

Plan estratégico 2016-2019

LIDÉRA



1. OBJETIVOS, FASES Y METODOLOGÍA DEL PROYECTO

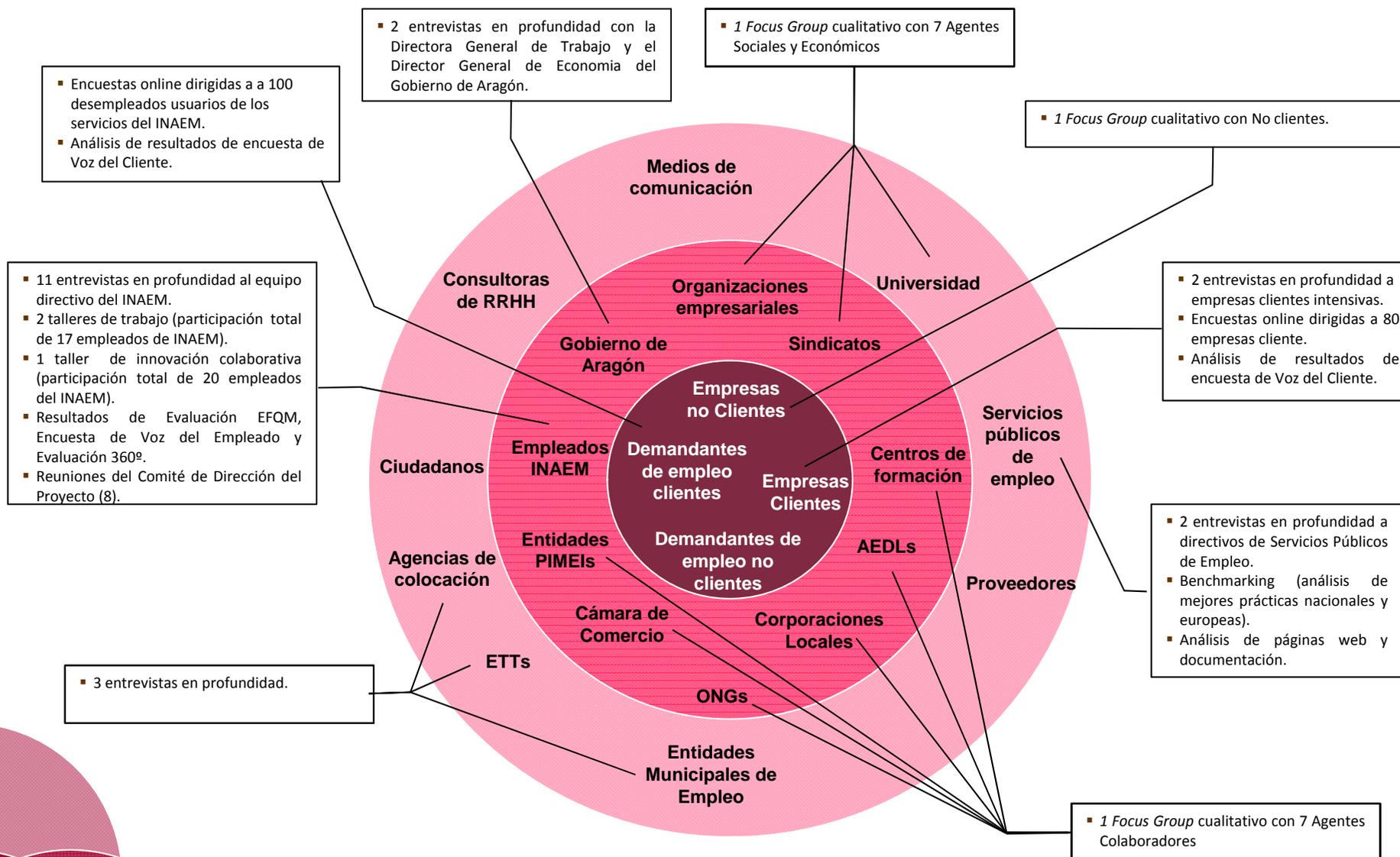
OBJETIVOS

- Impulsar el desarrollo de un proceso de reflexión estratégica en el seno del Instituto.
- Definir las líneas básicas de la estrategia y directrices de actuación.
- Elaborar una hoja de ruta con un plan de acciones a desarrollar en el horizonte 2016-2019.
- Preparar a la organización para afrontar adecuadamente los nuevos retos que plantea el entorno.
- Posicionar adecuadamente al Instituto ante sus grupos de interés, generando mayor valor para todos los involucrados en la marcha del Instituto.

