



PLAN ESTRATÉGICO

**PERÍODO
2018-2020**

Aprobado por:

Dirección General



PLAN ESTRATÉGICO

AÑO 2019

Aprobado por:

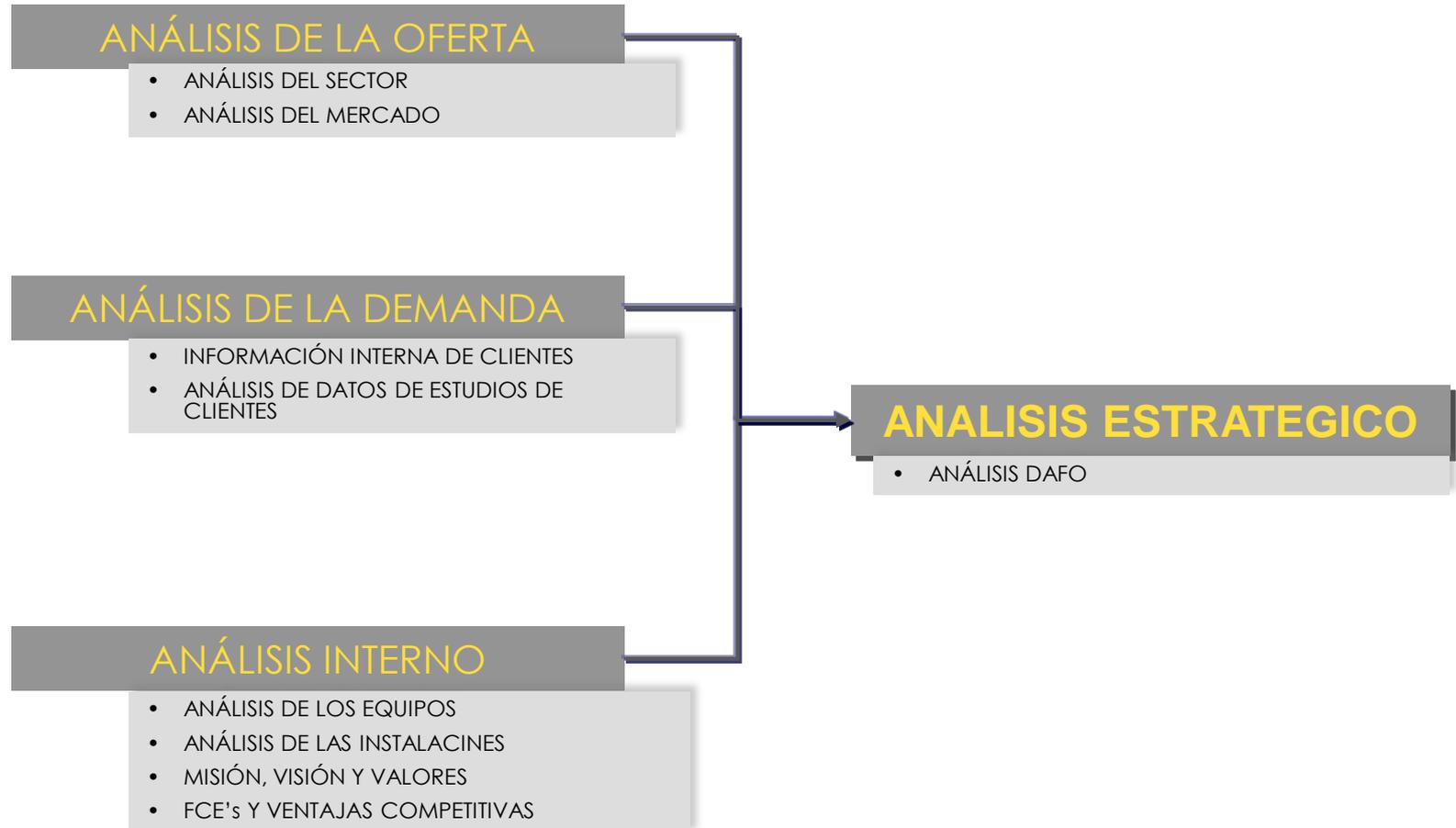
A handwritten signature in black ink, appearing to read "Inceus", is written over a light gray rectangular background.

Dirección General

INDICE

1. ANÁLISIS DE LA OFERTA
2. ANALISIS DE LA DEMANDA
3. ANALISIS DE RECURSOS
4. VENTAJAS COMPETITIVAS
5. EVALUACION INTERNA Y EXTERNA. ANALISIS DAFO
6. OBJETIVOS ESTRATEGICOS
7. LINEAS ESTRATEGICAS

ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN



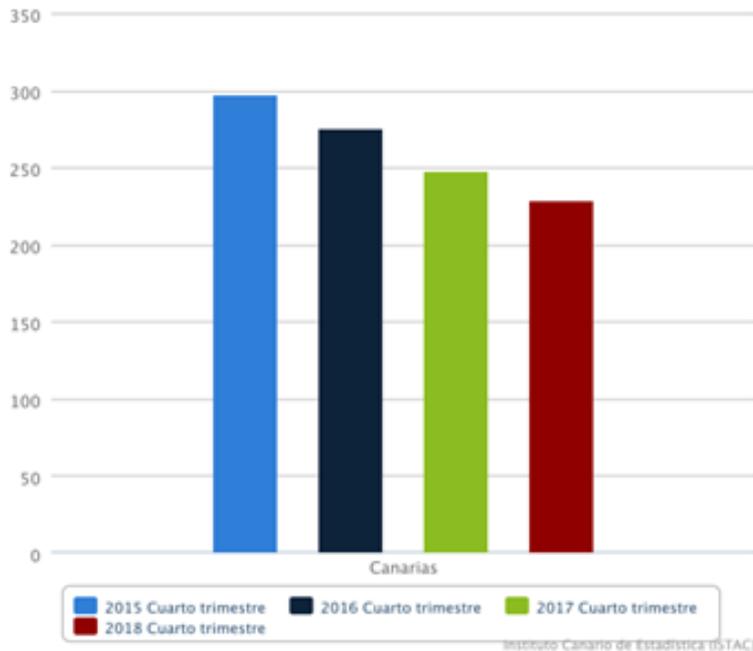
BREVE INTRODUCCIÓN METODOLÓGICA

- En primer lugar es importante poner de relieve la falta de homogeneidad de algunos de los datos obtenidos a través de los diferentes organismos consultados. Así, se han podido apreciar diferencias en la presentación, exposición, organización y explotación de los datos facilitados por los distintos organismos consultados según sea el nivel o el órgano administrativo que presenta o publica los datos (estatal, autonómico y/o provincial). En cualquier caso, el conjunto de los datos permite disponer de una visión amplia y de conjunto para visualizar hacia dónde se encamina el sector de la formación en Canarias.

ANALISIS DE LA OFERTA

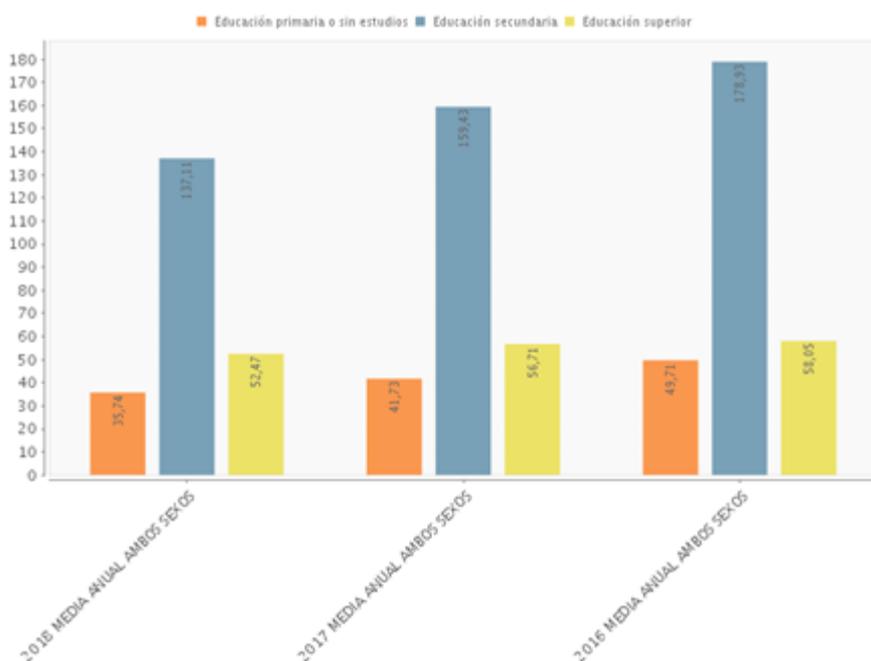
- Según el Padrón municipal de habitantes del Instituto Nacional de Estadística, a fecha 01/01/2018 se encuentran empadronadas en Canarias 2.127.685 personas, de las cuales 1.054.032 son varones y 1.073.653 son mujeres. La población ha aumentado respecto a años anteriores.
- Del total de la población de 16 y más años, el 52,76% son activos (1.122.490 personas) y el 47,24% restante inactivos (1.005.195 personas). La población activa aumenta un 2,12% respecto al año 2017.
- Según datos arrojados por el Instituto Canario de Estadística, el total de trabajadores en alta laboral en la Seguridad Social en el mes de diciembre de 2017 en Canarias ascendía a 785.225 trabajadores, 30.424 más que en el mismo mes del año anterior, lo que se traduce en un incremento porcentual del 4,03%.

