

Documento base:

UGT-FICA de Catalunya
POLITICA ORGANIZATIVA





POLÍTICA ORGANIZATIVA

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22

I.- UGT-FICA DE CATALUNYA. IDENTIDAD SINDICAL	2
II.- EL SINDICATO EN LA EMPRESA.....	4
III.- SECCIONES SINDICALES	5
IV.- AFILIACIÓN	6
1.- Seguimiento de bajas	9
2.- Campaña de Afiliación.....	10
3.- Campaña afiliación de la Representación Legal de los Trabajadores y trabajadoras (Delegados/as de personal, miembros comité de empresa, y delegados y delegadas de prevención)	12
V.- ELECCIONES SINDICALES.....	13
VI.- COMITÉ ELECTORAL.....	18
VII.- AGRUPACIÓN DE TÉCNICOS Y CUADROS (ATC).....	19
VIII.- ASOCIACIÓN DE TRABAJADORES PASIVOS (ATP).....	21
IX.- UGT-FICA CALÍ.....	22
X.- COMUNICACIÓN.....	24
XI – JUVENTUD.....	28
XII.- COOPERACIÓN CON EL SINDICATO ALEMÁN IG METALL (Región MEO).....	30



1

2 I.- UGT-FICA DE CATALUNYA. IDENTIDAD SINDICAL

3 Para dirigirse a un lugar hay que tener muy claro el lugar de partida, el punto de destino
4 y acondicionar el camino que debemos recorrer. En el sindicalismo ocurre lo mismo,
5 debemos tener muy claro que identidad tenemos para saber quiénes somos y así saber
6 que queremos ser.

7

8 La definición de **sindicato** sigue siendo la lucha de clases en el plano social, ideológico,
9 económico y político a la hora de su acción reivindicativa. Es un movimiento organizado,
10 reivindicativo, activo y solidario de masas.

11 El Sindicato es un contrapoder al neoliberalismo cada vez más imperante en las
12 sociedades occidentales. Por eso desde todos los sectores neocapitalistas tratan de
13 devaluarnos y desprestigiarnos. Se esfuerzan en encasillarnos en una función tan sólo
14 asociativa de defensa de intereses más o menos amplios, pero sustancialmente
15 económicos, asignándonos una función compensatoria de los excesos del capital. Para
16 ello utilizan los medios de comunicación de masas como instrumento para influir en la
17 sociedad, secuestran y crean dependencia económica para someter a la ciudadanía.
18 Como consecuencia fomentan el individualismo, la despolitización, la desmovilización e
19 intentan atrofiar la ideología de clase trabajadora. Todo ello en detrimento del
20 asociativismo y tratando de transformar el sindicato en un mero instrumento más de
21 integración de la clase trabajadora dentro del sistema capitalista, fragmentando la clase
22 trabajadora en un falso estatus de clase media y clase baja.

23

24 La organización, ha de desmarcarse del papel de agente de conciliación en el que nos
25 han encasillado, en el que se acepta la estructura de la sociedad capitalista que ha
26 mutado a una sociedad de consumo y donde nuestra acción reivindicativa se limita a la
27 defensa de los intereses económicos de los trabajadores y trabajadoras mediante la



1 mediación con las patronales, que permite regular y conciliar el conjunto de las
2 relaciones laborales, pero que cuando hace falta también hemos demostrado que
3 somos un sindicato de confrontación a la hora de defender nuestras reivindicaciones.

4 Por este motivo, como sindicato de clase, tenemos la obligación de transformar la
5 sociedad. Las reivindicaciones económicas en los diferentes ámbitos de actuación y la
6 negociación colectiva deben de ser medios de movilización de las personas
7 trabajadoras que nos permita organizarlas y desarrollar la conciencia de clase y las
8 reivindicaciones sociales hoy tan necesarias.

9

10 No podemos obviar en la dicotomía en la que nos encontramos sumidos desde la
11 instauración de la democracia, la de ser un sindicato para los trabajadores y las
12 trabajadoras o un sindicato de trabajadoras y trabajadores. Este hecho ha sido un
13 elemento de distorsión de nuestra **identidad** y un elemento de confusión para las
14 personas trabajadoras y la sociedad en su conjunto.

15

16 En UGT-FICA de Catalunya entendemos que ante todo somos una organización de
17 trabajadores y trabajadoras que se organizan para la defensa de sus intereses en el
18 ámbito laboral, participando activamente en la lucha de clases con el objeto de
19 transformar la sociedad en una más justa e igualitaria.

20

21 Con este fin la Federación reforzará su identidad, fomentando y extendiendo su
22 contenido ideológico en un proceso de "**FICALIZACIÓN**", que debe consistir en una
23 forma de hacer sindicato. En la que las personas receptoras de nuestras acciones
24 sindicales vean, comprueben, confíen, participen y sientan que se crea una complicidad
25 y sentimiento de pertenencia cuando se atienden sus inquietudes en todos los ámbitos,
26 (consultas, atención telefónica, convenios, planes de igualdad, formación...). Con el
27 transcurso del tiempo estas personas afiliadas deberán sentirse conectadas con el



1 sindicato, actuando como embajadoras y ejerciendo influencia en sus respectivos
2 entornos para “ficalizar” a más trabajadores y trabajadoras, en definitiva, creando redes.

3

4 Por último, nuestra acción sindical debe identificar los problemas y reivindicaciones de
5 las trabajadoras y trabajadores, aunando fuerzas para convertir el conflicto en
6 propuestas con el objeto de alcanzar acuerdos útiles. Durante todo este proceso se
7 tiene que despertar la conciencia de clase de las personas trabajadoras y transmitir
8 nuestra identidad sindical para organizarlas en el seno de la Federación y fomentar el
9 sentido de pertenencia a una organización con un mayor valor añadido, haciéndolas
10 participes de ello.

11

12 II.- EL SINDICATO EN LA EMPRESA

13 Nuestra fortaleza sindical reside en la capacidad de organizar a través de la
14 sindicalización a las trabajadoras y trabajadores en los centros de trabajo. Es nuestra la
15 capacidad de asociarlas con los trabajadores y las trabajadoras de otras empresas, así
16 como en las contratas y empresas de servicios que realicen actividades para las
17 empresas principales, para defender y conseguir los objetivos que les son propios al
18 conjunto de la clase trabajadora.

19

20 Como sindicato de clase, nuestro principal objetivo es potenciar el asociacionismo a
21 través de la organización de las personas trabajadoras mediante la **afiliación** y la
22 constitución de secciones sindicales en los centros de trabajo, para que, a través de la
23 información, de la formación ideológica, de la participación y de la transmisión de
24 nuestra identidad y valores se sientan que son parte integrante de su organización para
25 la defensa de sus intereses comunes.

