claro quién asume esta responsabilidad dentro de la alianza. De hecho, todos deben saber que existe la figura del moderador, con el que se puede contactar para cualquier tipo de problema en cualquier momento.

Por otro lado, el moderador debe tener claro que debe adoptar un punto de vista neutral ante todas las partes del conflicto. Es importante señalar que la comunicación transparente con cada una de las partes es imprescindible para resolver cualquier tipo de problema. Además, corresponde al moderador identificar la razón principal del conflicto y reunir a las partes para discutir y resolver sus problemas. Por lo general, los obstáculos pueden resolverse más fácilmente de lo esperado, una vez que las partes intercambian sus puntos de vista. Sin embargo, el moderador también puede hacer sugerencias para resolver el conflicto en cuestión, si las partes no son capaces de identificar soluciones adecuadas por sí mismas.



PARTICIPANTES (STAKEHOLDERS)



¿QUÉ ES UNA PARTE INTERESADA (STAKEHOLDER)?

Cada región tiene su propio ecosistema empresarial, cultural, social y educativo. Por lo tanto, hay que entender bien el funcionamiento de este ecosistema e identificar a sus actores clave. Estos actores (personas u organizaciones) que tienen interés en participar en una alianza regional para comprender la economía Gig se consideran “partes interesadas” potenciales. Se convertirán en socios valiosos si apoyan activamente la creación de la alianza regional. Estas partes interesadas, o *stakeholders*, suelen agruparse en las siguientes categorías: públicas, políticas nacionales, educativas, comerciales/privadas, organizaciones no gubernamentales (ONG) / sociedad civil, trabajadores y consumidores.

¿QUÉ CARACTERÍSTICAS DE LOS STAKEHOLDERS SE ANALIZAN?

Se analizan características como el conocimiento del área de interés, los intereses relacionados con el desempleo juvenil, la participación en iniciativas y asociaciones existentes, las posibles alianzas con otras partes interesadas y la capacidad de contribuir positivamente al establecimiento de la alianza (a través de su poder y liderazgo).

¿POR QUÉ ES ÚTIL ESTE ANÁLISIS?

Conocer a los agentes clave, así como estar al tanto de sus conocimientos, intereses, posiciones, actividades de asociacionismo e importancia en relación con el ámbito político, permite a los gestores de la alianza interactuar más eficazmente con los principales interesados y aumentar el apoyo a una determinada iniciativa o alianza. Al llevar a cabo este análisis antes del establecimiento real de la alianza, los gestores pueden detectar y actuar para evitar posibles malentendidos y/u oposición a la creación de la alianza. Una alianza se establecerá con éxito si se realiza un análisis de los *stakeholders* y se usan otras herramientas clave, para acompañar su construcción.

PLAN DE ACCIÓN



LA ALIANZA GIG REÚNE: PYME, ENTIDADES DE ENSEÑANZA SUPERIOR (EES), PROVEEDORES DE EDUCACIÓN Y FORMACIÓN PROFESIONAL (EFP) Y ORGANIZACIONES EMPRESARIALES

LA ALIANZA GIG ABORDARÁ TRES TEMAS:

CADA TEMA SE EXPLORA MEDIANTE UN "MAPA MENTAL" PARA IDENTIFICAR:

- Desarrollar un Plan de Acción con acciones de colaboración para
- Aumentar la concienciación sobre la economía Gig
- Educar a los/as trabajadores/as de Gig
- ¿Cómo desarrollar una mentalidad innovadora en más empresas?
- ¿Cómo monetizar la I+D?
- ¿Cómo conseguir una mayor colaboración entre las EES y las pyme?
- Cuestiones subyacentes al problema identificado y desafíos específicos
- Iniciativas actuales que tratan de abordar estos problemas/desafíos y
- Nuevas ideas para afrontar esos retos.
- De la consulta a los *stakeholders* surgen siete ACCIONES CLAVE que deben desarrollarse en un plan de acción.

PLAN DE ACCIÓN
"PRÁCTICO"



GESTIÓN DE LA ALIANZA



- Redactar un acuerdo formal:
- Quién hace qué y para qué
- Acordar objetivos
- Registrar todo el trabajo
- Medir los avances con respecto a los objetivos
- Acordar un calendario de comunicación regular
- Buscar un tercero de confianza mutua que actúe como mentor/intermediario justo.