FASES Y METODOLOGÍA



2. PRINCIPALES GRUPOS DE INTERÉS - TRABAJO DE CAMPO



2. PRINCIPALES GRUPOS DE INTERÉS - EXPECTATIVAS



EMPRESAS

- Selección de candidatos adecuados (adecuación a perfil)
- Agilidad y sencillez en los procesos
- Especialización
- Mayor conocimiento de las empresas y de sus necesidades
- Ayudas a la contratación
- Virtualización de servicios



AGENTES SOCIALES Y ECONÓMICOS

- Mecanismos efectivos de relación con las empresas
- Programas efectivos para desempleados
- Innovación
- Resultados efectivos en creación de empleo



DEMANDANTES DE EMPLEO

- Aumento de la empleabilidad
- Orientación especializada
- Gestión eficaz de ofertas
- Agilidad y sencillez en los procesos
- Virtualización de servicios
- Atención de calidad en oficinas



AGENTES COLABORADORES

- Mayor conocimiento de la realidad del territorio
- Planificación estable de programas y actividades (Visión a largo plazo)
- Agilidad y sencillez en la resolución de problemas
- Virtualización de los procesos



EMPLEADOS

- Agilidad y sencillez en los procesos
- Mayor coordinación entre servicios
- Generación de confianza en empresas y demandantes de empleo
- Mejora de reputación e imagen de marca



SOCIEDAD

- Resultados efectivos en creación de empleo
- Buen uso de los recursos públicos
- Responsabilidad social
- Transparencia

3. DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN

ANÁLISIS DAFO – RESUMEN EJECUTIVO

- Alto nivel de compromiso de las personas.
- Compromiso del equipo directivo con la mejora.
- Dinámica de reflexión estratégica.
- Experiencias de integración de servicios a colectivos específicos (Ej: Espacio Empresas).
- Avances en la incorporación de nuevas tecnologías.
- Impulso de la mejora de la gestión de personas.

FORTALEZAS

DEBILIDADES

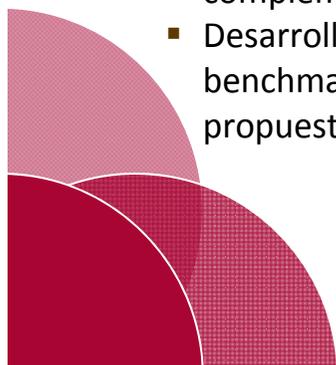
- Necesidad de mayor adaptación de la formación a las necesidades reales de las empresas.
- Medición más precisa del impacto integral de las acciones llevadas a cabo en los servicios prestados.
- Demanda de mayor conocimiento y adaptación a las necesidades de empresas y demandantes.
- Medición insuficiente de eficacia de las alianzas.
- Burocracia y complejidad de los procesos.

- Avances tecnológicos relacionados con los entornos que emplean los clientes.
- Mejora de la capacidad de escucha a empresas, desempleados y otros grupos de interés.
- Mejora de la coordinación transversal entre servicios.
- Capacidad de generación de sinergias, complementariedades y alianzas con terceros.
- Desarrollo de actividades de innovación y benchmarking para el desarrollo de nuevas propuestas atractivas de productos y servicios.

OPORTUNIDADES

AMENAZAS

- Reducción de fondos.
- Alejamiento de itinerarios formativos y necesidades reales del mercado y de las empresas.
- Baja capacidad de reacción a cambios en el entorno.
- Aumento de burocracia por incremento de fiscalización en el uso de fondos públicos.
- Priorización de demandas externas frente a las necesidades reales del mercado de trabajo.



4. MISIÓN, VISIÓN, VALORES Y OBJETIVOS DEL INAEM



MISIÓN “Nuestra razón de ser”

“Contribuir al funcionamiento eficiente del mercado de trabajo en Aragón, impulsando y desarrollando políticas de empleo orientadas a las necesidades de los trabajadores, empleados y desempleados, y de las empresas”



VISIÓN “Lo que queremos ser”

“Una organización eficaz que, desde la escucha activa y la innovación, sea el referente para trabajadores, empleados y desempleados, y empresas en materia de empleo ”

4. MISIÓN, VISIÓN, VALORES Y OBJETIVOS DEL INAEM

VALORES “Nuestras señas de identidad”