26



1 Es un hecho, que en los centros de trabajo donde las personas trabajadoras están
2 organizadas a través de las secciones sindicales constituidas, se consolida la
3 Representación Legal de las Trabajadoras y Trabajadores (RLT) se amplía la afiliación.
4 Además, la existencia de la sección sindical fomenta una participación directa de los
5 trabajadores y trabajadoras afiliadas, tanto en los planteamientos sindicales como en la
6 elección de las personas candidatas en las elecciones sindicales. Por tanto, es de vital
7 importancia que la afiliación se vea favorecida por la acción sindical que desarrollamos,
8 frente a las personas que no lo son.

9

10 Las elecciones sindicales acostumbran a ser la primera acción sindical que se realiza
11 en una empresa. Por este motivo debemos sindicalizar los procesos electorales
12 fomentando la afiliación y dando a conocer nuestra identidad como sindicato y nuestra
13 forma de hacer sindicalismo, siendo la plena afiliación de las delegadas y delegados un
14 objetivo prioritario.

15

16 III.- SECCIONES SINDICALES

17 La constitución de secciones sindicales es una de nuestras prioridades para organizar
18 a las personas afiliadas en las empresas. Asociar las diferentes secciones sindicales de
19 cada sector, nos permite aunar fuerzas para las reivindicaciones específicas de cada
20 uno de ellos, así mismo, la agrupación de los diferentes sectores que conforman la
21 Federación nos permite defender los derechos de la clase trabajadora (sanidad,
22 educación, pensiones, ...) y ser los transmisores del resto de reivindicaciones que
23 emanan desde la sociedad.

24 A través de la **solidaridad**, nuestra herramienta sindical fundamental, realizaremos
25 todas estas tareas y seremos visibles para el conjunto de las personas trabajadoras que
26 desconoce el quehacer de la organización.

27



1 Por tanto, además de ser importante la constitución de secciones sindicales, es vital que
2 estas gocen de vida orgánica. Deberán nombrar a sus equipos de trabajo y los
3 delegados y delegadas sindicales (LOLS, Interempresas, ...), en su caso. Asumiendo
4 que es la única representación sindical en el seno de la empresa y su tarea principal es
5 fortalecer en su ámbito a la organización, incrementando la afiliación y representación.

6

7 La sindicalización de la sección sindical es fundamental para nuestros fines como
8 organización. Ha de conocer qué es el Sindicato, su componente ideológico, como
9 funcionamos, los canales de participación, sus objetivos y como alcanzarlos. Por este
10 motivo estamos obligados a educar de cómo hacer sindicalismo, para ello se
11 confeccionará un manual de funcionamiento de sección sindical y también se realizarán
12 tutelajes a aquellas secciones sindicales que por su potencial afiliativo así lo requieran.

13

14 Para que la práctica de la solidaridad sea real y se convierta en una efectiva herramienta
15 sindical, se fomentará la interrelación entre las diferentes secciones sindicales
16 aprovechando los diferentes actos que realiza la organización.

17 Se deberá potenciar la creación de la Sección Sindical Básica en aquellas empresas
18 que tengan entre 2 y 6 afiliados/afiliadas, realizando un especial acompañamiento de
19 esta.

20

21 IV.- AFILIACIÓN

22 La afiliación, es el núcleo y el activo más importante de nuestra Federación. Nuestra
23 principal acción sindical diaria y constante, debe estar encaminada en incrementar
24 nuestra tasa de afiliación entre el conjunto de los trabajadores y trabajadoras con el
25 objetivo de aumentar nuestra **fortaleza** sindical.



1 Debe ser el elemento troncal, transversal y vertebrador del conjunto de la Federaci3n,
2 el crecimiento afiliativo garantiza una acci3n sindical solidaria, descentralizada y ligada
3 al centro de trabajo.

4 Para conseguir este objetivo contamos con estructuras estables y consolidadas en
5 todos los territorios del conjunto de la Federaci3n, as3 como en multitud de empresas a
6 trav3s de las secciones sindicales constituidas y en aquellas en las que la
7 Representaci3n Legal de las Trabajadoras y Trabajadores (RLT) est3 sindicada a
8 nuestra Organizaci3n. Es a trav3s de ellas y utilizando su proximidad con los
9 trabajadores y trabajadoras como debemos incrementar nuestra afiliaci3n, por lo que
10 tendr3n que dotarse de planes de actuaci3n en los que se fijen objetivos de crecimiento
11 afiliativo.

12

13 La crisis econ3mica ha conllevado a una fragmentaci3n m3s elevada de la clase
14 trabajadora diversific3ndola en un mayor n3mero de colectivos. A la ya conocida
15 dualidad del mercado laboral, entre personas trabajadoras con contrato indefinido y
16 personas trabajadoras con contrato temporal, se han unido los trabajadores y
17 trabajadoras con contratos a tiempo parcial, los trabajadores y trabajadoras de
18 empresas multiservicio y los falsos aut3nomos. Esto ha conllevado el nacimiento de otro
19 colectivo de trabajadores y trabajadoras, el precariado, que son personas trabajadoras
20 que aun teniendo trabajo siguen siendo pobres.

21

22 El tipo de contrato de los trabajadores y trabajadoras no solamente influye en su decisi3n
23 a afiliarse sino tambi3n en su fidelizaci3n a la organizaci3n. J3venes, mujeres e
24 inmigrantes son los que m3s sufren este tipo de precariedad, as3 que debemos llevar a
25 cabo las m3ximas actuaciones con el objeto de organizarlos e integrarlos en la
26 organizaci3n a trav3s de la afiliaci3n.

27



1 Las causas de la baja tasa de afiliación son consecuencia de la desafección cultural
2 asociativa de la sociedad, el desconocimiento de la labor y los logros obtenidos por el
3 sindicato de la mayoría de los trabajadores y trabajadoras, el desempleo, la creciente
4 tendencia a la individualización de las relaciones laborales, cierta estigmatización por el
5 hecho de estar sindicado y de un mercado laboral con elevados índices de contratación
6 temporal fomentado por la implantación de la reforma laboral. La falta de motivación
7 para estar afiliada/o también se justifica como consecuencia de un sistema de relaciones
8 laborales donde los resultados de la negociación colectiva, que es costeadado por los
9 afiliados y las afiliadas, afectan y benefician a todos los trabajadores y trabajadoras por
10 igual.

11

12 Deben proyectarse acciones encaminadas al aumento de afiliación en los centros de
13 trabajo, enfatizando qué somos y qué hacemos como organización y cuáles son los
14 servicios que ofrecemos, a través de actividades que fomenten la proximidad a las
15 personas trabajadoras. Por eso, con el objetivo de atender las demandas de los
16 afiliados/as y del conjunto de personas trabajadoras, los cuadros sindicales, los y las
17 militantes y los/as organizadores/as sindicales que visitan las empresas, realizarán
18 formación continua dirigida, primero, a actualizar y adquirir nuevos conocimientos, y
19 segundo, para saber transmitir la identidad, contenido ideológico y forma de ejercer el
20 sindicalismo de UGT-FICA.