PULSA
DESCARGAR

04

MATERIAL DE APOYO



El conjunto de herramientas es parte integrante del proyecto de sensibilización sobre la economía Gig en general. Para aquellos municipios, grupos, educadores, etc. que quieran profundizar en el conocimiento de la economía Gig y en cómo está cambiando el mundo del trabajo, hay una gran cantidad de información y herramientas disponibles.

ALIANZA REGIONAL - BUENAS PRÁCTICAS

El desarrollo y la gestión de una Alianza Regional eficaz es una tarea desalentadora para quienes se plantean por primera vez este tipo de iniciativas. Sin embargo, hay muchos buenos ejemplos disponibles en toda Europa y en el mundo. Una búsqueda exhaustiva en Internet con los términos "Regional" y "Alianza" proporcionará una gran cantidad de buenas prácticas. Algunos de los principales ejemplos están disponibles en ...

[ENLACE 1](#) [ENLACE 2](#) [ENLACE 3](#)

FORMACIÓN

El programa de formación Gig se ha desarrollado pensando en quienes empiezan a trabajar y en quienes se hallan en dificultades en el mercado laboral, especialmente los que se enfrentan a la marginalidad. Contiene materiales que garantizan la adquisición de conocimientos y competencias adecuadas para hacer entender los puntos fuertes, oportunidades, puntos débiles y amenazas a las que se enfrentan al entrar en la economía Gig. El programa de formación es mixto, e incluye formación presencial y un entorno online que permite acceder al contenido al ritmo de cada persona. El programa de formación incluye:

- Definición de la economía Gig, incluyendo pros y contras.
- Casos de empresas activas en la economía Gig (Uber, Airbnb o Deliveroo).
- Entrar en el mercado laboral: opciones a considerar y sus implicaciones legales (empleo a tiempo completo, contrato de cero horas, autónomo, empresario individual, emprendedor, una combinación de los anteriores, etc.).
- Entender los puntos débiles y evitar el riesgo de la economía Gig: ¿Cómo detectar una explotación encubierta?
- Entender los puntos fuertes y aprovechar las oportunidades de la economía Gig: ¿cómo presentarse?
- Habilidades y competencias en la economía Gig, por ejemplo, sentido de la responsabilidad, capacidad para establecer contactos, mentalidad empresarial y actitud proactiva. Desarrollar un plan de empleo propio como trabajador autónomo (plan de negocio para trabajadores autónomos).





DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA DE APRENDIZAJE

Un elemento clave es la difusión de una **[campaña de sensibilización](#)** para educar al público en general sobre la economía Gig. Se ha desarrollado una campaña de aprendizaje, *online* y *offline*, dirigida a entidades educativas (centros de EFP y universidades), oficinas de empleo y empresa, organizaciones juveniles, autoridades locales y regionales, responsables políticos (partidos políticos locales), espacios de *co-working*, incubadoras, cámaras de comercio, organizaciones empresariales, organizaciones sectoriales, organizaciones de autónomos, trabajadores por cuenta propia, etc., con el fin de aumentar conocimientos e intercambiar información sobre la economía Gig y su efecto sobre los principiantes en el mercado laboral.

Esta campaña de aprendizaje se apoya en herramientas como un vídeo de difusión, un vídeo de animación, folletos y presentaciones en PowerPoint dirigidas a diferentes tipos de interesados. El objetivo es informar a todas las partes que se ven afectadas por la economía Gig y activarlas para preparar y alinear **[estrategias](#)**.



RECURSOS ACADÉMICOS

Las Alianzas Regionales son objeto de una amplia investigación académica. Está fuera del alcance de este documento enumerar todas las investigaciones que se están llevando a cabo actualmente. **[Aquí](#)** se enumeran algunos trabajos de investigación, pero, desde el Proyecto Gig Economy, recomendamos utilizar las principales bases académicas (JSTOR, EBSCO, etc.)



“ Es hora de preparar a personas y comunidades para las oportunidades y amenazas de la economía Gig ”



ENTIDADES SOCIAS DEL PROYECTO

El consorcio GIG está formado por 8 socios complementarios de Irlanda, Países Bajos, España e Italia que trabajan en el ámbito de la educación y la formación profesional o en la elaboración y ejecución de políticas educativas y de empleo regionales, todos con orientación de cooperación regional e internacional.

Sigue nuestro Proyecto en ...



www.enteringthegigeconomy.eu