4. MISIÓN, VISIÓN, VALORES Y OBJETIVOS DEL INAEM

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL INAEM

O. E. 1

(RE)POSICIONAMIENTO COMO REFERENTE Y AGENTE CLAVE DEL SECTOR DE EMPLEO

O.E. 2

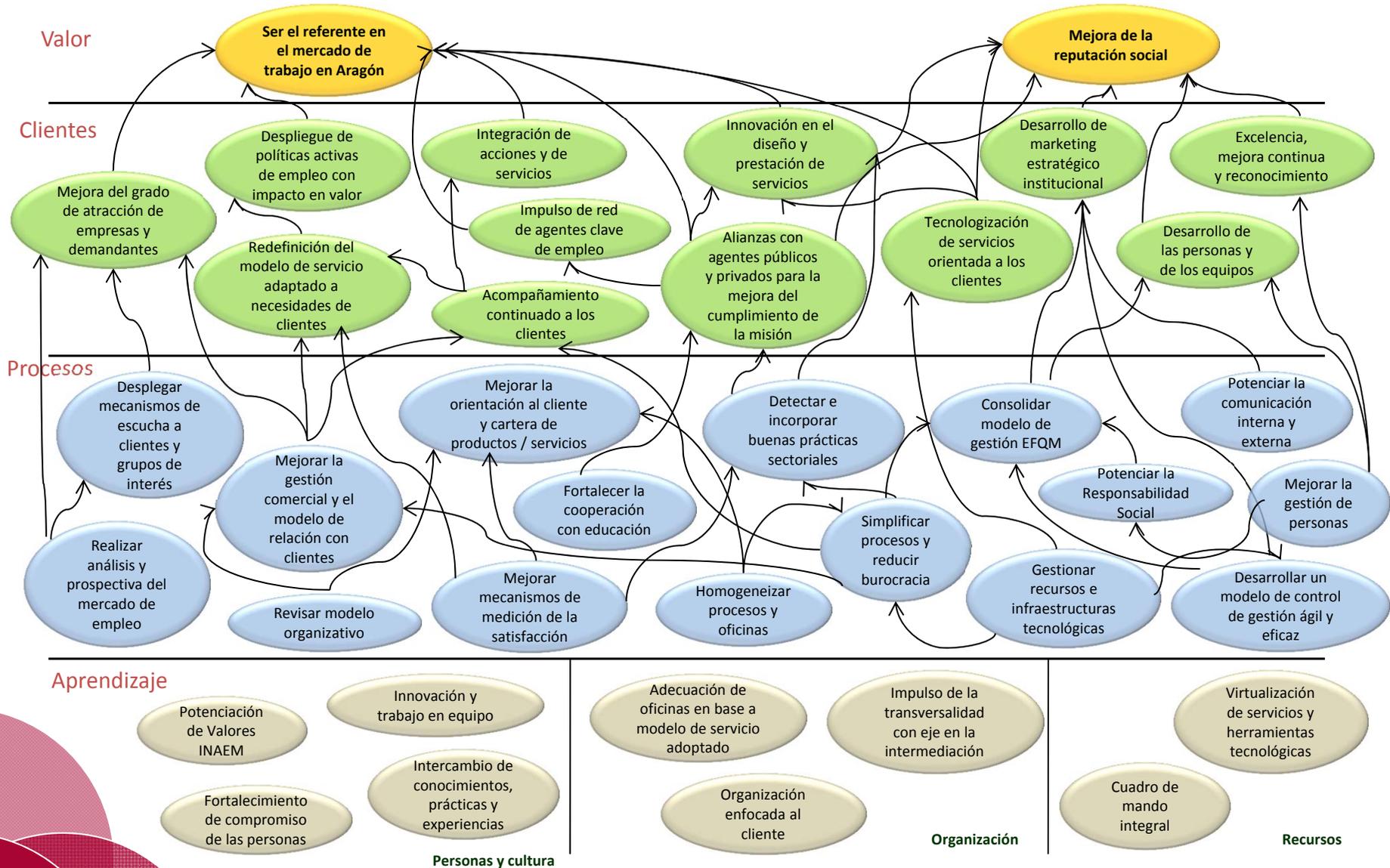
REREDEFINICIÓN DEL MODELO INTEGRADO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS EN BASE A NUEVAS NECESIDADES DEL CONTEXTO LABORAL