21

22 Deberemos potenciar e incrementar la presencia del sindicato en la sociedad, ya que
23 formamos parte de ella, y gran parte de la sociedad tiene un gran desconocimiento de
24 qué somos y que actividad desarrollamos, siendo un agente social capital para el
25 conjunto de la sociedad.

26

27 La Federación debe de tener un especial tratamiento con las personas trabajadoras
28 afiliadas a UGT-FICA de Catalunya, para que se sientan integradas lo más rápidamente



1 a nuestra organización. Para ello hay que *ficallarlos* y *ficallarlas*, informándoles de los
2 mecanismos de **participación** en el seno de la organización, de sus derechos y
3 deberes como afiliados y afiliadas a UGT-FICA, del acceso a los servicios de los que
4 disponen y la diferencia que existe en ser afiliado y afiliada a UGT-FICA a no serlo.

5

6 Potenciaremos el uso de las nuevas tecnologías para mejorar la comunicación con
7 nuestras afiliadas y afiliados. Las redes sociales nos ofrecen una vía de conexión
8 inmediata que permite la máxima atención, personalización e interés a la hora de
9 trasladar la información y resolver inquietudes, lo que nos va a ayudar a reforzar su
10 confianza y enriquecer las estrategias sindicales de presente y futuro que pueda diseñar
11 la Federación.

12

13 1.- Seguimiento de bajas

14 Hay que fidelizar la afiliación con el objetivo de evitar los altos índices de rotación
15 (altas/bajas). Es imprescindible elevar el índice de satisfacción de los afiliados y
16 afiliadas, garantizando que reciban una buena atención tanto en el seno de la sección
17 sindical como en los locales de la Organización.

18

19 Es vital la implicación del conjunto de la Organización, tanto de los trabajadores y
20 trabajadoras, cuadros sindicales, secciones sindicales, agrupaciones de ATP y ATC,
21 que deberán ser proactivos/as a través del contacto continuo, de proximidad y
22 personalizado en la detección de las necesidades de los afiliados y afiliadas, para
23 conocer con la suficiente antelación, los motivos que causan la desafección de las
24 mismas y resolver a través de las medidas correctoras oportunas los motivos que la
25 provocan.

26



1 Es fundamental que el seguimiento de las bajas se realice desde la cercanía, tanto
2 desde la Federación, los sindicatos territoriales, secciones sindicales, ATP y ATC,
3 teniendo información precisa sobre las causas. Se actuará sobre las mismas
4 realizando un **trabajo** exhaustivo para la recuperación de afiliados y afiliadas.

5

6 El Comité Electoral de la UGT-FICA de Catalunya fijará los objetivos afiliativos y el
7 seguimiento de recuperación de bajas, según protocolo acordado por este mismo
8 órgano.

9

10 **2.- Campaña de Afiliación**

11 La afiliación de las trabajadoras y trabajadores debe de ser una práctica diaria y
12 cotidiana que debe estar siempre presente en nuestro quehacer diario.

13

14 Cualquier tipo de actividad que desarrolla la organización es considerada **acción**
15 sindical y debe rentabilizarse. El mejor rendimiento sindical es la afiliación de los
16 colectivos a los que va dirigidos la acción sindical, ya que son los beneficiarios y
17 receptores de esta.

18 Por este motivo, todas las estructuras de la organización, Federación, sindicatos
19 territoriales y comarcales, áreas, organizadores y organizadoras sindicales (OO.
20 SS.), secciones sindicales, militantes... que son los que realizan el trabajo sindical y
21 tienen el contacto más directo con los trabajadores y trabajadoras, deben transmitir
22 nuestra identidad sindical en todas sus actuaciones.

23

24 La capacidad afiliativa contribuye al progresivo fortalecimiento del sindicato, derivado
25 de la acción sindical que realizamos constantemente, pero dicha capacidad se ve
26 mermada si las personas destinatarias de estas acciones no conocen quiénes somos
27 y no se les informa de lo que realizamos, para ello debemos:

28

1 - Transmitir nuestra identidad a los trabajadores y trabajadoras utilizando los
2 procesos de elecciones sindicales, negociación colectiva sectorial, acuerdos de
3 empresa, planes de igualdad, conflictos colectivos, jornadas, asambleas,
4 fomentando la afiliación.

5

6 - Trasladar información sobre los servicios de los que dispone el sindicato para
7 ofrecer la afiliación, informando de todo lo que realizamos en los centros de trabajo
8 y fuera de ellos en el ámbito social.

9

10 No son las campañas ni los eslóganes en papel las que afilian, si no las personas, son
11 las personas las que afilian y fidelizan a los nuevos afiliados y afiliadas, porque son la
12 única forma de transmitir lo que somos. Para ello tenemos que establecer y
13 homogenizar un discurso común sobre la afiliación que no se base únicamente en un
14 criterio económico, sino en un discurso con contenido sindical y social, que ensalce
15 el valor de pertenecer a UGT-FICA.

16

17 Debemos realizar un mayor esfuerzo a través de actuaciones concretas centradas
18 en la problemática específica de potenciales yacimientos afiliativos, como son las
19 mujeres, la juventud o trabajadores y trabajadoras inmigrantes del sector agrario o
20 cárnico.

21 Sin olvidar el colectivo de trabajadoras y trabajadores de carácter transversal, cada
22 vez más importante en número, que componen la Agrupación de Técnicos y Cuadros
23 (ATC), trasladando sus **reivindicaciones** específicas a la negociación colectiva.

24

25 Debemos también potenciar los locales de la organización para aumentar la afiliación.
26 Estos, deben ser un lugar de encuentro y aprendizaje y no tan solo un espacio para
27 la consulta. Las personas trabajadoras deben utilizarlos para expresar y trasladar sus
28 inquietudes y poner en común sus experiencias en beneficio de otras y debe ser el



1 lugar donde quién sabe hacer sindicalismo enseña a quién no sabe hacerlo y donde
2 las afiliadas y afiliados afilian a los que no lo están.

3

4 Por último, el sindicato también debe estar presentes en todos los ámbitos donde hay
5 personas trabajadoras, por ello, toda la propaganda sindical que elaboramos será
6 distribuida por los polígonos industriales y visible en los negocios de restauración de
7 dichos polígonos con el objeto de darnos a conocer a los usuarios y usuarias de estos
8 establecimientos e informar que les ofrece la organización y donde pueden
9 encontrarnos.