ANALISIS DE LA OFERTA



- En diciembre de 2018 existen en Canarias 228.210 parados; esto supone un descenso de 18.230 personas respecto al mismo mes del año 2017.
- En diciembre de 2018 ha habido un descenso del paro para ambos sexos, respecto al mismo periodo del año anterior. El desempleo ha descendido en 2200 hombres (-1,85%), y en 16.020 mujeres (-12,55%). Lo que confirma un mayor problema de desempleo en las personas de sexo masculino.
- Por edades, comparando el ultimo cuatrimestre del 2018 con el mismo del 2017, aquellos rangos de edad donde más ha decrecido el numero de personas paradas ha sido entre los 16 y 19 años (48%), seguido el de 35-44 años (11,88%). Los mayores de 55 años son los que menos han notado la disminución de personas paradas (0,6%)

ANALISIS DE LA OFERTA



- En cuanto al porcentaje de paro según el nivel formativo, el nivel con mayor número de personas paradas es el de educación secundaria, aunque hay que mencionar que la población con este tipo de educación es la más abundante en la sociedad de canarias.

ANALISIS DE LA OFERTA

- Con respecto a los sectores, el sector de la Construcción es en el que se ha producido una mayor disminución de las personas en paro en comparación con el año anterior(-11,3%), le sigue el sector de la Agricultura (-5,6%), el sector servicios (-3,4%) y, por último, la industria que no ha disminuido el paro si no que ha aumentado respecto a 2017, concretamente se ha acentuado en un 27,1%.

	2018	2017	2016	2015
Agricultura	2.860	3.030	5.080	4.530
Industria	5.160	4.060	5.370	3.660
Construcción	10.060	11.340	11.410	11.860
Servicios	83.080	85.970	90.990	85.480

ANALISIS DE LA OFERTA

- El municipio con mayor porcentaje de personas en paro es La Gomera seguido de La Palma, con un 11,83% y 11,70% respectivamente. Por el contrario, Fuerteventura (9,98%) y Lanzarote (10,05%) cuentan con la menor tasa de paro de todos los municipios que conforman las Islas Canarias.
- Por otro lado, hay que mencionar que todos los municipios, a excepción de Lanzarote y Fuerteventura, han conseguido reducir, en mayor o menor medida, en número de personas en paro en el cuarto trimestre del 2018 respecto al mismo trimestre del año anterior.

	Población total	T4 2018	T4 2017	T4 2016	T4 2015	T4 2014
Canarias (Total)	2.127.685	228.210	246.440	273.990	297.070	342.170
Lanzarote	149.183	14.990	14.360	16.370	20.510	24.160
Fuerteventura	113.275	11.300	11.160	12.940	14.460	19.210
Gran Canaria	846.717	94.730	99.440	112.080	122.830	144.390
Tenerife	904.713	94.020	106.900	116.990	122.830	136.61
La Gomera	21.136	2.500	2.560	2.920	3.090	3.370
La Palma	81.863	9.580	10.610	11.180	12.110	13.040
El Hierro	10.798	1.090	1.410	1.500	1.450	1.390

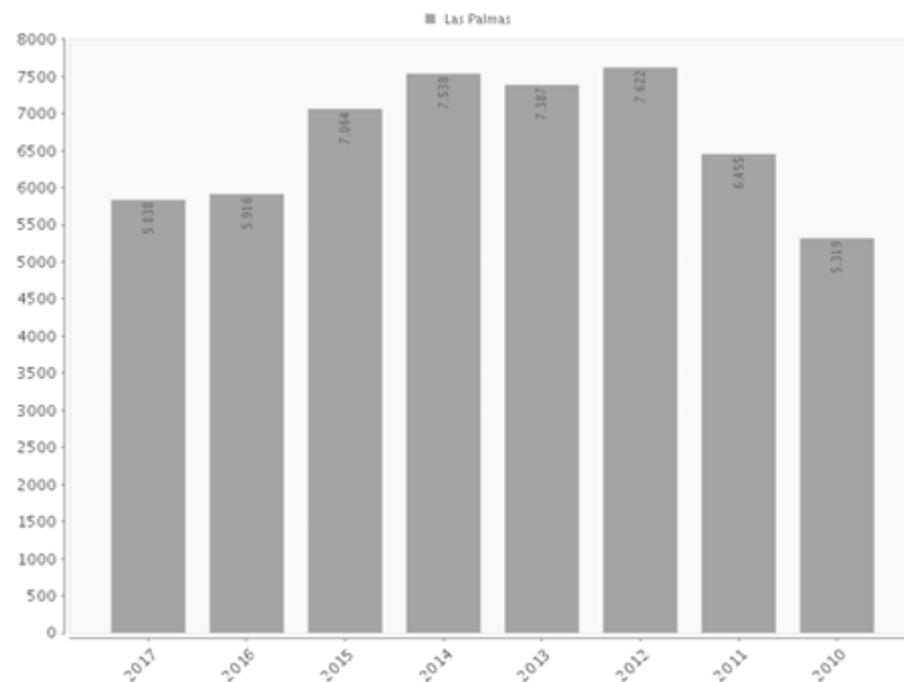
ANALISIS DE LA OFERTA

- Según los datos la Fundación Tripartita, en Canarias, durante el año 2016, el número total de participantes en acciones formativas fue de 132.740 alumnos, siendo el grupo mayoritario en participación el de la actividad económica de Hostelería, con 38.048 partícipes, seguido del Comercio al por mayor y al por menor (23.229 participantes)
- Por otro lado la actividad económica en la que menos participación hubo fue en las industrias extractivas, con solo 11 personas que recibieron formación.

Actividad económica	Participantes	Actividad económica	Participantes
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	725	Información y comunicaciones	952
Industrias extractivas	11	Actividades financieras y de seguros	9.955
Industria manufacturada	5.883	Actividades inmobiliarias	396
Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado	1.277	Actividades profesionales, científicas y técnicas	2.980
Suministro de agua, actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación.	2.575	Actividades administrativas y de servicios auxiliares	10.716
Construcción	5.709	Educación	3.595
Comercio al por mayor y al por menor	23.229	Actividades sanitarias y de servicios sociales	9.180
Transporte y almacenamiento	12.680	Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento	1.776
Hostelería	38.048	Resto de servicios	2.537

ANALISIS DE LA OFERTA

- Atendiendo al numero de empresas que dan formación en Las Palmas se observa que ha habido una creciente evolución en el periodo 2010-2017, pasando de tener 5.319 empresas a 5.838 en el 2017. Como se puede comprobar, el 2012 fue el año de este periodo donde hubo el mayor numero de empresas dedicadas a la formación, manteniéndose en los siguientes 3 años entorno a los 7000 centros y, posteriormente, produciéndose una gran disminución en el sector en el año 2016. En 2017 los datos son similares al año anterior.



Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC) a partir de datos del Ministerio de Empleo y Seguridad Social.

ANALISIS DE LA OFERTA

- Si prestamos atención a la formación de personas desempleadas en Las Palmas, la tendencia apunta a una disminución de la participación de la población formada en el periodo 2008-2017, notándose un gran despunte en el año 2016, con un total de 8.217 participantes. El mayor numero de participación en todo el periodo se da en personas con estudios secundarios(educación general) seguido de personas con estudios postsecundarios y posteriormente personas con Programas de F.P.
- Los datos de la provincia, confirman que la población desempleada que tiene estudios secundarios es la población que más peso tiene en la formación no reglada dirigida prioritariamente a desempleados.

	2018	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008
TOTAL	6.741	8.217	5.744	5.880	5.682	3.700	5.530	6.845	5.554	6.751
Sin estudios	3	6	3	2	8	6	7	25	16	2
Estudios primarios incompletos	371	535	347	390	256	218	429	629	594	807
Estudios primarios completos	164	194	131	188	123	110	178	235	178	226
Estudios secundarios: Programas de F.P.	650	845	596	634	568	385	557	617	563	649
Estudios secundarios: Educación general	3.838	4.510	3.259	3.396	3.123	2.092	3.069	3.962	3.208	4.010
Estudios postsecundarios: Técnicos profesionales superiores	866	1.110	772	693	800	456	653	755	534	542
Estudios postsecundarios: Primer ciclo	300	401	289	276	382	213	330	320	243	243
Estudios postsecundarios: Segundo y tercer ciclo	539	608	346	299	415	216	302	292	208	265
Otros	10	8	1	2	7	4	5	10	10	7

ANALISIS DE LA OFERTA

- o Atendiendo a los grupos de edad, las personas de los grupos de edad menores de 25 años y los de edades comprendidas entre 25 y 34 años tuvieron una menor participación en la formación no reglada durante el periodo 2003-2017. Sin embargo aquellas mayores de 35 años han mantenido mas o menos constante su nivel participativo, teniendo un pequeño despunte en los años 2006, 2016 y 2017.