OBJETIVOS INTERMEDIOS

- **Despliegue de mecanismos de escucha, análisis y prospectiva del mercado (OE1).**
- **Impulso, creación y liderazgo de una red de agentes claves de empleo a nivel Comunidad Autónoma (OE1).**
- **Incremento de la reputación social del INAEM** (tanto a nivel interno -consolidación del modelo de gestión + política de reconocimientos externos- como externo -plan de marketing estratégico institucional-) (OE 1).
- **Desarrollo de tecnología como palanca para la mejora de la gestión** (sistemas de información y comunicación) **y la prestación de servicios (OE2).**
- **Despliegue de políticas activas de empleo en base a impacto último** en la intermediación efectiva y sostenibilidad del empleo (OE2).
- **Mejora del grado de atracción de empresas y aumento de la confianza de los demandantes (OE1, OE2).**
- **Desarrollo de las personas del INAEM** (mantenimiento de niveles de compromiso y adecuación de competencias y perfiles al modelo de servicio) (OE2).
- **Integración de acciones y de servicios (OE2).**
- **Simplificación operativa de procesos internos y de prestación del servicio (OE2).**
- **Innovación en el diseño y prestación de los servicios (OE2).**

LIDERANDO EL MERCADO DE TRABAJO EN ARAGÓN

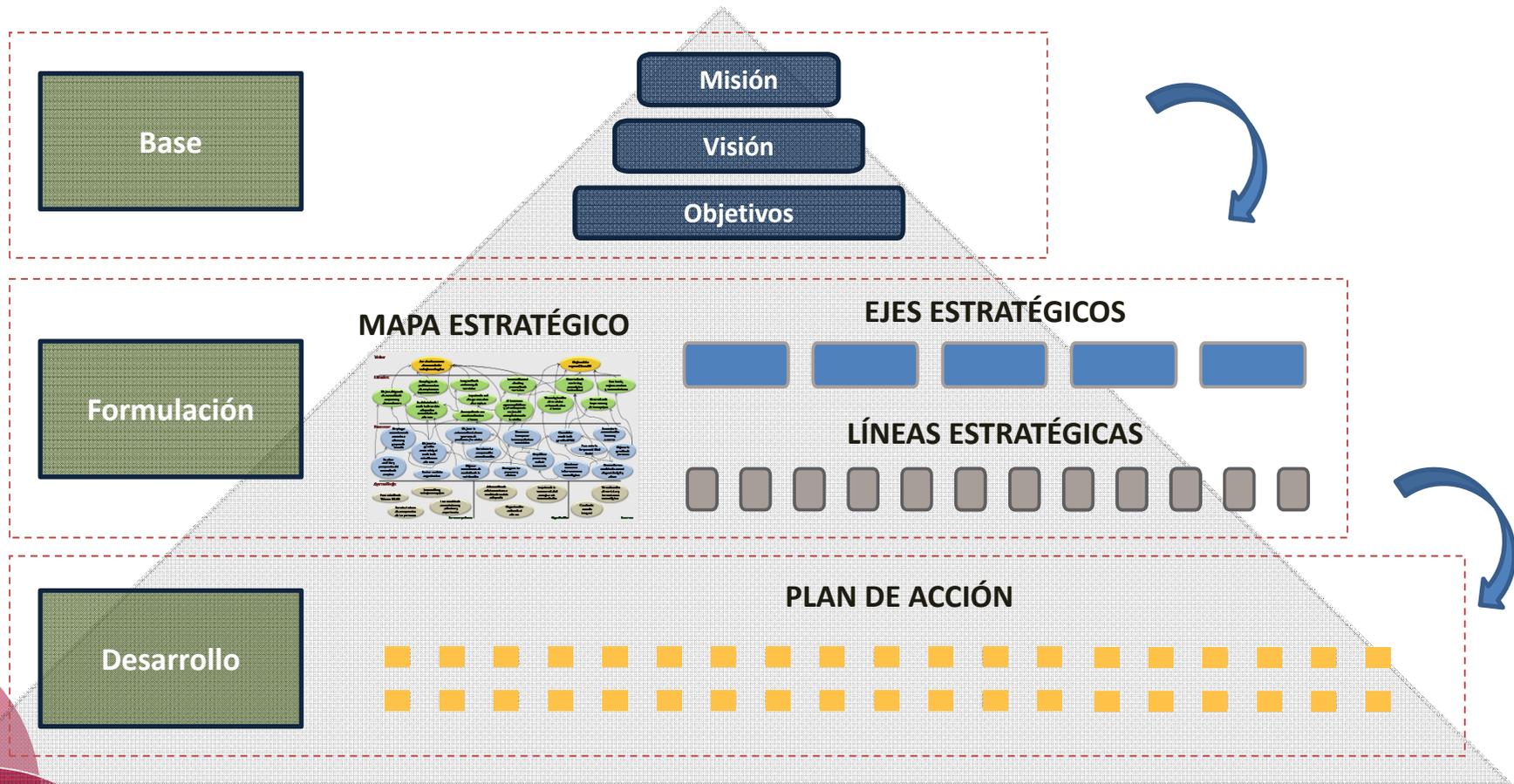
5. MAPA ESTRATÉGICO DEL INAEM



6. DESPLIEGUE DEL PLAN ESTRATÉGICO

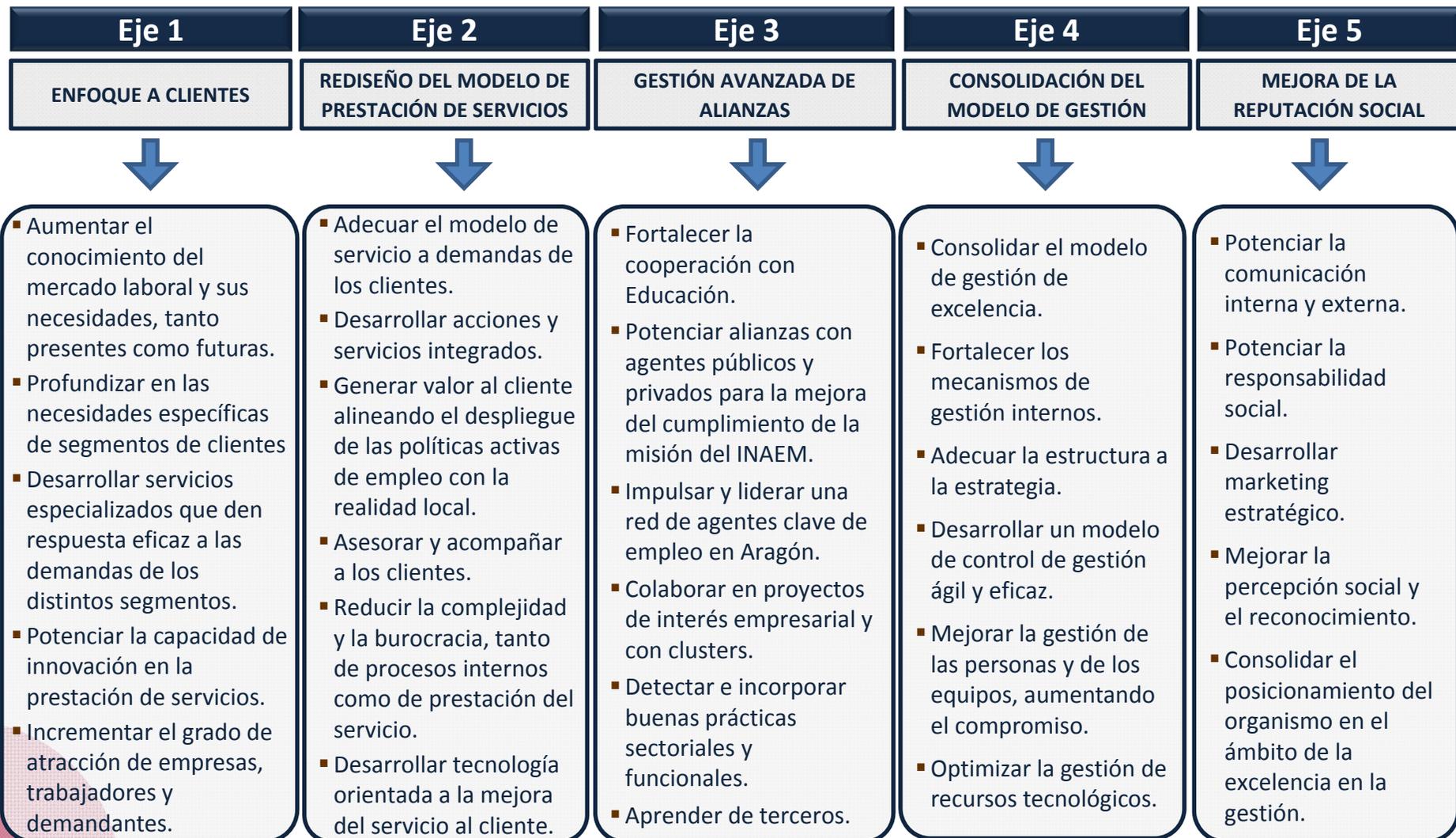