10 **3.- Campaña afiliación de la Representación Legal de los Trabajadores y trabajadoras** 11 **(Delegados/as de personal, miembros comité de empresa, y delegados y delegadas** 12 **de prevención)**

13 La representación Legal de los Trabajadores y las Trabajadoras (RLT), aun siendo
14 representación unitaria de las personas trabajadoras, son un activo más de la
15 Federación en los centros de trabajo. Su afiliación será el objetivo prioritario de las
16 diversas estructuras de la organización. La sindicalización de la RLT nos facilitará la
17 tarea de organizar a las personas trabajadoras a través de su afiliación y posterior
18 constitución del sindicato en el seno de la empresa a través de la sección sindical y
19 la elección de los delegados y delegadas sindicales en aquellos casos que concurra
20 ser elegidos y/o elegidas.

21

22 La campaña de afiliación de la RLT ha obtenido buenos resultados, por eso ha de
23 mantenerse e intensificarla, ofreciéndola a las personas trabajadoras que se
24 presentan en nuestras candidaturas en las elecciones sindicales (EE.SS.), tanto a las
25 que son escogidas como titulares, como a las suplentes. También debe ampliarse y
26 ser ofrecida a los delegados y las delegadas de prevención que se hayan presentado
27 bajo las siglas de nuestra organización.



1

2 V.- ELECCIONES SINDICALES

3 Debido a nuestro sistema de relaciones laborales, la participación institucional y la
4 participación en la negociación colectiva de las organizaciones sindicales, se mide y es
5 proporcional a la representatividad obtenida por los sindicatos en las elecciones
6 sindicales, celebradas continuamente en los centros de trabajo, estando obligados, por
7 tanto, a participar en estos procesos de elecciones sindicales para no quedar al margen
8 y por ende excluidos de dicha representación como sindicato.

9

10 La actual legislación ha devaluado de alguna manera estos procesos de elección por
11 parte de los trabajadores y trabajadoras de la RLT (Comités de Empresa, Delegados y
12 Delegadas de Personal), ya que los transforma en procesos puramente electorales,
13 donde las personas trabajadoras solo tienen valor como electores y donde la prioridad
14 es la captación del voto. Por eso es conveniente la modificación de esta legislación ya
15 que es lesiva para los intereses del conjunto de las personas trabajadoras además de
16 desincentivar la afiliación a los sindicatos.

17

18 La representatividad obtenida nos permite establecer, a nivel sectorial, el grado de
19 participación de cada sindicato en las mesas de negociación colectiva y también a nivel
20 global del conjunto de la organización, estableciendo la representatividad que nos
21 legitima como agente **social** ante las diferentes administraciones.

22

23 No obstante, y aun teniendo una legislación que no fomenta la sindicalización de las
24 relaciones laborales, los resultados electorales nos permiten evaluar hasta cierto punto
25 el trabajo realizado y la acción sindical desarrollada en los centros de trabajo,
26 permitiéndonos, por tanto, medir el grado de aceptación de nuestra política sindical
27 entre los trabajadores y las trabajadoras.



1

2 Seguimos incidiendo en que, el actual modelo de representaci3n de las personas
3 trabajadoras adem3s de ser lesivo para sus intereses tambi3n margina a las que est3n
4 empleadas en empresas de menos de 6 trabajadores/as, ya que la actual normativa
5 impide que puedan tener ning3n tipo de representaci3n. Tambi3n se hace dif3cil en
6 ocasiones obtener representatividad en aquellas empresas de menos de 50
7 trabajadores/as, ya que en estas empresas se producen a menudo injerencias e
8 influencias de la direcci3n, por lo que ser3a necesario promover el establecimiento de un
9 nuevo sistema de representaci3n para este tipo de empresa.

10

11 Queda expl3cito que el modelo de representaci3n que queremos es el del Sindicato en
12 la empresa representado por medio de las Secciones Sindicales, pero mientras no se
13 modifique el marco normativo es en el que nos vemos obligados a participar. Aun as3,
14 debemos cambiar la idea que a menudo se extiende por la organizaci3n de que las
15 elecciones sindicales son un mal obligatorio para convertirlas en una oportunidad. Las
16 elecciones sindicales no pueden convertirse como hasta ahora solamente en un fin, tan
17 solo como un proceso de representaci3n electoral en la que obtenemos un n3mero de
18 delegados y delegadas, las elecciones sindicales deben de ser eso, sindicales, por lo
19 que deben afrontarse como una herramienta que nos permita crear organizaci3n a
20 trav3s de la afiliaci3n en las empresas donde se celebran procesos electorales.

21

22 Por todo ello, las elecciones sindicales deben de ser un objetivo prioritario y presente en
23 la actividad diaria del conjunto de la organizaci3n y ha de estar estrechamente vinculado
24 a la afiliaci3n, ya que dota a la **organizaci3n** del principal recurso para poder realizar
25 nuestra actividad, que es el cr3dito sindical del que goza la RLT, pero que si no est3
26 sindicada se pierde. Incrementar nuestra cuota de representaci3n hasta ser la primera
27 fuerza sindical es el objetivo final de las elecciones sindicales. Tener una mayor



1 **representación** nos permitirá ser el referente sindical del conjunto de trabajadores y
2 trabajadoras, ante las administraciones y ante la representación empresarial.

3

4 Todos los procesos electorales deberán tener asignada una persona responsable, que
5 será la encargada de realizar las elecciones sindicales en la empresa, además de
6 realizar el posterior seguimiento durante el mandato de este.

7

8 Se planificarán planes de trabajo específicos para las empresas decaídas con el objetivo
9 de volver a realizar procesos electorales, ya que mientras no se promueva una nueva
10 convocatoria electoral la representación sigue prorrogada. Estas empresas también
11 tendrán asignadas una persona responsable para la ejecución de este cometido.

12

13 Deberán establecerse actuaciones concretas para las “empresas blancas”, es decir, las
14 que no tiene RLT, ya que es la manera más directa de crecer en representación que
15 también tendrán asignado un responsable.

16

17 Se realizará el seguimiento al conjunto de empresas que aun no habiendo obtenido
18 representación hemos presentado candidaturas y nuestros candidatos y candidatas son
19 suplentes, generalmente esto sucede en las empresas de menos de 49 trabajadores/as.

20 Se asignará una persona responsable para cada una de este tipo de empresas.

21

22 Contamos con empresas en las que tenemos representación con centros de trabajo en
23 diferentes territorios. Se identificará estas empresas creando un mapa de ubicación y
24 representación, con el objeto de que las distintas representaciones se conozcan y se
25 organicen para poder darse soporte mutuo en los procesos electorales, valorando la
26 oportunidad o la posibilidad de constitución de secciones sindicales que nos permita
27 crear organización en el seno de la empresa, organizar a los trabajadores y las
28 trabajadoras, en consecuencia, crecer en afiliación.