	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003
TOTAL GRUPOS DE EDAD	6.741	8.217	5.744	5.880	5.682	3.700	5.530	6.845	5.554	6.751	7.177	10.944	9.159	7.930	9.430
Menos de 25 años	1.627	1.980	1.422	1.397	1.257	912	1.300	1.625	1.599	2.018	2.282	3.649	3.134	2.595	3.291
De 25 a 34 años	1.947	2.458	1.659	1.805	2.049	1.152	1.760	2.173	1.803	2.101	2.214	3.711	3.186	2.867	3.699
De 35 y más años	3.167	3.779	2.663	2.678	2.376	1.636	2.470	3.047	2.152	2.632	2.681	3.584	2.839	2.468	2.440

ANÁLISIS DE LA OFERTA

- En líneas generales, el sector de formación no reglada ha experimentado ciertos cambios motivados por las nuevas necesidades del mercado de trabajo, el creciente peso del e-learning o la tele-formación, el mayor peso de las TIC's, las nuevas realidades del sector servicios, o el creciente peso de la formación subvencionada.
- La formación no reglada es un elemento que cada vez toma más peso en la sociedad actual, debido a las nuevas necesidades y los nuevos conocimientos que se requieren en un mercado laboral cada vez más flexible, donde de nuevo es cada vez más indispensable la formación continua y específica tanto a nivel particular, como a nivel de empresa. Por todo esto, las empresas de formación, juegan de forma creciente un papel esencial en el desarrollo de un sistema eficaz en la formación para el empleo.

ANALISIS DE LA OFERTA

- Para el análisis de la competencia hay que distinguir cuatro tipos principales de competidores:
 - ❑ Otros centros de formación, que se encuentren situados en la misma zona de influencia, ya que es frecuente que el destinatario del curso no desee hacer un desplazamiento largo para dar sus clases.
 - ❑ Centros de formación fuera de la zona de influencia pero que entran en competencia para la formación a distancia y online y aquellos cursos específicos que no se ofertan en otros centros de la zona, ya que, a pesar de la distancia, los clientes prefieren desplazarse si el temario, la calidad de enseñanza y los medios es superior.
 - ❑ Internet. Existen un conjunto de páginas y espacios Web que ofrecen cursos online de manera gratuita o de bajo coste para que una persona pueda formarse y son centros que pueden estar a una distancia considerable.
 - ❑ Aquellos centros que tienen mayor volumen de convenios con el Gobierno de Canarias, así como subvenciones, y que dirige su oferta formativa hacia la población desempleada, ocupada, particulares, empresa, diversificando su oferta formativa con ayuda del e-learning.
- Por ello, la verdadera competencia son en este momento los centros próximos e Internet, para los cursos particulares, además de las anteriores, los centros de mayor o menor tamaño de fuera de la zona para algunos cursos específicos.

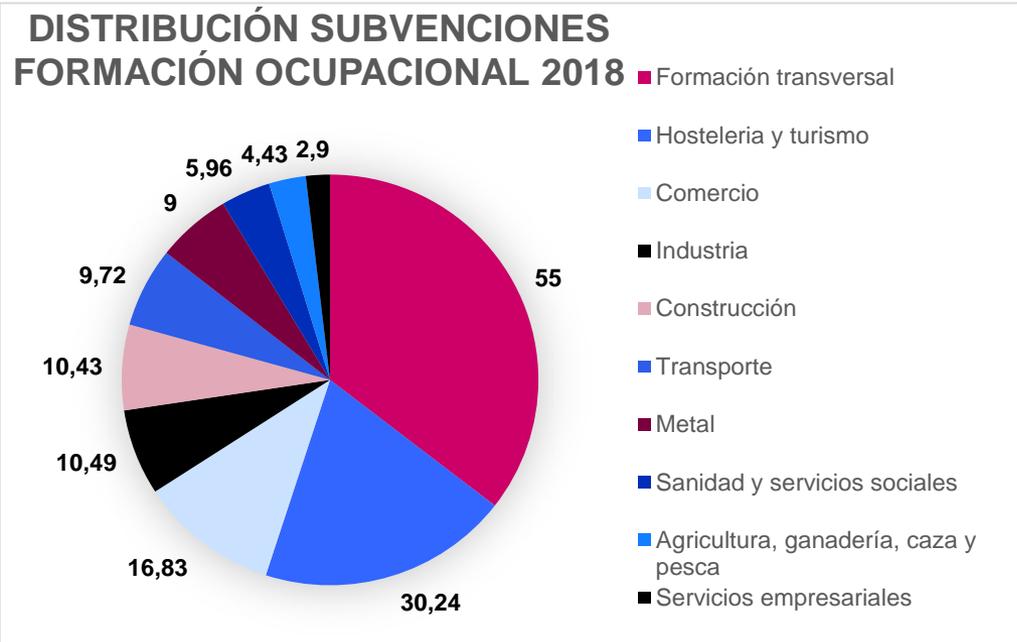
ANÁLISIS DE LA OFERTA

- En líneas generales, los competidores más importantes en Las Palmas, de los que no hay datos generales accesibles y fiables son los siguientes:
 - ❑ INFORCA servicios y formación, S.L.
 - ❑ Fuerteventura 2000, S.L.
 - ❑ Formación ocupacional canaria FOCAN S.L
 - ❑ Fundación canaria ICSE promoción y desarrollo de estudios superiores en canarias
 - ❑ Centro de formación AFS, S.L.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Las subvenciones a la Formación Ocupacional Continua que adjudica el Gobierno de Canarias para toda la Comunidad se hacen a través de la Fundación FUNCATRA, que maneja y asesora a las entidades que se presentan a optar por estas subvenciones que tiene una cuantía de:

- ❑ Para 2011: 5.565.474,37€
- ❑ Para 2012: 5.995.185,00€
- ❑ Para 2013: 6.026.613,60€
- ❑ Para 2014: 5.855.933,24€
- ❑ Para 2015: 8.443.760,00€
- ❑ Para 2016: 9.246.368,06€
- ❑ Para 2017: 9.750.000,00€
- ❑ Para 2018: 10.500.000,00€



ANALISIS DE LA OFERTA

- Las subvenciones a la formación dirigida principalmente a desempleados las adjudica el Gobierno de Canarias a través del Servicio Canario de Empleo para toda la Comunidad y que tuvo una cuantía para 2018 de 51.850.000,00 € distribuidos por isla en términos de población desempleada, población, y entidades y proyectos formativos.
- Para el año 2018, las entidades de Las palmas que mas peso tuvieron en la distribución de subvenciones destinadas a la formación de personas desempleadas son:

- ❑ Fuerteventura: 1.728.375,00€
- ❑ Focan: 1.701.075,00€
- ❑ Europea de formación y consultoría: 1.353.300,00€
- ❑ Insforca: 1.164.525,00€
- ❑ Fundación laboral de la constitución: 1.137.225,00€
- ❑ Instituto canario de psicología y educación: 1.113.525,00€
- ❑ Insforcan: 1.087.050,00€
- ❑ Juan Pablo Cabrera Borgues: 1.031.550,00€

ANÁLISIS DE LA OFERTA

- En septiembre de 2018, el servicio canario de empleo destino un total de 10.500.000,00€ para los planes de formación para el empleo dirigidos prioritariamente a trabajadores ocupados.
- Esta formación se agrupa en diferentes sectores:
 - Intersectoriales
 - Sectoriales:
 - Agricultura, ganadería, caza y pesca.
 - Comercio
 - Construcción
 - Hostelería y turismo
 - Industria
 - Metal
 - Sanidad y servicios sociales
 - Servicios empresariales
 - Transporte
- La distribución de fondos en porcentaje entre los tipos de planes de formación señalados, es de 60% para Planes de Formación Intersectoriales y 40% para Planes de Formación Sectoriales.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

SEGMENTOS	1. PARTICULARES	2. EMPRESA	3. SUBVENCIONADA
CATÁLOGO DE CURSOS	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> OFIMÁTICA <input type="checkbox"/> SISTEMAS OPERATIVOS Y PROGRAMACIÓN <input type="checkbox"/> INTERNET Y NUEVAS TECNOLOGÍAS. <input type="checkbox"/> DISEÑO GRÁFICO, WEB Y PUBLICIDAD. <input type="checkbox"/> IDIOMAS <input type="checkbox"/> RECURSOS HUMANOS. <input type="checkbox"/> ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS <input type="checkbox"/> PEDAGOGÍA Y FORMACIÓN. <input type="checkbox"/> ADMINISTRACIÓN PÚBLICA. <input type="checkbox"/> VARIOS 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> OFIMÁTICA <input type="checkbox"/> SISTEMAS OPERATIVOS Y PROGRAMACIÓN <input type="checkbox"/> INTERNET Y NUEVAS TECNOLOGÍAS. <input type="checkbox"/> DISEÑO GRÁFICO, WEB Y PUBLICIDAD. <input type="checkbox"/> IDIOMAS <input type="checkbox"/> RECURSOS HUMANOS. <input type="checkbox"/> ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS. <input type="checkbox"/> PEDAGOGÍA Y FORMACIÓN. <input type="checkbox"/> ADMINISTRACIÓN PÚBLICA. <input type="checkbox"/> VARIOS 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> RETOQUE DIGITAL Y ESCANEADO DE IMÁGENES. <input type="checkbox"/> INICIACIÓN A LA RED DE INTERNET. <input type="checkbox"/> INGLÉS: GESTIÓN COMERCIAL. <input type="checkbox"/> INGLÉS: ATENCIÓN AL PÚBLICO. <input type="checkbox"/> ALEMÁN: ATENCIÓN AL PÚBLICO. <input type="checkbox"/> RUSO: ATENCIÓN AL PÚBLICO <input type="checkbox"/> ATENCIÓN SOCIO SANITARIA A PERSONAS DEPENDIENTES EN INSTITUCIONES SOCIALES. <input type="checkbox"/> DOCENCIA DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL PARA EL EMPLEO. <input type="checkbox"/> GESTIÓN CONTABLE Y GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA AUDITORÍA. <input type="checkbox"/> GESTIÓN INTEGRADA DE RECURSOS HUMANOS. <input type="checkbox"/> OPERACIONES DE GRABACIÓN Y TRATAMIENTO DE DATOS Y DOCUMENTOS. <input type="checkbox"/> PROMOCIÓN TURÍSTICA LOCAL E INFORMACIÓN AL VISITANTE. <input type="checkbox"/> OPERACIONES AUXILIARES DE MONTAJE Y MANTENIMIENTO DE SIST. MICROINFORMÁTICOS. <input type="checkbox"/> DESARROLLO DE APLICACIONES CON TECNOLOGÍAS WEB <input type="checkbox"/> MONTAJE Y REPARACIÓN DE SISTEMAS MICROINFORMÁTICOS. <input type="checkbox"/> SISTEMAS MICROINFORMÁTICOS. <input type="checkbox"/> ACTIVIDADES DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA. <input type="checkbox"/> OPERACIONES AUXILIARES DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS Y GENERALES. <input type="checkbox"/> INTRODUCCIÓN A LA METODOLOGÍA DIDÁCTICA. <input type="checkbox"/> MONTAJE Y MANTENIMIENTO DE INSTALACIONES ELÉCTRICAS DE BAJA TENSIÓN <input type="checkbox"/> MONTAJE Y MANTENIMIENTO DE TELECOMUNICACIONES <input type="checkbox"/> PELUQUERÍA <input type="checkbox"/> AUXILIAR DE PELUQUERÍA

