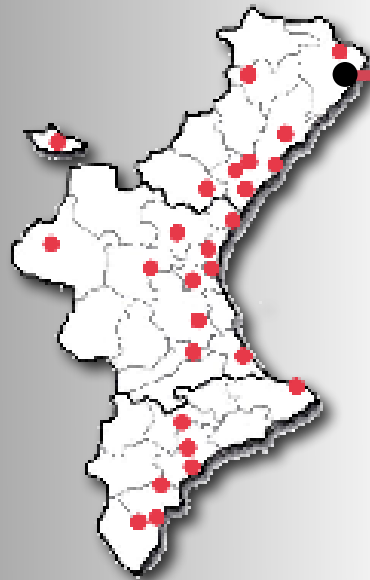


PACTE TERRITORIAL PER L'OCUPACIÓ  
MAESTRAT LITORAL



PACTE TERRITORIAL PER L'OCUPACIÓ  
MAESTRAT LITORAL

Fecha de constitución:  
Año 2016

Entidades adheridas:

Ayuntamientos de:  
Benicarló.  
Vinaròs.  
Peñíscola.  
Càlig.  
Alcalà de Xivert.  
Santa Magdalena de Púlpis.  
Sant Jordi.  
Sant Rafael del Riu.

www.



## PACTE TERRITORIAL PER L'OCUPACIÓ MAESTRAT LITORAL

PACTE TERRITORIAL  
PER L'OCUPACIÓ  
MAESTRAT LITORAL



### 1. PROFESIONALES DE CONTACTO:

**Responsable técnico:** M<sup>a</sup> Jesús Miralles, Cinta Pellicer.

**Cargo:** AEDLs Ayuntamientos de Vinaròs y Benicarló.

**Email:** aedl@vinaros.es, aodl@ajuntamentdebenicarlo.org.

**Teléfono:** 964 40 77 00, 964 82 50 13.

Equipo de 8 técnicos:

- Enrique Orero Oms, Coordinador.
- Josep Llorach Ayoro, Administrativo.
- Àngels Blanch Meseguer, Prospectora.
- Yoel Ricardo Martínez, Orientador laboral.
- Sonia Agramunt Tabarki, Orientadora laboral.
- Cristina Armengol Chau, Docente.
- Joan Furió Añón, Docente.
- Juan Manuel Gonzalvo Mancillar, Community Manager.

#### 4. PROYECTOS EXPERIMENTALES 2016/2017

El trabajo de OBSEDI MAESTRAT LITORAL 2017 se basa en las actuaciones propuestas en el proyecto tractor del Observatorio para el Seguimiento y la Dinamización del mercado de trabajo (OBSEDI MAESTRAT LITORAL) que emanan del documento DIAGNÓSTICO TERRITORIAL PARA EL EMPLEO DEL MAESTRAT LITORAL

Presupuesto: 234.166 €

##### Línea de actuación 1: dinamización territorial

Aprovechar como OPORTUNIDAD la configuración del "Pacte Territorial Maestrat Litoral" como elemento estratégico de coordinación (entidad coordinadora), para:

- 1.- Coordinar y propiciar una formación adecuada para las empresas que pueda crear empleo, así como la facilitación de otros servicios que necesiten. Utilizando todos los recursos que en la actualidad existen más los que se consideren según las necesidades.
- 2.- Favorecer y coordinar la elaboración y puesta en marcha de un Plan Estratégico Comarcal de activación económica y social. Pieza clave para la optimización de recursos y políticas tanto de activación empresarial como empleo.
- 3.- Liderar la posibilidad de comunicación y cooperación entre empresas (grandes empresas, pymes y autónomos) e instituciones públicas (organismos públicos locales, provinciales y autonómicos) De forma proactiva será muy positivo aglutinar sinergias y vías de colaboración en todos los ámbitos.