1

2 Existen grandes corporaciones empresariales en nuestros sectores. Debemos analizar
3 las diferentes sociedades jurídicas que las integran, con el objetivo de identificar en cual
4 existe RLT que pueda facilitarnos crear oportunidad de poder obtener representatividad
5 en las empresas del grupo en las que no tengamos presencia.

6

7 1.- Organizadores y Organizadoras Sindicales (OO.SS.)

8 Las organizadoras y los organizadores sindicales (OO.SS.) son las compañeras y
9 compañeros que tienen la **responsabilidad** de realizar las elecciones sindicales, en
10 la mayoría de los casos en las pequeñas y medianas empresas. Este tipo de
11 empresas, por lo general, no están sindicalizadas y ello conduce a que los/as OO.SS.
12 se convierten en muchos casos en la extensión más cercana de la organización para
13 los trabajadores y trabajadoras.

14

15 En muchas ocasiones los organizadores y las organizadoras sindicales son el primer
16 contacto y la primera imagen e impresión que tienen las personas trabajadoras con
17 el sindicato, por lo tanto, deben de conocer nuestra identidad sindical con el objeto
18 de poder trasladarla.

19

20 Dentro de sus funciones, además de la de la realización de los procesos electorales,
21 es la de realizar un seguimiento a la Representación Legal de los Trabajadores y las
22 Trabajadoras (RLT) durante su mandato, trasladándoles la información y
23 documentación que emana de la organización en cada momento. Además,
24 promocionan procesos electorales en las empresas donde no tenemos
25 representación sindical y hacen un seguimiento a las empresas decaídas con el
26 objeto de volver a promover elecciones.

27



1 Los/as OO.SS. son agentes afiliativos, por lo que deberán ofrecer la campaña de
2 afiliación específica a nuestros candidatos y candidatas en los procesos electorales,
3 así como al resto de RLT en las visitas de seguimiento que realicen.

4

5 Al estar en contacto directo con las personas trabajadoras en las empresas, es
6 fundamental que desarrollen su función como Agentes por la Igualdad. El objetivo es
7 detectar cualquier tipo de discriminación que pueda producirse en las empresas por
8 razón de género, edad, orientación sexual, problemas de salud, etc. y más
9 específicamente dar respuesta y especial atención a todas las mujeres trabajadoras
10 desde un espacio más cercano.

11

12 Entre sus cometidos también se encuentra fomentar la constitución de secciones
13 sindicales en aquellos centros de trabajo en los que el número de afiliados y afiliadas
14 así lo permitan.

15

16 Las/os OO.SS. son, por tanto, un activo más y muy importante en nuestra
17 organización, por lo que deberán estar constantemente informados/as de todo lo que
18 acontece en la misma. Además, en muchas ocasiones son las primeras personas de
19 la organización que detectan los conflictos en las empresas, ya que las trabajadoras
20 y los trabajadores asocian a la organización con el nombre de la persona a la que
21 conocen.

22

23 Por todo ello, se realizarán reuniones periódicas con el conjunto de organizadores/as
24 sindicales para:

25

- 26 - Conocer cuáles son sus **inquietudes** y la problemática de su actividad diaria.
- 27 - Darles a conocer las directrices sindicales de la organización.



- 1 - Formarles e informarles en lo relativo a laudos y sentencias en materia de
- 2 elecciones sindicales.
- 3 - Unificar estrategias y apoyo mutuo en los procesos electorales.
- 4 - Instruir en nuestra identidad sindical. *FICALIZACI N*.

5

6 Cabe recordar, por último, que sus funciones están claramente establecidas y no
7 deben ni pueden suplir las obligaciones y competencias de las comisiones ejecutivas.

8

9 VI.- COMITÉ ELECTORAL

10 El Comité Electoral de la Federación es el órgano donde se debate la política electoral y
11 afiliativa de nuestra organización con los diferentes organismos que la componen.

12

13 Entre sus cometidos se encuentra dar a conocer y poner en común las directrices en
14 materia electoral, fijando los objetivos electorales y afiliativos por cada territorio en
15 particular y de la federación en su conjunto. Los objetivos tenderán siempre al
16 incremento de la cuota de representación electoral que exista en cada momento, por lo
17 que estos serán anuales y siempre contra el cómputo dinámico existente. Así mismo
18 elaborará el protocolo para el seguimiento de las bajas de afiliación.

19

20 En el Comité Electoral se establecerán las estrategias electorales y afiliativas. Se
21 pondrán en común las experiencias de cada territorio que puedan servir al resto,
22 aportando ideas y propuestas que nos permitan crecer en representación y en afiliación.

23

24 Las reuniones de este órgano ha de servir también, para que todas las personas que lo
25 integran conozcan la distribución electoral de las empresas con varios centros de
26 trabajo en diferentes territorios, con el fin de que exista una coordinación y colaboración
27 a la hora de **afrontar** los procesos electorales de las mismas.



1

2 Deben aprovecharse estas reuniones para dar publicidad y hacer extensiva la
3 información de aquellos laudos, arbitrajes, sentencias de laudos impugnados y
4 jurisprudencia en materia electoral, que nos permitan sacar rédito y que puedan
5 contribuir al trabajo electoral diario.

6

7 VII.- AGRUPACIÓN DE TÉCNICOS Y CUADROS (ATC).

8 Cada vez más, el mercado laboral en nuestros sectores precisa que las personas
9 trabajadoras estén mejor formadas y cualificadas. Este hecho comporta que el colectivo
10 de trabajadores/as que se encuadran bajo las denominaciones de técnicos, cuadros y
11 mandos intermedios y administrativos (ATC) tengan una mayor presencia en los centros
12 de trabajo.

13 Histórica y culturalmente estos colectivos, en determinados ámbitos, se han agrupado
14 y han promovido EE.SS., obteniendo representatividad sindical organizaciones ajenas a
15 los sindicatos de clase, ya que no se sienten representados por los mismos.

16

17 Este colectivo tiene unas especiales peculiaridades, ya que al desempeñar su función al
18 lado de donde emanan las directrices de dirección de la empresa, sufren más la presión
19 para que individualicen sus relaciones laborales.

20

21 Sus reivindicaciones y peculiaridades no están recogidas en muchos casos en los
22 convenios colectivos de ámbito empresa y/o sectorial, en consecuencia, no se ve
23 identificado con la acción sindical que realizamos, quedando excluido del marco del
24 convenio que le sería de aplicación y por ende, catalogados como “fuera de convenio”
25 o “extra convenio”

26



1 Es tarea del conjunto de la Federación agrupar y organizar a este colectivo, a través de
2 la ATC con el objeto de ser la herramienta por la que puedan canalizar sus
3 reivindicaciones específicas y la **inclusión** de sus particulares condiciones laborales en
4 la negociación colectiva de su ámbito, convenio de sector o convenio o pacto de mejora
5 de empresa. Por todo ello, la Federación propondrá una persona que tendrá las
6 funciones de Coordinación de la ATC en la UGT-FICA de Catalunya.