DESPLIEGUE DEL PLAN ESTRATÉGICO

Marco para la definición e implantación de la estrategia 2016-2019 del INAEM



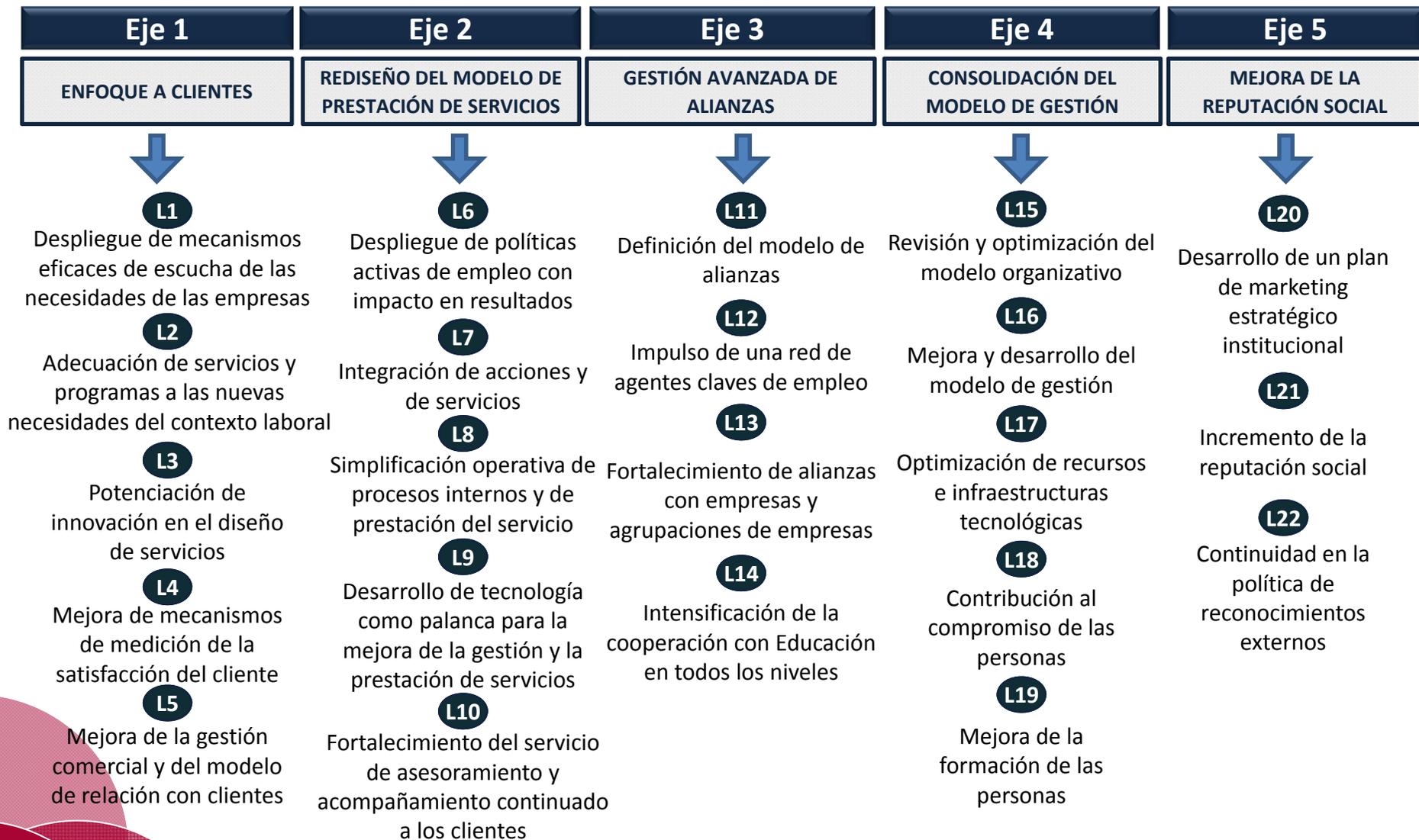
6. DESPLIEGUE DEL PLAN ESTRATÉGICO

DESPLIEGUE DE EJES DE ACTUACIÓN



6. DESPLIEGUE DEL PLAN ESTRATÉGICO

DESPLIEGUE EN LÍNEAS ESTRATÉGICAS



Plan Estratégico INAEM 2016-2019 LIDERA

LIDERANDO EL MERCADO DE TRABAJO EN ARAGÓN

MEDIANTE

LA **I**NNOVACIÓN

EL **D**ESARROLLO DE LAS PERSONAS Y DE LA TECNOLOGÍA

LA **E**SCUCHA ACTIVA A NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

LA **R**ESPONSABILIDAD SOCIAL

Y LAS **A**LIANZAS CON AGENTES PÚBLICOS Y PRIVADOS

LIDERAANDO EL MERCADO DE TRABAJO EN ARAGÓN



8. DESPLIEGUE DE LÍNEAS ESTRATÉGICAS EN ACCIONES

ACCIONES O INICIATIVAS ESTRATÉGICAS

EJE 1	ENFOQUE A CLIENTES
--------------	---------------------------



L1 Despliegue de mecanismos eficaces de escucha de las necesidades de las empresas	
A1.1	<i>Creación de un sistema de prospección continua del mercado laboral que permita tener un conocimiento profundo del mismo.</i>
L2 Adecuación de servicios y programas a las nuevas necesidades del contexto laboral	
A2.1	<i>Análisis de las necesidades del demandante de empleo en su búsqueda activa de empleo.</i>
A2.2	<i>Análisis de las necesidades de las empresas en la búsqueda de candidatos.</i>
A2.3	<i>Diseño de programas formativos acordes a las necesidades concretas de empresas.</i>