##### Línea de trabajo 3, observatorio permanente de las necesidades de formación y las políticas activas de empleo:

- 1.- Realizar acciones de prospección en las empresas para determinar las necesidades específicas de las empresas. Se cita a modo de ejemplo de buena práctica el ejemplo del Centro SERVEF de Benicarló.
- 2.- Promover acciones de cooperación entre empresas.
- 3- Identificar necesidades de políticas activas de empleo ajustadas a necesidades tejido productivo.
- 4- Planificación conjunta de estas políticas y las actuaciones que las desarrollan.
- 5- Creación de canales adecuados para transmitir orientación sobre mapa de recursos para la inclusión laboral, el empleo y la formación dirigido a personas en busca de empleo.

##### Línea de trabajo 4, plan comarcal para la estabilidad en el empleo:

Puesta en marcha de un Plan Comarcal para la estabilidad en el empleo que incluya actuaciones en:

- Políticas activas para la continuidad laboral, en especial para trabajadores/as vulnerables.
- Programa de apoyo a la calidad en el trabajo (incluyendo medidas de promoción y difusión de buenas prácticas en el territorio).
- Servicios de asesoramiento.
- Mesa comarcal, con la participación de todos los agentes implicados, incluyendo la Inspección de Trabajo.

De estas líneas de actuación, desde los técnicos del pacto, se fijaron unos **objetivos** para esta fase OBSEDI 2017:

- Desarrollo e implementación del sitio WEB
- Prospección de tejido económico
- Intermediación laboral
- Acciones formativas en alfabetización digital
- Acciones formativas en competencias clave
- Difusión on-line y off- line del Pacto Territorial y de sus actuaciones
- Coordinación con los municipios del Pacto Territorial para la promoción y difusión de los resultados del programa.

### Orientación

En el marco del proyecto TRACTOR para el observatorio de seguimiento y dinamización del mercado de trabajo (OBSEDI MAESTRAT LITORAL), la función de los orientadores laborales se basa en la ejecución del Plan de Mejora de la Empleabilidad, dirigida a mejorar el acceso a la ocupación de las personas que participan en el Plan de Capacitación y Formación (prioritariamente) y otros colectivos con especiales dificultades a través de las siguientes actuaciones:

- Acciones de capacitación en habilidades.
- Creación de instrumentos para la mejora de la empleabilidad.
- Coordinación de recursos territoriales para la inclusión laboral.
- Acompañamiento y apoyo para la búsqueda de empleo, en particular con aquellas personas de colectivos desfavorecidos.
- Fomento del trabajador autónomo y emprendimiento.

Para la realización de estas actuaciones, se han trazado los siguientes objetivos,

1. Definir procesos de orientación laboral  
Se ha llevado a cabo un servicio de orientación laboral personalizado, propuesto a todos los municipios del pacto.

2, Diseño de talleres de Orientación:

- Taller de preparación de entrevista.
- Taller de búsqueda activa de empleo.
- Taller de trabajo en equipo.

3. Orientación laboral dentro de la empresa

4, Apoyo a los municipios

### Conclusiones

Como resultado del trabajo realizado en estos tres meses en la orientación, hemos extraído las siguientes **conclusiones**:

1. Necesidad de un sistema simplificado del proceso en la Agencia de colocación: centralizar el proceso en un solo sitio, simplificar los modelos de inscripción y actualizarlos respetando el lenguaje no discriminatorio, la igualdad de

género y el derecho a la intimidad de las personas. En cuanto a las ofertas de empleo, creemos que se deben actualizar periódicamente a modo que sean más accesibles a los usuarios.

2. Creemos necesario crear una herramienta coordinada de gestión de oferta y demanda de empleo entre las poblaciones del Pacto territorial.

3. Necesidad de mayor difusión y seguimiento de las ofertas de empleo. Hacer seguimiento de las ofertas con las empresas que las proporcionan, comprobar el estado de éstas, ajustar los perfiles a la oferta, eliminar de las páginas webs las ofertas cerradas para que las que estén abiertas se puedan visualizar con facilidad.

4. Profundizar y analizar el perfil solicitado en las ofertas de empleo. Recabar más información sobre las empresas que demandan trabajadores, descripción detallada de los perfiles y sus funciones, información sobre la jornada y salarios a percibir.