ANALISIS DE LA OFERTA

- CENTROS: En cuanto a sucursales, predominan las empresas que solo cuentan con un centro. ATENEO cuenta con dos centros situados, uno situado en la Avenida de Escaleritas nº 33, en el distrito de Escaleritas, calle principal de nuestro distrito dentro del Municipio de Las Palmas de Gran Canaria y el segundo muy cerca del primero en la Avenida de Escaleritas nº 52.
- OFERTA FORMATIVA: El promedio de campos a los que se dirigen los cursos son: Ofimática, Sistemas operativos y Programación, Internet y Nuevas Tecnologías, Diseño Gráfico, Web y Publicidad, Idiomas, Recursos Humanos, Administración y Gestión de empresas, Turismo, Pedagogía y Formación, Administración Pública (Oposiciones) y otros...
- SOPORTE: No todos los centros de la competencia tienen acceso Web a los cursos ni disponen de la modalidad de formación a distancia u online. ATENEO no dispone de plataforma on-line, propia o subcontratada, pero tiene un amplio catálogo con mas de 300 cursos y una página web con información permanentemente actualizada sobre las novedades en la oferta formativa. Además, ATENEO es una agencia autorizada con lo que dispone de ofertas de empleo actualizadas en la Web, y un servicio de colocación que está en contacto permanente con el Servicio Canario de Empleo.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

- TIPO DE SERVICIOS: La Mayoría de los centros de la isla se centran en un numero limitado de cursos, ATENEO ofrece los siguientes, además de la preparación de oposiciones a la Administración del Estado, Servicio Canario de Salud, Instituciones Penitenciarias, Gobierno de Canarias, Cabildos y Ayuntamientos, Ministerio de Defensa, Administración de Justicia, etc.

- OFIMÁTICA
- SISTEMAS OPERATIVOS Y PROGRAMACIÓN
- INTERNET Y NUEVAS TECNOLOGÍAS.
- DISEÑO GRÁFICO, WEB Y PUBLICIDAD
- IDIOMAS
- RECURSOS HUMANOS.
- ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS.
- PEDAGOGÍA Y FORMACIÓN.
- ADMINISTRACIÓN PÚBLICA.
- VARIOS

ANALISIS DE LA OFERTA

- TIPO DE SEGMENTOS: Clasificación respecto de las tipologías de clientes y los productos ofrecidos por la empresa:
 - Segmento de formación a particulares:
 - Lo indicado en las páginas anteriores
 - Segmento de formación a empresas:
 - Lo indicado en las páginas anteriores
 - Segmento de formación subvencionada:
 - Las especialidades Homologadas por SCE

ANALISIS DE LA OFERTA

- AREA DEMOGRAFICA: En el área de Las Palmas de Gran Canaria hay aproximadamente 60 centros de formación no reglada, la mayoría con una sola sede en toda la provincia. ATENEO tiene 2 sedes, que abarcan una zona amplia de las Palmas de Gran Canaria.
- Al realizar el estudio de los competidores del área de influencia se llega a las siguientes conclusiones:
 - En Las Palmas: Es un centro de tipo medio, por encima de la media con dos centros, que tiene la ventaja de impartir formación para desempleados/as y ocupados/as, y como miembro de CECAP teniendo el apoyo de la fundación tripartita, de la propia CECAP y que está en contacto directo con el Servicio Canario de Empleo como centro autorizado de colocación.
 - En su zona de influencia: ATENEO es un centro que oferta formación destinada tanto a empresas como a particulares, con una oferta formativa más especializada que algunos centros que operan tanto en Las Palmas como en la isla de Gran Canaria y el resto de las Islas del Archipiélago y que son competidores directos y, por tanto, esta en igualdad de condiciones y en muchos casos por encima de la mayoría de sus competidores directos en su zona, por la experiencia y calidad de sus cursos.
 - Para empresas: La competencia se incrementa y aparecen competidores de fuera del área de influencia.
- Por tanto está en igualdad de condiciones o en algunos casos por encima de sus competidores directos en su zona, ya que tenemos plataforma propia, a diferencia de nuestros competidores.

ANALISIS DE LA OFERTA

SEGMENTOS	1. PARTICULARES	2. EMPRESA	3. SUBVENCIONADA
COMPETIDORES	<ol style="list-style-type: none">1. AURA FORMACIÓN2. CENTRO DE ESTUDIOS KUMA3. LICEO 20004. AUDIO CENTRO	<ol style="list-style-type: none">1. INCAEM2. INSTITUTO FOCAN3. CENTRO DE ESTUDIOS KUMA4. LICEO 20005. AUDIO CENTRO	<ol style="list-style-type: none">1. AFS FORMACIÓN2. INSTITUTO FOCAN3. CENTRO DE ESTUDIOS KUMA4. ICSE5. AURA FORMACIÓN6. INSFORSCAN7. LICEO 2000 <p>... y mas</p>

Precios

- En cuanto a los precios y presupuestos, ATENEO tiene las tarifas similares, respecto a nuestros competidores, obligado por la competencia feroz que hay actualmente en el sector.
- En cualquier caso esto lo subsana con una amplia oferta de cursos, incluyendo preparación de oposiciones, que publica y actualiza de forma periódica.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

- Basándonos en la encuesta del Programa Internacional para la Evaluación de las Competencias de la población adulta (PIAAC), encuesta relacionada con el ámbito de la formación para el empleo que trata de valorar el grado y distribución de las destrezas de la población adulta a lo largo de su vida laboral (16 a 65 años), podemos destacar las siguientes conclusiones:
 - ❑ La formación continua contribuye de forma positiva al mantenimiento de las destrezas. Las personas que recibieron formación en los doce meses anteriores a la encuesta obtuvieron puntuaciones más elevadas en las diferentes competencias analizadas (lectora y matemáticas).
 - ❑ Una proporción alta de adultos españoles tienen escaso conocimiento del uso del ordenador, y una gran proporción muestra muy pocas competencias a la hora de acceder, analizar y comunicar información a través de medios digitales básicos.
 - ❑ Más de un 40% de los trabajadores participaron en cursos de adultos. Los trabajadores mejor educados desarrollan y mantienen su conocimiento y competencias.
 - ❑ Más allá de la educación formal, el aprendizaje ocurre en una variedad de otros entornos, como en la familia, en el lugar de trabajo ya través de actividades individuales. Para que las habilidades conserven su valor, deben ser desarrolladas continuamente a lo largo de toda la vida. Las oportunidades de aprendizaje permanente son relevantes para los trabajadores tanto en ocupaciones altamente cualificadas como en la de baja cualificación. En los sectores tecnológicos, los trabajadores necesitan actualizar sus competencias y mantenerse al día con técnicas que cambian rápidamente. Los trabajadores de sectores de baja tecnología y aquellos que desempeñan tareas de baja cualificación deben aprender a adaptarse, ya que están en mayor riesgo de perder su trabajo al sustituirse las tareas rutinarias que realizan cada vez más por máquinas, y a que las empresas pueden trasladarse a países con menos costes laborales.

ANALISIS DE LA DEMANDA

- En una economía cada vez más global e independiente, el capital humano se rige en un factor clave para poder competir con garantía de éxito. Por ello, la formación constituye un objetivo estratégico para reforzar la productividad y competitividad de las empresas en el nuevo escenario global, así como para potenciar la empleabilidad de los trabajadores en un mundo en constante cambio.

- Los fines principales de la formación profesional para el empleo son:
 - ❑ Favorecer la formación a lo largo de la vida de los trabajadores desempleados y ocupados, mejorando su capacitación profesional y desarrollo personal.