A2.4	<i>Potenciación de la Formación Dual.</i>
A2.5	<i>Despliegue de programas avanzados de emprendimiento.</i>
A2.6	<i>Desarrollo de programas avanzados de fomento del empleo.</i>
A2.7	<i>Adecuación de programas de inserción para personas en situación o riesgo de exclusión social a las necesidades de estos colectivos.</i>
A2.8	<i>Atención a la integración laboral de la personas con discapacidad.</i>
A2.9	<i>Potenciar el papel de los Agentes de Empleo y Desarrollo Local en la prestación de servicios de empleo.</i>
L3 Potenciación de innovación en el diseño de servicios.	
A3.1	<i>Aseguramiento del impacto de las políticas activas desplegadas a través del codiseño con los clientes últimos: empresas, trabajadores y desempleados.</i>

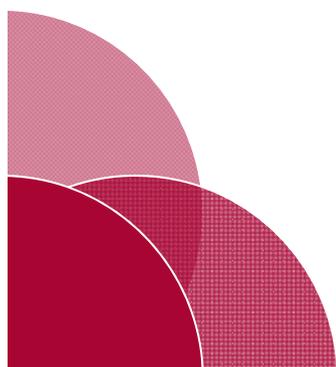
8. DESPLIEGUE DE LÍNEAS ESTRATÉGICAS EN ACCIONES

ACCIONES O INICIATIVAS ESTRATÉGICAS

EJE 1 **ENFOQUE A CLIENTES**



L4 Mejora de mecanismos de medición de la satisfacción del cliente.	
A4.1	<i>Incorporación de la evaluación continua de la satisfacción en los distintos programas y servicios.</i>
L5 Mejora de la gestión comercial y del modelo de relación con clientes.	
A5.1	<i>Gestión de la relación con empresas</i>
A5.2	<i>Mejora en la calidad de la cartera de servicios</i>



8. DESPLIEGUE DE LÍNEAS ESTRATÉGICAS EN ACCIONES

ACCIONES O INICIATIVAS ESTRATÉGICAS

EJE 2

MODELOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS



L6 Despliegue de políticas activas de empleo con impacto en resultados	
A6.1	<i>Incorporación sistemática en todas las actuaciones de indicadores no sólo de ejecución sino de impacto.</i>
A6.2	<i>Diseño de instrumentos y programas de intervención de manera estable y continua.</i>
L7 Integración de acciones y servicios.	
A7.1	<i>Impulso a la integración de servicios, programas y actuaciones.</i>
L8 Simplificación operativa de procesos internos y de prestación del servicio.	
A8.1	<i>Revisión del mapa de procesos adaptándolo al rediseño del modelo de prestación de servicios.</i>
A8.2	<i>Impulso de nuevas fórmulas de economía social a través del desarrollo de un Reglamento de registro de cooperativas al servicio de los usuarios y clientes.</i>
L9 Desarrollo de tecnología como palanca para la mejora de la gestión y la prestación de servicios.	
A9.1	<i>Despliegue de servicios a través de dispositivos móviles.</i>
A9.2	<i>Nueva pagina web del INAEM que conduzca hacia un portal de empleo.</i>
L10 Fortalecimiento del servicio de asesoramiento y acompañamiento continuado a clientes.	
A10.1	<i>Desarrollo de nuevos mecanismos de seguimiento de los demandantes de empleo en todo su "ciclo vital".</i>
A10.2	<i>Favorecer la actuación especializada de los Tutores de Empleo en relación con los colectivos prioritarios.</i>