7

8 Para conseguir este propósito, dos representantes nominados por la ATC participarán
9 en las diferentes asambleas sectoriales con el fin trasladar sus reivindicaciones y estas
10 sean recogidas en las plataformas que se elaboren para la negociación colectiva.
11 Además, su participación en estas asambleas deberá servir para darles visibilidad y que
12 el conjunto conozca las actividades que se realizan.

13

14 La ATC debe generar un espacio de participación real, coordinado y dirigido por
15 integrantes de este colectivo. Donde se planteen y se expongan su particular
16 problemática y reivindicaciones, siendo también un espacio donde se pongan en común
17 las experiencias que puedan ser útiles al conjunto de trabajadoras y trabajadores que la
18 integran.

19

20 Esto nos permitirá realizar propuestas concretas, consiguiendo desarrollar una política
21 sindical más adecuada, dando traslado del conjunto de sus reivindicaciones en la acción
22 sindical que se realiza.

23

24 La sindicalización entre este grupo de trabajadores y trabajadoras es inferior a la del
25 resto, por lo que fomentar la participación y generar contenido de la ATC debe
26 convertirse en una herramienta que permita su afiliación.

27

1 Para contribuir en su sindicalización, deben tener presencia en aquellas secciones
2 sindicales que estén constituidas. Además, sus conocimientos y su posición en la
3 empresa ayudarán a enriquecer los debates en el seno de la sección sindical.

4

5 VIII.- ASOCIACIÓN DE TRABAJADORES PASIVOS (ATP)

6 Existe en nuestros sectores un importante número de personas trabajadoras jubiladas
7 y pensionistas, además de las jubiladas parciales que se realizan a través de las
8 jubilaciones anticipadas como consecuencia de la negociación de los expedientes de
9 extinción de contratos (ERE's).

10

11 Las problemáticas de este colectivo son específicas y existe la necesidad de organizarlo
12 para canalizar la defensa de sus intereses, por tanto, el objetivo principal de la
13 Asociación de Trabajadoras y Trabajadores Pasivos (ATP) es agrupar y organizar a las
14 personas jubiladas y pensionistas que continúan afiliadas a la Federación, aportando su
15 dilatada **experiencia** y su participación en el sindicato, dando asistencia y atención
16 más allá de la vida laboral.

17

18 Entre sus funciones prioritarias estará la de preservar la afiliación cuando los afiliados y
19 afiliadas pasan a situación de jubilación. Para conseguir este cometido deben
20 asesorarlos/as en materia de ERE's, pensiones vitalicias, prejubilaciones, etc., ...
21 además de asesoramiento civil o personal relacionado con la percepción de una
22 pensión, la petición de una invalidez o cualquier otro derivado de la vida familiar (ley de
23 dependencia).

24 Realizan formación y actividades cuyo objetivo es la de reivindicar la problemática e
25 inquietudes de los problemas específicos de las personas prejubiladas, jubiladas y
26 pensionistas afiliadas a la UGT-FICA de Catalunya.

27



1 Su función es la de coordinar estas actividades en los sindicatos territoriales y
2 comarcales que componen el conjunto de la Federación. Para ello se realizará como
3 mínimo una jornada anual, donde se informará de su plan de trabajo y actividades,
4 pudiéndose programar visitas en aquellos centros de trabajo donde existan afiliados y
5 afiliadas próximas a la edad de jubilación. Del mismo modo, se articulará la fórmula para
6 que puedan tener **contacto** con las personas trabajadoras afiliadas que puedan ser
7 susceptibles de ser prejubiladas en los ERE's de extinción, con el mismo objetivo de
8 fidelizar su afiliación.

9

10 Por todo ello, en su primera reunión, propondrá una persona que tendrá las funciones
11 de Coordinación de la ATP en la UGT-FICA de Catalunya, además de elegir una
12 Comisión Permanente que deberá elaborar un programa anual de implantación y
13 actividades propias de este colectivo.

14

15 IX.- UGT-FICA CALÍ

16 Catalunya es un referente a nivel europeo en el reconocimiento institucional de la
17 identidad gitana y en visualizar de forma positiva al colectivo gitano. Ya en el 2001, el
18 Parlament de Catalunya hizo públicas dos importantes resoluciones a favor del pueblo,
19 resoluciones que permitieron reconocer la identidad del Pueblo Gitano y el valor de su
20 cultura, así como desarrollar el primer Plan Integral del Pueblo Gitano en Catalunya. Plan
21 Integral que se encuentra ya en su cuarta edición y que tiene como uno de sus ejes
22 principales el desarrollo de una ley pionera en Europa dirigida a garantizar los derechos,
23 la **igualdad** de trato y no discriminación de la población gitana.

24

25 En el ámbito laboral, el pueblo gitano es la minoría étnica que sufre la mayor
26 discriminación en el mercado laboral, con una tasa de paro en el Estado español de más
27 del 55%, casi 23 puntos porcentuales por encima del resto de la población y una tasa



1 de salarización del 43,3%, casi 38 puntos porcentuales por debajo del resto de la
2 población. Por tanto, nos encontramos ante un colectivo que encuentra enormes
3 barreras no únicamente en el acceso al empleo, sino también en su permanencia y su
4 promoción profesional.

5

6 En 2019, 48 años después de la celebración del primer congreso Gitano Internacional,
7 en el que se aprobó trabajar para pedir el reconocimiento por parte de las Naciones
8 Unidas de una de las comunidades culturales históricamente más discriminadas y
9 marginadas del mundo, y siendo conscientes de la realidad que sufre el pueblo gitano
10 en el ámbito laboral, se creó el grupo de trabajo UGT FICA CALI, un espacio en el que:

11

- 12 - Debatir y plantear distintas propuestas para detectar aquellas discriminaciones
13 que sufren las personas de etnia gitana en los centros de trabajo.
- 14 - Visibilizar las situaciones producidas en los entornos laborales, contribuyendo a
15 cambiar estereotipos negativos que se tienen sobre la comunidad gitana a través
16 de campañas de sensibilización que lleguen a nuestras más de 38.000 personas
17 afiliadas y más de 6.800 delegados y delegadas que conforman UGT-FICA de
18 Catalunya.
- 19 - Potenciar la participación de personas trabajadoras de etnia gitana en nuestra
20 organización a través de la representación unitaria y las Secciones Sindicales.
- 21 - Y, sobre todo, mantener la lucha sindical contra cualquier tipo de discriminación
22 a través de la negociación colectiva.