 - ❑ Proporcionar a los trabajadores los conocimientos y las prácticas adecuados a las competencias profesionales requeridas en el mercado de trabajo y a las necesidades de las empresas.

 - ❑ Contribuir a la mejora de la productividad y competitividad de las empresas.

 - ❑ Mejorar la empleabilidad de los trabajadores, especialmente de los que tienen mayores dificultades de mantenimiento del empleo o de inserción laboral.

 - ❑ Promover que las competencias profesionales adquiridas por los trabajadores tanto a través de procesos formativos, como de la experiencia laboral, sean objeto de acreditación.

ANALISIS DE LA DEMANDA

- Según los datos la Fundación Tripartita, en Canarias durante el año 2017 el número total de participantes en acciones formativas relacionadas con los diferentes sectores productivos fue de 144.060 alumnos.

	De 16 a 25	De 26 a 35	De 36 a 45	De 46 a 55	Mayores de 55	Sin datos	Total
Participantes	7.943	34.036	54.908	37.189	9.891	93	144.060
Media de horas	14,5	15,9	14,8	13,1	12,0	10,9	14,4

- Por grupos de edad, los alumnos en edades comprendidas entre los 36-45 años fueron los que, en mayor medida, participaron en las acciones formativas en Canarias, con un 38,1% sobre el total de participantes.

ANALISIS DE LA DEMANDA

Modalidades de formación

La modalidad estrella de impartición es la presencial con un 77% del total, seguida de la teleformación con un 22%.

	Presencial	Mixta	Teleformación	Total
Participantes	111.107	1.870	31.083	144.060
Horas de formación	1.095.000	91.196	888.700	1.074.896

Formación académica de los participantes

En cuanto a la formación académica de los participantes, el 42,26% tienen estudios primarios y el 31,77% secundarios.

	Primaria	Secundaria	Terciarios	Otras titulaciones	Total
Participantes	63.762	45.770	32.378	2.150	144.060
Media de horas	805.301	665.065	561.078	43.452	2.074.896

ANALISIS DE LA DEMANDA

Acciones formativas con mayor número de participantes

Las acciones formativas por área profesional de la acción que mayor número de participantes aglutinaron en Canarias en 2017 fueron las relacionadas con Seguridad y medioambiente (26,52%) y administración y gestión (24,66%).

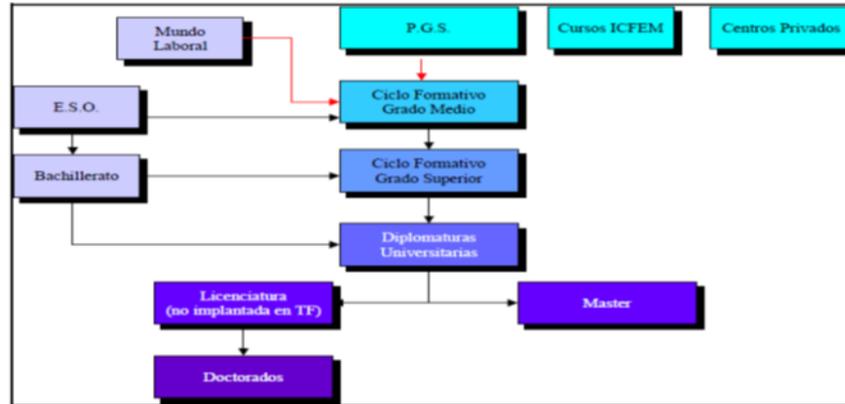
	Seguridad y medioambiente	Administración y gestión	Comercio y Marketing	Industrias alimentarias	Servicios socioculturales y a la comunidad	Otros	TOTAL
Participantes	38.215	35.532	17.773	13.506	10.630	28.404	144.060

ANALISIS DE LA DEMANDA

La demanda formativa

- La opinión mayoritaria de los diferentes sectores económicos canarios insiste en la falta de adecuación de los estudios iniciales a las necesidades reales de las empresas, pues éstos no se adecúan a las funciones que posteriormente se desempeñan en el puesto de trabajo real, ni se adquieren los niveles de competencia requeridos en el empleo. Por ello, muchas personas se ven obligadas a completar esta formación con acciones formativas que compensen estas carencias.
- Una materia que resulta imprescindible profundizar son las nuevas tecnologías (NN.TT.) y, en concreto, las nuevas herramientas de comunicación como la web 2.0. Los trabajadores necesitan dominar tanto sus propias web como las de los proveedores, buscadores y canales de reserva con el objetivo de conseguir una óptima atención al cliente.
- La formación relativa a lenguas extranjeras, así como la relacionada con las actividades administrativas, son otras áreas formativas muy demandadas por los empresarios, quienes, como ya hemos comentado, tienen dificultades en encontrar personal cualificado.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA



- En líneas generales, nos encontramos en un momento idóneo para abordar los retos señalados a través de una formación competencial y cualificadora. La flexibilización y modularización de las ofertas, la configuración de itinerarios formativos y la instauración de un mecanismo de reconocimiento de los aprendizajes a través de la experiencia son elementos clave para los diferentes sectores. La participación de las empresas en la formación para el empleo que adecue el desarrollo y ampliación del sector hacia nuevos productos y servicios resulta imprescindible y, aunque uno de los objetivos de la formación es atender las necesidades de las PYMES, que no pueden afrontar la organización de su formación, la presencia de éstas es aún baja sobre todo en aquellas de menos de 5 trabajadores.

ANALISIS DE LA DEMANDA

- Todo parece indicar que uno de los pilares fundamentales para alcanzar el objetivo de aumento y mejora de la actividad económica canaria reside en la cultura de la formación continuada, esto es, la mejora del estándar profesional del trabajador, progresando en sus habilidades y haciéndole parte implicada de las nuevas actividades emergentes en las islas. Los individuos necesariamente han de sentirse partícipes y responsables de su propio desarrollo como profesionales. Pero ello se plantea como mera utopía si no se acompaña de medidas conducentes al desarrollo de las distintas facetas que conforman su nivel de vida, satisfacción laboral, prestaciones intelectuales (ampliación y dotación desconocimientos básicos) y mejora potencial de las perspectivas a medio plazo para su unidad familiar, centradas sobre todo en la promoción de sus hijos.
- Actualmente la fuerza de trabajo, tanto empleada como en búsqueda de empleo, de Canarias en general, se caracteriza por no poseer la cualificación específica necesaria para enfrentarse ni a la reorganización laboral, ni a los retos que plantea el futuro inmediato (introducción de nuevas tecnologías, sensibilidad extrema por el medo ambiente y diversificación laboral – multitarea– , etc.), dominando claramente el sector de trabajadores con estudios básicos y sin formación profesionalmente específica. Parece claro que se debe realizar un esfuerzo importante en aprovechar los recursos del campo de la formación en la Comunidad Autónoma de Canarias.

ANALISIS DE LA DEMANDA

- Además de infraestructuras y condiciones sociales favorables, uno de los principales recursos productivos de la economía canaria es la fuerza de trabajo educada y formada. Este hecho convierte la formación, en sí misma, en una forma de inversión que aumenta la satisfacción del y con el trabajo, reduce el absentismo, maximiza el uso de los bienes de la empresa (edificios, equipamiento, etc.) y, con todo, acrecienta la productividad, estableciéndose un factor de retorno del capital invertido. En cualquier caso, dadas las peculiaridades de las normativas autonómicas, es esta una inversión sin riesgo, en tanto que gran parte de la misma está directamente subvencionada con dinero público.
- Pero, es necesario tomar conciencia de que la capacitación tanto de las plantillas contratadas como de aquellos que pretenden formar parte de las mismas, es efectiva y rentable para todos los implicados, sólo si está bien planificada. Por ello consideramos que la formación:
 - Debe entenderse y planificarse en contextos geográficos, empresariales y locales concretos, atendiendo a las necesidades del sector, a los recursos humanos y materiales presentes y a las exigencias de la demanda.
 - Debe dirigirse a aquellas personas que necesitan mejorar su motivación y actuación, no restringiéndola a los escalafones más altos de la empresa. Son, precisamente, las bases laborales las que mantienen un contacto más asiduo con los visitantes, prestando servicios directos, y por tanto deberían ser los más cuidados en este respecto.

ANALISIS DE LA DEMANDA

- ❑ Debe conjugar los intereses de la empresa con los de los individuos a formar. No están reñidos los conocimientos generales, incluso los conducentes a la obtención de certificaciones de escolaridad o primaria, con los específicos sobre habilidades laborales (que deberían poder conducir también hacia las titulaciones correspondientes).
 - ❑ Debe impartirse por formadores especializados.
 - ❑ Debe orientarse también a conseguir la satisfacción en el trabajo, ofrecer expectativas, mejorar la auto-imagen y obtener habilidades en la comunicación con los otros.
-
- Así pues, se trata de formar individuos que desempeñen su trabajo con eficacia, pero también como prestadores de servicio, sean buenos anfitriones y estén preparados y dispuestos a satisfacer a la clientela.

 - Es decir, la formación ha de ser capaz de ofrecer una combinación de profesionalidad. Por otra parte, dado el estrechamiento progresivo de las bases de la pirámide poblacional de la comunidad canaria y, con ello, de los potenciales trabajadores futuros, se hace especialmente relevante reclutar y formar de manera apropiada, teórica y prácticamente, desde su inicio a jóvenes que, además de poseer habilidades transferibles a la actividad, podrán resolver problemas y desarrollar de manera flexible las tareas de su ámbito laboral.