5. Necesidad de un servicio de orientación laboral estable y de

forma permanente tanto en las Agencias de colocación como en los ayuntamientos para gestionar itinerarios de inserción de candidatos y para colaborar con las empresas en la adaptación de perfiles profesionales de posibles candidatos y de sus empleados para la mejora de la calidad del empleo.

6. Necesidad de mejorar la comunicación entre los diferentes agentes del mercado de trabajo: agencias de colocación, administraciones, empresas y demandantes de empleo.

7. Información continua a las empresas sobre ayudas a la contratación de colectivos vulnerables y el incremento de estas ayudas. Hacer publicidad de subvenciones y ayudas, resumir la información para que sea más legible e informar de estas ayudas en la prospección.

8. Fomentar políticas activas de empleo, en lo referente a la contratación de personas cualificadas de las poblaciones del pacto para evitar la fuga de talentos hacia otras regiones. En relación a esto, vemos necesario

que los centros educativos que imparten formación profesional creen una bolsa de empleo de sus alumnos egresados con tal de que puedan participar en los procesos selectivos derivados de programas de activación de empleo (Garantía Juvenil y otros).

9. La orientación en empresas ha permitido que éstas se conozcan

### Formación

Basándonos en los objetivos marcados en esta fase del proyecto OBSEDI 2017, donde se indica que se deben realizar acciones formativas en alfabetización digital y acciones formativas en competencias clave, extraídos de las conclusiones y necesidades detectadas en el diagnóstico inicial del proyecto Obsedi.

Programación de las acciones formativas a impartir en el proyecto:

1. Acciones formativas en

más a sí mismas, reflejando sus necesidades de mejora y al mismo tiempo, creemos que hemos tendido un puente en la colaboración público-privado tal como pretendía el proyecto tractor de OBSEDI. Un ejemplo de ello ha sido la aplicación del cuestionario de observación de empresas, el cual, ha sido valorado positivamente por parte de éstas.

alfabetización digital

a. Dirigidos a usuarios en general

i. Informática básica

ii. Procesador de texto

iii. Hoja de cálculo

b. Cursos en la específicos

i. Redes Sociales para Pymes

ii. Ley Protección de Datos

iii. Trámites con Administración

2. Acciones formativas en competencias clave

a. Lengua valenciana

b. Lengua castellana

c. Inglés

d. Matemáticas

e. Desarrollo personal.

(Comunicación en los grupos de

trabajo, motivación y liderazgo)  
f. Sensibilización medioambiental e igualdad de género  
g. Ergonomía, hábitos de vida saludables y actividad física.

### Conclusiones

- El curso general de ofimática y de competencias clave necesita que su duración sea más extensa (mínimo tres meses) para que sean efectivos. Por tanto, necesitan de una programación más extensa y con fechas establecidas. Estos cursos son interesantes para los usuarios que no pueden acceder a la formación reglada (FP o Servef) por no tener los estudios mínimos requeridos.

- Los cursos generales que funcionan en períodos cortos es el de informática básica y los de Desarrollo personal. Sensibilización medioambiental e igualdad de género y Ergonomía, hábitos de vida saludables y actividad física, porque dan pie a que los alumnos se motiven para

seguir formándose, y porque se adaptan a los diferentes colectivos.

- Los cursos realizados para el colectivo de pequeños comercios, empresas y autónomos profesionales han sido los más valorados porque hemos podido realizar cursos dentro de su horario no comercial, materias que han suscitado su interés y que han podido poner en práctica en sus empresas, sobre todo el curso de "Adaptación a la LOPD" y el curso de la gestión de sus redes sociales. Este colectivo generalmente se ve desamparado ya que no tienen posibilidad de acceder a créditos de formación de la fundación Tripartita, y los cursos que suelen programarse, por diferentes organismos en la zona, no suelen adaptarse al horario comercial, por lo que, nuestros cursos han sido muy efectivos.

- La realización de estos cursos se ha visto condicionada por la escasa disponibilidad de aulas

para programar cursos, en unos municipios por saturación de espacios habilitados, y en otros por la inexistencia de aulas adecuadas. Otro condicionante es que los softwares utilizados en las aulas de informática son libres, generalmente no utilizados en el mundo empresarial.