8. DESPLIEGUE DE LÍNEAS ESTRATÉGICAS EN ACCIONES

ACCIONES O INICIATIVAS ESTRATÉGICAS

EJE 3

GESTIÓN AVANZADA DE ALIANZAS



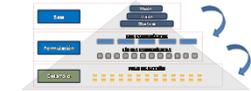
L11 Definición del modelo de alianzas.	
A11.1	<i>Definición de mínimos comunes y requerimientos de las alianzas.</i>
A11.2	<i>Identificación de áreas de potencial colaboración y análisis de aliados para selección de alianzas.</i>
A11.3	<i>Seguimiento y Evaluación de las alianzas.</i>
L12 Impulso de una Red de Agentes Claves de Empleo.	
A12.1	<i>Elaboración del mapa del sector del empleo en Aragón, incluyendo tanto agentes públicos como privados.</i>
A12.2	<i>Formalización de la Red de Agentes Clave de Empleo para la mejora del mercado de trabajo.</i>
A12.3	<i>Monitorización y seguimiento de las actividades de la red.</i>
L13 Fortalecimiento de alianzas con empresas y con agrupaciones de empresas.	
A13.1	<i>Colaboración con proyectos empresariales de interés estratégico para la Comunidad Autónoma.</i>
A13.2	<i>Promoción de alianzas con empresas y agrupaciones empresariales de interés estratégico para la Comunidad Autónoma.</i>
L14 Intensificación de la cooperación con el sistema educativo.	
A14.1	<i>Coordinación en la elaboración de itinerarios profesionales y programas formativos adecuados a la demanda del contexto local.</i>
A14.2	<i>Coordinación en la elaboración de itinerarios profesionales y programas formativos adecuados a los universitarios.</i>

8. DESPLIEGUE DE LÍNEAS ESTRATÉGICAS EN ACCIONES

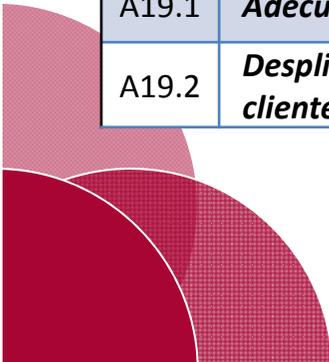
ACCIONES O INICIATIVAS ESTRATÉGICAS

EJE 4

CONSOLIDACIÓN DE LA ESTRUCTURA DE GESTIÓN



L15 Revisión y optimización del modelo organizativo	
A15.1	<i>Redefinición de la estructura organizativa en diferentes ámbitos en base a la estrategia y al modelo de servicio adoptado.</i>
L16 Mejora y desarrollo del modelo de gestión.	
A16.1	<i>Reajuste de la estructura formal de procesos e indicadores en base al modelo de servicio adoptado poniendo el foco en el impacto.</i>
A16.2	<i>Incorporación de comparaciones con terceros (benchmarking) en los sistemas de indicadores.</i>
L17 Optimización de recursos e infraestructuras tecnológicas.	
A17.1	<i>Despliegue de recursos, infraestructuras y herramientas necesarios para dar respuesta a la exigencia tecnológica demandada por los clientes.</i>
L18 Contribución al compromiso de las personas .	
A18.1	<i>Mejora de la comunicación interna operativa y de sus niveles de despliegue.</i>
A18.2	<i>Fomento de prácticas de reconocimiento por parte del colectivo de líderes.</i>
L19 Mejora de la formación de las personas.	
A19.1	<i>Adecuación de competencias y perfiles al modelo de servicio.</i>
A19.2	<i>Despliegue de un plan de formación de perfeccionamiento de capacidades y competencias de atención al cliente.</i>

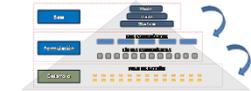


8. DESPLIEGUE DE LÍNEAS ESTRATÉGICAS EN ACCIONES

ACCIONES O INICIATIVAS ESTRATÉGICAS

EJE 5

MEJORA DE LA REPUTACIÓN SOCIAL



L20 Desarrollo de un Plan de Marketing estratégico institucional.	
A20.1	<i>Despliegue integrado de acciones a nivel externo –plan estratégico institucional- que permita visibilizar lo que INAEM hace y consigue.</i>
A20.2	<i>Impulso de foros de encuentro con trabajadores y con empresas.</i>
L21 Incremento de la reputación social.	
A21.1	<i>Fomento de la Responsabilidad Social (RS).</i>
L22 Continuidad en la política de reconocimientos externos.	
A22.1	<i>Diseño de una política de visibilización a través de la participación en premios y reconocimientos de excelencia y gestión.</i>