ANALISIS DE LA DEMANDA

- En términos generales, en todas las ocupaciones del tejido empresarial canario, se observa actualmente una falta de mano de obra preparada para desarrollar las funciones correspondientes a cada puesto de trabajo.
- Las principales dificultades para cubrir los puestos de trabajo tienen que ver con la escasez de demandantes bien preparados para desarrollar correctamente su ocupación; el bajo reconocimiento de la profesión; unas condiciones laborales poco atractivas, con horarios partidos, etc.; la temporalidad de muchos de los contratos de trabajo; y la rotación de personal, sobre todo en los trabajos de menor cualificación.
- En los próximos años se endurecerá la batalla de los diferentes sectores productivos canarios, por asegurarse la suficiente fuerza laboral que demandará la actividad de sus empresas, debido fundamentalmente a los siguientes factores: el aumento del peso de los sectores de hostelería y turismo, así como el sector industrial en canarias, la disminución de la oferta de trabajadores jóvenes como consecuencia de la emigración y la competencia entre los distintos sectores ofreciendo mejores condiciones laborales.
- Por este motivo, se hace imprescindible la formación de profesionales con la adecuada cualificación que puedan integrarse en las diferentes empresas canarias.

ANALISIS DE LA DEMANDA

- Así, existe una demanda creciente en las siguientes ramas de formación:
 - ❑ Formación en lenguas extranjeras.
 - ❑ Formación en emprendeduría.
 - ❑ Formación a distintos niveles de personal para la elaboración de productos frescos, empaquetado y embotellado, así como aprovisionamiento de materias primas.
 - ❑ Formación en actividades administrativas.
 - ❑ Formación en gestión de pequeñas y medianas empresas.
 - ❑ Formación a distintos niveles de técnicos con capacidad de instalar, operar y mantener sistemas e instalaciones de gestión de residuos.
 - ❑ Formación a distintos niveles de técnicos con capacidad de montar, explotar y mantener instalaciones de energías renovables.
 - ❑ Formación a distintos niveles de personal con capacidad para atender y realizar un servicio de calidad en cuanto al sector de Hostelería y Turismo se refiere.

ANALISIS DE LA DEMANDA

- EXPECTATIVA DEL CLIENTE: El cliente, tiene las siguientes prioridades en cuanto a los elementos que intervienen en la enseñanza dentro del sector:
 - Calidad de enseñanza.
 - Precio (que no aplica en subvencionada).
 - Mejora curricular
 - Avances tecnológicos.
 - Facilidad de horarios.
 - Proximidad del centro.
 - Atención al cliente
 - Instalaciones
 - Atención personalizada
 - Posibilidad de colocación

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

○ PERFIL DEL CLIENTE

- ❑ El perfil del alumno que cursa, de forma subvencionada y a través de la empresa, formación no reglada, es de una persona de entre 35 y 45 años, siendo un 56,5% los participantes hombres y en un 43,5% mujeres. La edad media de los formados es de 38,9 años (en mujeres 37,7 y 39,8 en hombres), donde el 40,3% de los participantes tenía estudios secundarios post-obligatorios (FP Media y Superior, Bachillerato, BUP o titulación equivalente). Son personas con un nivel económico medio cuya finalidad es renovar, ampliar y mejorar competencias asociadas a su puesto de trabajo dentro de la empresa.
- ❑ El perfil del alumno que cursa, de forma subvencionada, formación destinada a la población ocupada y/o desempleada, es de una persona de entre 20 y 40 años, con mayor predominancia de mujeres. El perfil económico suele tender más a un nivel medio-bajo. Los motivos de estas personas en cursar las diferentes ofertas formativas se basan en aspectos laborales efectivos y curricular, de cara tanto a la consecución de un puesto de trabajo como a la recualificación laboral. El perfil académico de estos participantes es de estudios secundarios (un 55,5% de media) y en menor medida, titulados superiores (un 10,9% de media).

ANALISIS DE LA DEMANDA

- PERFIL DEL CLIENTE

- Asimismo, señalar que aunque en menor medida, existe otro perfil de participantes como es el caso de la población inmigrante que desea reforzar u orientar su perfil curricular por motivos profesionales. El tramo de edad en este caso es inferior. Su edad media se sitúa en 36,4 años (36,7 años en hombres y 36,2 entre mujeres).

ANALISIS DE LA DEMANDA

SEGMENTOS	1. PARTICULARES	2. EMPRESA	3. SUBVENCIONADA
EXPECTATIVAS DEL CLIENTE	<ol style="list-style-type: none"> 1. POSIBILIDAD DE COLOCACIÓN 2. MEJORA CURRICULAR 3. PRECIO 4. CALIDAD DE LA ENSEÑANZA 5. PROXIMIDAD DEL CENTRO 6. ATENCIÓN PERSONALIZADA 7. AVANCES TECNOLOGICOS 8. FACILIDAD DE HORARIOS 9. METODOLOGIA DE CLASES 10.INSTALACIONES 	<ol style="list-style-type: none"> 1. CALIDAD DE LA ENSEÑANZA 2. PRECIO 3. METODOLOGÍA DE CLASES 4. AVANCES TECNOLOGICOS 5. MEJORA CURRICULAR 6. INSTALACIONES 7. ATENCIÓN PERSONALIZADA 8. POSIBILIDAD DE COLOCACIÓN 9. FACILIDAD DE HORARIOS 10.PROXIMIDAD DEL CENTRO 	<ol style="list-style-type: none"> 1. POSIBILIDAD DE COLOCACIÓN 2. FACILIDAD DE HORARIOS 3. CALIDAD DE LA ENSEÑANZA 4. INSTALACIONES 5. ATENCIÓN PERSONALIZADA 6. AVANCES TECNOLOGICOS 7. METODOLOGÍA DE CLASES 8. PROXIMIDAD DEL CENTRO 9. MEJORA CURRICULAR

Según la experiencia de ATENEO en los últimos años

ANALISIS DE LOS RECURSOS

INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTO: La empresa cuenta con dos centros, con un equipamiento y unas instalaciones por encima de la media del sector. ATENEO en la actualidad dispone de dos sedes, con unas instalaciones de, aproximadamente, 442 m², con las siguientes características:

- Sede situada en la calle Avenida de Escaleritas nº 33, que dispone de la siguiente dotación:
 - 2 Aulas teóricas Homologadas
 - 1 Aula de Informática, homologada y equipada con ordenadores de última generación y los periféricos correspondientes.
 - Dirección
- Sede situada en la calle Avenida de Escaleritas nº 52, con la siguiente dotación:
 - 3 Aulas teóricas Homologadas.
 - 2 Aulas de Informática, homologadas y equipadas con ordenadores de última generación y los periféricos correspondientes cada una de ellas.
 - Dirección
 - Secretaría

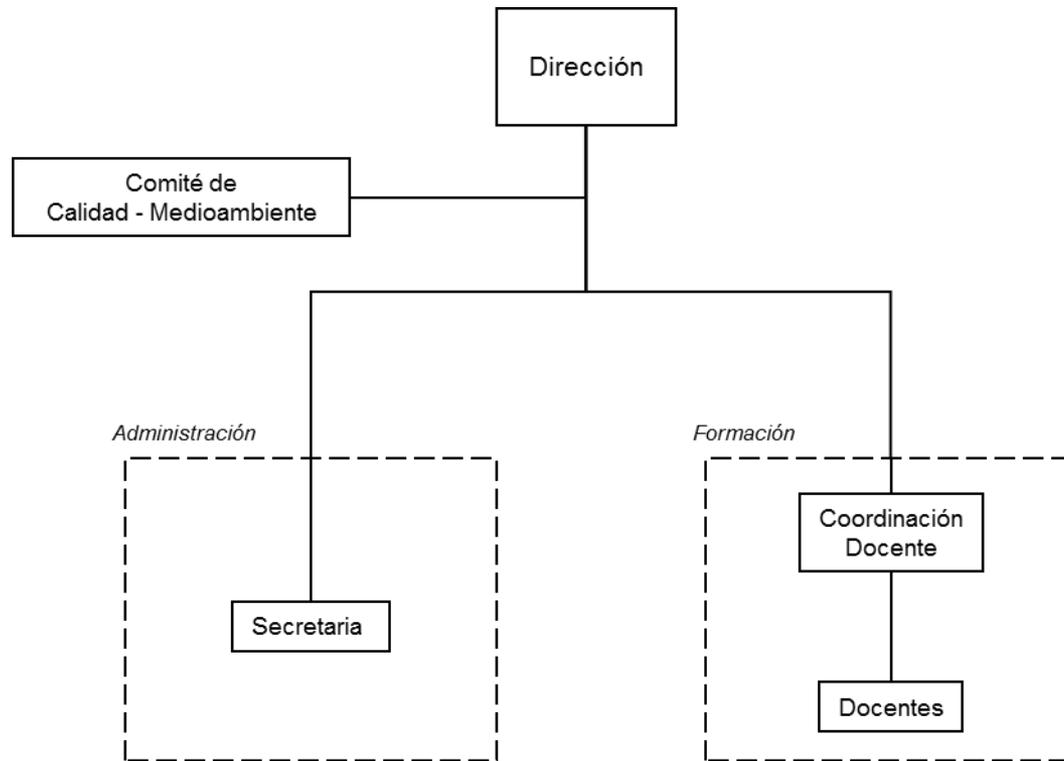
ANÁLISIS DE LOS RECURSOS

PERSONAL Y COLABORADORES

- El número total actual de profesores es de entre 6 y 10
- Se considera que el personal y los colaboradores están cualificados y suficientemente motivados y son dinámicos y flexibles
- La plantilla consta de 10 trabajadores, mas los docentes de los cursos, distribuidos según indica el organigrama de la página siguiente.