23

24 En definitiva, queremos que los trabajadores y las trabajadoras gitanas vean a UGT-
25 FICA de Catalunya como referente de lucha contra las discriminaciones que sufren en
26 el ámbito laboral, que vean a la organización como herramienta para trasladar sus
27 reivindicaciones y que quieran formar parte de él a través de la afiliación, elecciones
28 sindicales y Secciones Sindicales.



1 Se trata de crear sinergias, aprovechar y compartir distintas experiencias en el ámbito
2 laboral, motivados siempre por el **respeto** y el enriquecimiento mutuo.

3

4 X.- COMUNICACIÓN

5 La problemática laboral, la injusticia social, la vulneración de los derechos humanos, la
6 solución de los conflictos, las luchas, los logros, etc., son entre otros, temas que deben
7 ser socializados, divulgados y denunciados desde la óptica sindical ante la sociedad en
8 general, utilizando para ellos, todos los instrumentos que faciliten su difusión como notas
9 informativas, página web, redes sociales o medios de comunicación.

10

11 Entre los múltiples factores que intervienen y condicionan la acción sindical, la
12 comunicación se revela, cada vez más, como un instrumento no sólo necesario, sino,
13 prácticamente estratégico.

14

15 De ahí la importancia de establecer una estrategia digital común dentro de la
16 organización, clara y coherente, que incluya de manera activa a toda la estructura. Que
17 nos ayude a transmitir toda la labor sindical que hacemos diariamente y que aumente
18 nuestra credibilidad. Un plan de **comunicación** que recoja los objetivos, destinatarios,
19 políticas, estrategias, recursos y acciones de comunicación a desarrollar en todos los
20 ámbitos. Que defina la estrategia general de comunicación, el mensaje y el estilo a
21 difundir con la finalidad de transmitir nuestro día a día sindical en defensa de los
22 derechos de las personas trabajadoras, no solo a nuestras afiliadas, afiliados y cuadros
23 sindicales, sino a toda la sociedad, que muestre que los sindicatos no defienden sus
24 propios intereses, sino los intereses generales de la ciudadanía, con el objetivo de que
25 acaben identificándose con nuestras siglas.

26

27 • Plan de comunicación UGT-FICA de Catalunya:



1 El principal objetivo del Plan de comunicación es diseñar una comunicación común
2 dirigida a las afiliadas, afiliados, personas trabajadoras interesadas en nuestra labor y
3 sociedad en general, que transmita nuestros servicios, posicionamientos sindicales,
4 políticos y sociales como UGT-FICA de Catalunya de manera clara y directa.

5

6 La Secretaría de comunicación depende directamente de la Secretaria General y trabaja
7 estrechamente con el resto de las secretarías que conforman la Comisión Ejecutiva de
8 UGT-FICA de Catalunya.

9

10 • **Decálogo de principios y objetivos:**

- 11 1. Ser el referente en Catalunya de la clase trabajadora en nuestros sectores en un
12 contexto de evolución social con nuevas dinámicas. Afrontaremos los nuevos
13 retos a partir de la innovación en las estrategias de acción sindical y de
14 reivindicación social, con nuevos canales de participación y mayor
15 transversalidad.
- 16 2. Aumentar en afiliación.
- 17 3. Ganar las Elecciones Sindicales.
- 18 4. Marcar las líneas comunicativas de UGT-FICA de Catalunya, que transmita el
19 modelo sindical por el que apostamos.
- 20 5. Mejorar la comunicación interna y externa.
- 21 6. La coordinación con los diferentes gabinetes de comunicación de la UGT.
- 22 7. Realizar un plan de medios eficaz que construya **vínculos** sólidos y una
23 estrategia para ganar presencia en redes, a través de un análisis en profundidad
24 de nuestra página web, APP y redes sociales.
- 25 8. Garantizar el buen flujo de información con las afiliadas, afiliados, delegados,
26 delegadas y secciones sindicales, estableciendo unas pautas para la
27 comunicación.
- 28 9. Implementar un sistema de evaluación interna, periódica y útil.



1 10. Involucrar a las personas trabajadoras, afiliados, afiliadas y cuadros sindicales en
2 el proyecto sindical de la UGT-FICA de Catalunya, *FICALIZARLOS*.

3

4 • **Base de datos:**

5 Es necesario segmentar listas de distribución que generen información útil a nivel
6 cualitativo y cuantitativo, para evitar “bombardear” y generar un efecto *spam* que hace
7 que muchas personas opten por no leerlos o darse de baja.

8 Importante que los propios usuarios puedan acceder y modificar sus datos a través de
9 estos correos.

10

11 • **Estrategias de comunicación:**

12 La comunicación no es un fin en sí misma, es una **herramienta** al servicio de los
13 objetivos de la organización. Todo lo que hacemos y no hacemos comunica, por ello es
14 fundamental cuidar tanto la comunicación interna como externa.

15

16 Se planificarán las acciones tanto en el área interna como externa a corto, medio y largo
17 plazo y se establecerán mecanismos de control con el fin de realizar acciones de
18 corrección en caso de ser necesario.

19

20 • **Comunicación interna:**

21 Conjunto de acciones destinadas tanto al personal de la federación, afiliados y afiliadas,
22 delegados y delegadas, cuadros sindicales, sindicatos territoriales y secciones
23 sindicales, como a la confederación y al resto de federaciones estatales y uniones
24 territoriales. Este tipo de comunicación se destina a crear un modelo de funcionamiento
25 más articulado y para fomentar una colaboración dinámica y el trabajo en equipo.

26



1 Herramientas: tablones de anuncio, notas informativas, circulares, boletines, revista,
2 reuniones, formación, encuestas, auditorias, intranet, videoconferencias, correo
3 corporativo, programas de gestión de envío masivo, WhatsApp (grupos y listas de
4 distribución) y teléfono.

5

6 Es importante la elaboración de una **imagen** corporativa única que permita
7 identificarnos rápidamente.

8

9 Fundamental la utilización de un lenguaje inclusivo, que visibilice la labor sindical de las
10 mujeres.

11

12 • **Comunicación externa:**

13 Acciones destinadas a personas trabajadoras de nuestros sectores y opinión pública en
14 general.

15 Herramientas: Imagen corporativa, folletos, manuales, campañas, prensa, página web
16 y redes sociales, y relaciones públicas.

17

18 **PRENSA**

19 Se elaborará un plan de prensa que tenga como objetivo generar en las agencias de
20 noticias, medios gráficos, televisivos y electrónicos un auténtico interés por nuestros
21 mensajes y campañas con el objetivo de hacernos visibles.

22 También deberá definir las relaciones que mantengamos con los diversos medios de
23 comunicación, así como la estrategia a seguir para mejorar esta relación.