### Prospección

Desde la prospección nos hemos marcado cinco objetivos:

- 1) Averiguar la problemática que se encuentra la empresa cuando contrata nuevos trabajadores/as.
- 2) Analizar las necesidades de formación.
- 3) Crear sinergias Ayuntamiento / empresa.
- 4) Analizar el tejido asociativo.
- 5) Emprender acciones de intermediación laboral.

La herramienta para la prospección es un cuestionario para empresas. Hemos sido conscientes de la importancia que tenía la realización del mismo ya que es el vehículo para

la primera toma de contacto con el empresario.

La toma de información se divide en tres bloques:

- Necesidades de contratación.
- Su ayuntamiento al servicio de su empresa.
- Necesidades de formación.

Siguiendo el mismo esquema se ha generado el cuestionario de asociaciones, se pretende conocer el funcionamiento de las mismas para analizar propuestas futuras de mejora, observando aquellas más eficientes en su gestión, que pueden servir de modelo a las menos eficientes.

## Conclusiones

### Empresas

#### 1) Necesidades de contratación:

- Resulta difícil encontrar perfiles adecuados a las demandas de empleo.

- Procedimientos de selección más utilizados, en orden de importancia son:

#### 1) Red de contactos

2) Ets, son más utilizadas por las empresas grandes y en porcentajes considerables.

3) Redes sociales principalmente Facebook y aplicaciones como INFOJOBS, si bien hay empresas que han introducido la pestaña "trabaja con nosotros" en su web, y gestionan las ofertas desde sus páginas de Facebook, obteniendo muy buenos resultados, ya que encuentran perfiles adecuados y de forma rápida.

- Los perfiles más solicitados han dependido de la actividad de cada empresa.

- En cuanto a las cualidades que debe tener un candidato/a la

repuesta en casi un 100 por cien de los casos es la ACTITUD.

Los empresarios se quejan de la falta de implicación, ganas de aprender y progresar por parte de los candidatos.

- Los responsables de RRHH de las empresas destacan que los candidatos no se disponen de un formato de CV adecuado y que no utilizan la tecnología, por ejemplo, tener el CV en el móvil (inmediatez en caso de una posible oferta de trabajo)
- El sector de la hostelería tiene verdaderos problemas de encontrar personal incluso avanzada la campaña, fruto de la estacionalidad del sector. Empresas especializadas en asesoría, apuntan como una posible causa la inseguridad jurídica que provoca el hecho de no tener un convenio laboral vigente en el sector hostelero.

#### 2) Necesidades de formación:

- La falta de formación reglada adecuada, formación

profesional y centros SERVEF, dificulta la contratación de perfiles técnicos adecuados.

- Dos sectores importantes en el territorio, como son el de fabricación de muebles y el químico tienen dificultades para cubrir las ofertas para operarios y técnicos de máquinas de control numérico y de técnicos de laboratorio

Hemos percibido, que, debido a la nueva legislación en cuanto a seguridad contra incendios tanto en la industria como en los comercios, aparece un nicho de mercado importante para las empresas y técnicos en seguridad contra incendios. Por tanto, la formación en esta área será interesante para cubrir la demanda de técnicos especialistas.

- Las empresas demandan una mayor formación en prevención de riesgos laborales.

Se constata que, en general, se utilizan los créditos de la fundación Tripartita para la formación de sus trabajadores

En el sector comercio se constata la necesidad de formación en ofimática y redes sociales.

Las acciones formativas futuras que más han interesado son:

- Afrontar conflictos laborales.
- Gestión de equipos de trabajo.
- Técnicas de negociación.
- Gestión eficaz del tiempo.
- Responsabilidad social empresarial.
- Creación de un plan de marketing.
- Técnicas de venta.
- Atención al cliente (quejas y reclamaciones).
- Inglés.
- Francés.
- Excel.
- Access.
- Carretillero.
- CAP.
- Formación de soldadores (perfil muy solicitado).
- Atención al cliente en hostelería.
- Camarero/a.
- Manipulador alimentos.
- Técnicas de motivación laboral.
- Prevención de riesgos laborales

en empresas de menos de 5 trabajadores (para poder llevar la propia empresa la prevención sin necesidad de contratar una empresa externa).