ANÁLISIS DE LOS RECURSOS

ORGANIGRAMA DE ATENEO



FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO

1. Coste de cada curso/proyecto formativo/oposición (**COSTE**)
2. Amplia red de profesores y colaboradores expertos en las materias impartidas (**PERSONAL CUALIFICADO**).
3. Utilización de nuevas tecnologías y equipos adecuados (**EQUIPAMIENTO ADECUADO**)
4. Enseñanza teórica y práctica de gran calidad y valor añadido (**CALIDAD DE ENSEÑANZA**)
5. Amplia gama de cursos de formación capaz de satisfacer las necesidades de los clientes (**GAMA FORMATIVA**)
6. Instalaciones adecuadas para la realización de los cursos (**INFRAESTRUCTURAS APROPIADAS**)

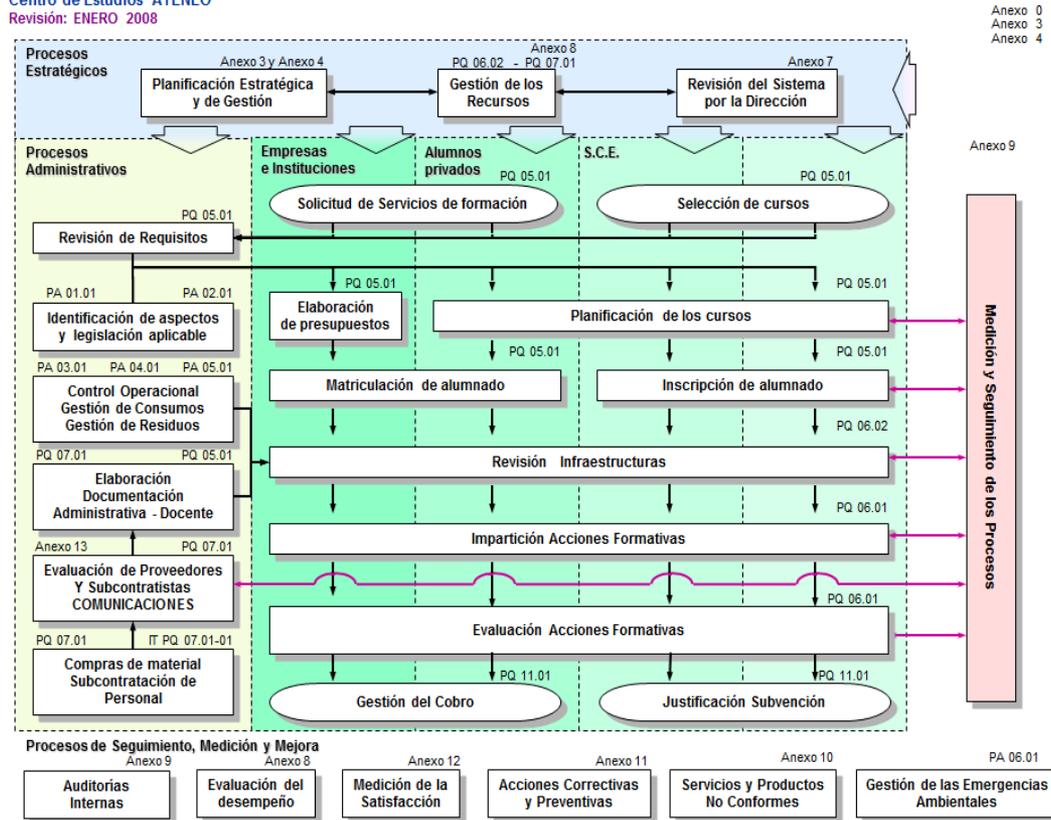
VENTAJAS COMPETITIVAS

1. Empresa consolidada y reconocida en el mercado
2. Prestigio e imagen de marca
3. Conocimiento del mercado de formación presencial y a distancia (30 años)
4. Calidad de enseñanza reconocida
5. Metodología y filosofía propias en la realización de la formación
6. Instalaciones propias de alta calidad
7. Homologada por el Servicio Canario de empleo del Gobierno de Canarias
8. Alta implicación de los profesores y colaboradores en el centro
9. Equipo de profesionales de nivel reconocido
10. Flexibilidad y capacidad de adaptación a las necesidades de los clientes
11. Trato personalizado y cercano con los alumnos
12. Gran cantidad de recomendaciones de clientes
13. Sistema de gestión de Calidad y Medioambiente certificado
14. Supervisión y medición continua de la calidad
15. Investigación continua sobre el mercado
16. Búsqueda y adquisición continua de nuevas tecnologías

ANÁLISIS DE LOS RECURSOS

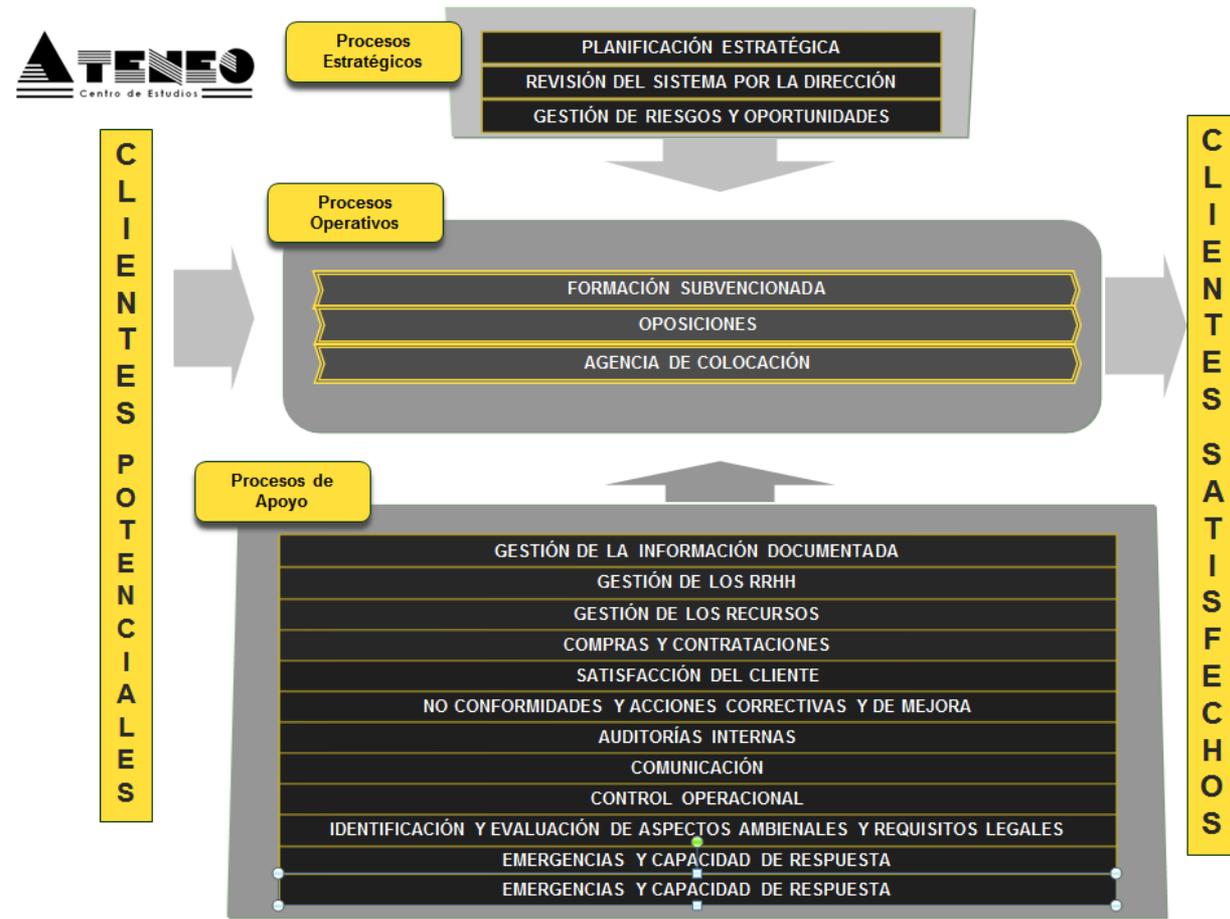
MAPA DE PROCESOS ISO 9001 Y 14001 DE ATENEO

Mapa General de Procesos de la Organización
 Centro de Estudios ATENEO
 Revisión: ENERO 2008



ANÁLISIS DE LOS RECURSOS

MAPA DE PROCESOS GLOBAL DE ATENEO



ANALISIS DAFO INTERNO

FORTALEZAS:

- Amplia experiencia en el sector, debido a que lleva funcionando desde hace 30 años y presencia en la ciudad, así como en preparación de oposiciones con alto índice de aprobados
- Conocimiento amplio de la zona en la que opera
- Líder en las Palmas en la preparación de oposiciones.
- Personal cualificado, titulado y con experiencia.
- Diversificación del riesgo, ofreciendo variedad en cursos y tipologías de formación
- Trato cercano con los clientes
- Excelente imagen de marca en la ciudad y entre sus competidores
- Amplio porcentaje de clientes "recomendados"
- Instalaciones y equipos de calidad, incluyendo accesibilidad en los centros y aulas con equipamiento de calidad y adaptado a las tipologías de formación que imparte la empresa
- Calidad de enseñanza frente a precio.
- Obtención de las certificaciones ISO 9001 y 14001 y del Sello de Adhesión a la estrategia de emprendimiento y empleo Joven
- Nivel tecnológico por encima de la media del sector
- Buen posicionamiento en preparación de oposiciones y en formación subvencionada
- Centros homologados por el Servicio Canario de Empleo, para las diferentes Certificaciones Profesionales y proceso de Homologación de diferentes Certificaciones Profesionales, para impartir a nivel Privado.
- Amplia base de datos confeccionada a lo largo de 30 años, donde mantenemos informados a nuestros alumnos y ex-alumnos en todo lo relacionado a su promoción profesional, ofertas de empleo y de mejora de empleo o promociones internas en la Admón. Pública.
- Presencia publicitaria en medios de comunicación.