24

25 **PAGINAS WEB Y APP**

26 Se introducirá el seguimiento de Google Analytics como elemento fundamental de
27 control del uso que se hace de los espacios webs y de reorientación y soporte a la acción
28 sindical.



1 Se pondrá en conocimiento de los diferentes sectores y territorios la posibilidad de
2 implementar webs como herramienta de difusión de la actividad sindical.

3 La actualización y mantenimiento deberá hacerse periódicamente por cada una de las
4 secretarías que conforman la Comisión Ejecutiva de UGT- FICA de Catalunya, con el
5 apoyo técnico del equipo informático.

6

7 REDES SOCIALES

8 Para sacar el máximo provecho a las redes sociales es necesario conocer y comprender
9 cada uno de los medios. Se creará un protocolo de **gestión** de cuentas de redes
10 sociales corporativas, donde se establecerá un cronograma para cada una de las redes
11 con las que se vaya a trabajar, en el que se fijará: tipo de mensaje, objetivos y
12 temporalidad.

13 XI – JUVENTUD

14 La incorporación sindical de trabajadores jóvenes es el gran desafío por el cual
15 debemos preocuparnos e implicarnos como organización. Desde UGT-FICA de
16 Catalunya nos hemos fijado como objetivo prioritario conseguir una mayor presencia
17 de personas jóvenes que participen y se impliquen en el trabajo sindical y orgánico.

18 Para ello, primero debemos encontrar los puntos de encuentro entre jóvenes
19 trabajadores y sindicato, y segundo, poner en práctica medidas específicas que logren
20 una mayor afiliación y participación de la juventud trabajadora en UGT.

21 Puntos de encuentro entre jóvenes trabajadores y UGT-FICA de Catalunya

22 - Sigue sin resolverse el alto nivel de desempleo, y los puestos de trabajo que se
23 ofrecen a este colectivo cada vez son más precarios, con una temporalidad de
24 casi el 60%, un 70% de contratación a tiempo parcial no voluntaria y bajos
25 salarios. Todo esto implica tanto una pérdida de derechos laborales, como de

1 protección social. Las condiciones de precariedad laboral son el primer factor
2 que les condiciona a la hora de implicarse en la acción sindical. Por tanto, lo
3 primero que tenemos que conseguir es que nos identifiquen no solamente como
4 un espacio donde informarse y asesorarse, si no como instrumento de defensa y
5 reivindicación de sus derechos e intereses fundamentales. Los y las jóvenes
6 deben sentirse atendidos e integrados de manera tal que influya en la política y
7 desarrollo del **movimiento** sindical, de la vida laboral y de la sociedad. Si
8 descuidamos este aspecto, lo más seguro es que los jóvenes sigan sintiendo que
9 el movimiento sindical no les toma en serio.

10 - Conscientes de que cada vez más se mueven en estructuras individualizadas y
11 flexibles, la forma de llegar a los trabajadores y trabajadoras jóvenes no pueden
12 basarse solo con estar en las empresas, también hay que hacerlo a través de las
13 redes sociales y saliendo a la calle. Es necesario buscar nuevas formas de
14 acercarse a estos trabajadores y trabajadoras y hacerles comprender la utilidad
15 del sindicato potenciando sobre todo las nuevas tecnologías.

16 - Si queremos que se afilien y participen en la organización, además de hacer
17 campañas afiliativas específicas dirigidas a jóvenes, debemos actualizar el
18 ideario sindical transversalizando e incorporando las preocupaciones y los
19 anhelos de la juventud en todas las responsabilidades que existen en la UGT. En
20 definitiva, *FICALIZAR* a los/las jóvenes al sindicato, dándoles cabida,
21 escuchando y canalizando sus problemas para buscar soluciones y propiciar los
22 cambios, haciéndoles sentir que son parte de la UGT-FICA de Catalunya.

23 **Medidas y acciones**

24 Proponer por parte de la ejecutiva de la UGT-FICA de Catalunya una persona
25 responsable de juventud.



- 1 Desarrollar nuevas **estrategias** de búsqueda de afiliación a través de campañas
- 2 específicas dirigidas a jóvenes trabajadores y trabajadoras.
- 3 Acercar el sindicato a centros de formación y universidades para informar de nuestra
- 4 labor a través de programas de orientación laboral impartidos por el sindicato y
- 5 explicando la importancia de estar afiliado/a.
- 6 Fomentar la participación de jóvenes trabajadores y trabajadoras en la organización,
- 7 creando espacios de debate propios.
- 8 Diseñar cursos específicos dirigidos a los cuadros más jóvenes.
- 9 Campaña de información específica sobre reivindicaciones y avances en mejoras
- 10 laborales que les afectan más directamente.

11

12 XII.- COOPERACIÓN CON EL SINDICATO ALEMÁN IG METALL 13 (Región MEO)

14 El 8 de mayo de 2018 la UGT FICA de Catalunya y el IG Metall de la región MEO
15 acordamos suscribir un convenio de cooperación, en base al trabajo de cooperación
16 realizado desde 2002 entre MCA-UGT de Catalunya y el IG Metall de la región DEMO,
17 para que la unión y coordinación existente entre ambas organizaciones siguiera
18 teniendo un interés positivo y seguir sumando esfuerzos para establecer caminos de
19 actuación que favorezcan e incrementen el beneficio mutuo aprovechando el máximo
20 de sus potenciales.

21

22 Para lograr este objetivo, ambas organizaciones nos hemos fijado varios compromisos
23 de futuro:

- 24 - La necesidad de desarrollar un marco europeo común de derechos laborales
- 25 básicos para todas las personas trabajadoras, que sean reconocidos y exigibles en



- 1 los diferentes Estados de la Unión Europea: Salario Mínimo Interprofesional y
2 Estatuto de las Trabajadoras y los Trabajadores europeo.
- 3 - Aprovechar los encuentros anuales para invitar a otras organizaciones/instituciones
4 relacionadas con ambas organizaciones.
- 5 - Creación de una base de datos conjunta con la relación de empresas que cuenten
6 con centros en ambos países, Secciones Sindicales y Comités Europeos
7 constituidos.
- 8 - Entablar relaciones entre Secciones Sindicales de empresas que tengan centro de
9 trabajo en Catalunya cuya matriz esté en Alemania o viceversa.
- 10 Los pilares en los que se sustenta la cooperación entre IG Metall, región MEO, y la UGT-
11 FICA de Catalunya: diálogo, solidaridad, modelo social, Europa, formación, la lucha
12 contra los nacionalismo, protección del trabajo, protección de la salud, intercambio de
13 conocimientos, lucha contra la pobreza, el trabajo conjunto, luchar por una legislación
14 común europea, políticas de género y las nuevas tecnologías.
- 15