3) El Ayuntamiento al servicio de la empresa:

- En general el sector privado no conoce el servicio que ofrecen las agencias de Colocación de los distintos Ayuntamientos en cuanto a gestión de ofertas de empleo.
- Las empresas que han utilizado las agencias de Colocación, en general, no están satisfechas con los servicios prestados debido a que no han recibido perfiles adecuados a sus demandas y a la excesiva burocracia y lentitud en el proceso de selección.
- La comunicación entre el sector privado y las administraciones locales es insuficiente. Falta la articulación de canales eficaces que mejoren la interrelación entre empresas y municipios.
- No se conoce suficientemente el punto comarcal de la Cámara de Comercio ni el servicio de asesoramiento que ofrece.

4) Asociaciones.

- Si bien los comercios y el sector turístico tienen una cultura de asociacionismo importante, la falta de estructuras y de objetivos consensuados ha generado, en general, desidia y desmotivación. La excepción que confirma esta tendencia es la asociación de empresarios de Alcalà- Alcossebre, que están situándose en ámbitos de decisión a nivel provincial como el patronato del aeropuerto de Castellón o en el consejo de administración del CDT Castellón. Así mismo han gestionado la creación y potenciación de marcas para los alojamientos turísticos reglados y para las pastelerías tradicionales.
- Cabe destacar la falta total de asociaciones de empresarios industriales, este hecho impide disponer de interlocutores válidos para influir en la administración, a la hora de demandar soluciones a los problemas de las empresas.



Fuente de la imagen: Página de turismo del Ayuntamiento de Benicarló.





Fuente de la imagen: Página de turismo del Ayuntamiento de Alcalá de Xivert.

### Comunicación

La comunicación on-line y off line, no tiene sólo la finalidad obvia de comunicar las acciones que se llevan a cabo dentro de las atribuciones del proyecto OBSEDI, sino que, pretende crear relaciones entre los usuarios, ayuntamientos y miembros del proyecto OBSEDI. Para esto, se han desarrollado estrategias de difusión de las acciones, acontecimientos, actividades y recursos para la promoción y visibilidad del proyecto, se han generado contenidos periodísticos, también se ha mantenido una homogeneidad en la imagen corporativa y se han coordinado la emisión de contenidos con los servicios de comunicación de los diferentes municipios.

La estrategia de comunicación on-line ha seguido los siguientes pasos:

1. Crear un blog de dominio gratuito; (<https://obsedimaestratlitoral.wordpress.com>).
2. Apertura de una página de FACEBOOK (<https://www.facebook.com/Obsediml/>).

3. Creación de un perfil de INSTAGRAM (<https://www.instagram.com/obsediml/>).

4. Puesta en marcha de un canal de YOUTUBE ([https://www.youtube.com/channel/UCH38ngkidhbJJ4sfPbe-T\\_w](https://www.youtube.com/channel/UCH38ngkidhbJJ4sfPbe-T_w)).

### Conclusiones

La acogida en las redes sociales, en cuanto a número de visitas e interacciones, es muy positiva. Esto ha validado la estrategia comunicativa, por tanto, nos reafirmamos en que:

1. El Blog Obsedi Maestrat Litoral
  - a. Soporte para la comunicación de contenidos generales
  - b. Actúa como página web donde se concentran los mensajes importantes de proyecto.
2. Facebook:
  - a. Interacción diaria con los usuarios .
  - b. Recepción del "feedback".
  - c. Popularización del OBSEDI MAESTRAT LITORAL.
3. Instagram:
  - a. Una imagen vale más que mil palabras
  - b. Publicidad actuaciones
4. YouTube
  - a. Difusión y archivo de testimonios
  - b. Personalización y humanización del proyecto.



Fuente de la imagen: Página del Ayuntamiento de Vinaroz.