ANALISIS DAFO INTERNO

DEBILIDADES:

- Precio de las clases y cursos ligeramente superiores a los competidores, lo que puede suponer pérdida de cuota de mercado
- Tamaño pequeño que puede provocar que las posibilidades de sufrir problemas económicos por impagos o tensiones financieras sea mayor que el de otros competidores más grandes
- Cierta dependencia de los cursos subvencionados
- Retraso en el pago cuando se trata de ingresos relacionados con la Administración Pública
- Mayor coste en gastos de personal, al incluir dentro de nuestra oferta formativa el uso de las nuevas tecnologías, lo que genera gastos tanto en el capítulo de personal (Informáticos), como en la compra de equipamientos (Ordenadores, videos etc...)
- Pocas alianzas con otras empresas de dentro y fuera del sector
- Poca información fiable de la competencia
- Presencia decreciente en el marco de la formación privada y ninguna en la formación reglada
- No se realiza ningún tipo de formación on line o a distancia
- Catálogo de cursos menos amplio que otras empresas de la competencia
- Algunas cargas financieras en los capítulos de personal e inmovilizado
- Posibilidad de que formadores o personal de la empresa la abandonen e incluso que se vayan a la competencia

ANALISIS DAFO EXTERNO

OPORTUNIDADES:

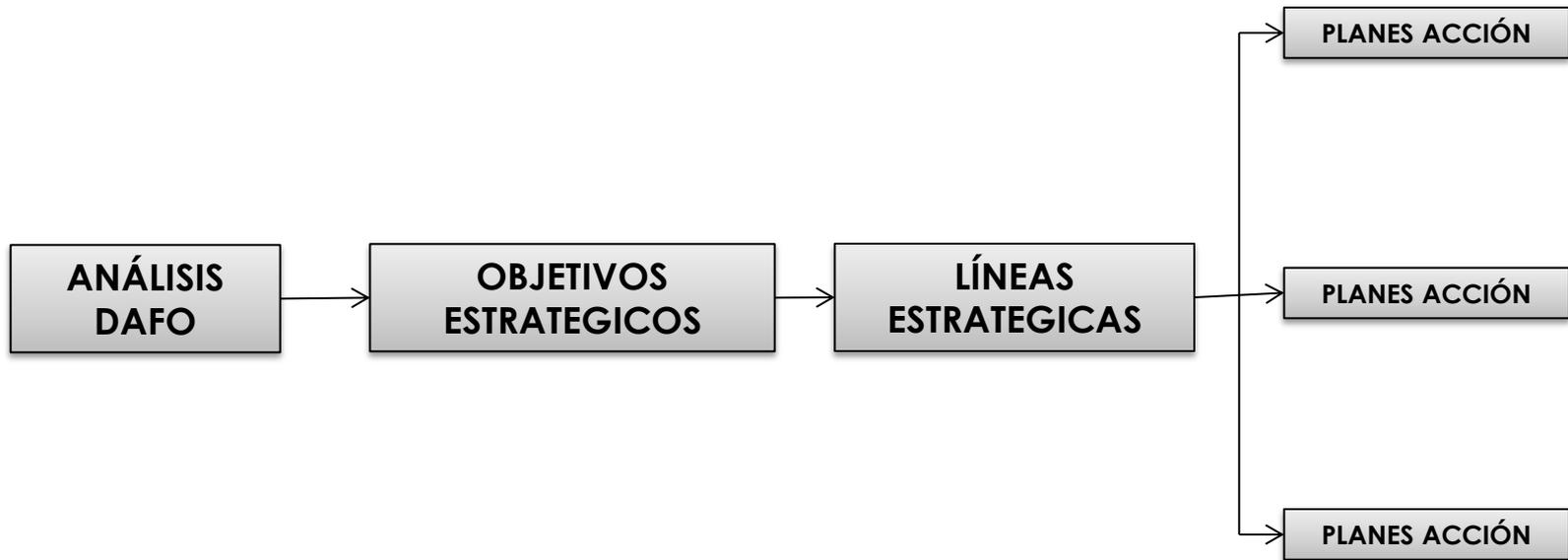
- Posibilidad de explotar el prestigio de la marca en campañas de marketing utilizando o potenciando nuevas vías y tecnologías (actualizando web, redes sociales, etc.)
- Explotar el conocimiento del sector para desarrollar nuevos productos y servicios
- Buscar nuevas alianzas con competidores o con empresas de fuera del sector
- Posibilidad de aumentar los cursos para empresas y particulares
- Posibilidad de ofertar e impartir de forma privada, cursos con certificado de profesionalidad homologados por el Servicio Canario de Empleo
- Posibilidad de ofertar e impartir de forma privada, CICLOS FORMATIVOS de grado superior homologados por la Consejería de Educación del Gobierno de Canarias
- Incluir en la oferta formativa cursos de formación on-line, a distancia o semipresencial y comenzar a desarrollarlos
- Posibilidad de incrementar la obtención de cursos de formación subvencionada por la administración y dirigida a personas ocupadas o desempleadas.
- Ampliar el negocio hacia otras zonas
- Mejorar la gestión interna para optimizar costes y aumentar márgenes
- Aumentar la capacidad de ofrecer cursos para profesionales y empresas
- Desarrollar nuevos cursos y materias de formación para abarcar un espectro más amplio
- Mantenimiento del Sello de Excelencia 400+, para mantener las posibilidades de obtención de cursos del SCE
- Aumentar la promoción y la publicidad del centro utilizando todo tipo de medios

ANALISIS DAFO EXTERNO

AMENAZAS:

- Incremento notable de competidores en los cursos subvencionados
- Nuevos requisitos de alta exigencia por parte de la Administración para la baremación de los requisitos para obtener cursos de formación para ocupados y desempleados.
- Retraso en los cobros de los cursos impartidos para la Administración Pública y en los cobros de los cursos impartidos en la formación bonificada
- Productos y servicios similares pero más baratos ofrecidos por la competencia dentro del mismo segmento
- Competidores con mayor peso en la formación subvencionada y bonificada,
- Gran cantidad de competidores en la zona de varios tamaños y sectores de formación.
- Disminución de las matriculaciones de particulares y de la aceptación de ofertas de empresas
- Posibilidad de entrada de un competidor fuerte en la zona y de nuevos competidores más pequeños
- Competidores más baratos que buscan fórmulas más agresivas para reducir costes
- Desaparición total o parcial de la formación subvencionada
- Aparición de nuevas alianzas entre los centros de formación de la Comunidad de Canarias para crear economías de escala que perjudican a las demás competidoras
- Posibilidad de que otras entidades de formación o incluso de fuera del sector entren en el negocio de la formación subvencionada y bonificada
- Gratuidad en los cursos subvencionados, lo que resta ingresos en la formación privada.
- Obtención de Sellos de Excelencia 400 por parte de nuevos competidores

PLANIFICACION ESTRATEGICA



Visión



Ser una empresa líder y referente para las instituciones, empresas y alumnos de Las Palmas de Gran Canaria, ofreciendo unos productos y servicios de calidad, gestionando sus recursos de forma responsable y respetuosa con el entorno, fomentando el desarrollo profesional y personal de sus empleados y colaboradores, buscando la rentabilidad y sostenibilidad de la organización.

Centro de Estudios

Misión



Nuestro objetivo es la impartición de clases de preparación para oposiciones, psicotécnicos, ofimática, mecanografía, clases de apoyo particulares, cursos para ocupados y desempleados del SCE.



Valores Compartidos



La Dirección del CENTRO DE ESTUDIOS ATENEO es consciente de la importancia de la participación del personal del centro en el desarrollo del Sistema de Gestión Integrado y considera necesario que se establezcan una serie de valores o actuaciones, que se dirijan en el fomento de esta participación, de forma que podamos cumplir con la Política de la Calidad. Con este motivo, dentro del CENTRO DE ESTUDIOS ATENEO deseamos promover el conocimiento de la calidad y la implicación del personal en el Sistema del Centro, el incremento de la comunicación y la coordinación entre el personal, así como el desarrollo de una mayor responsabilidad y dedicación en el personal mediante el trabajo en equipo, el respeto y solidaridad, evitando cualquier discriminación en el trato por razones de sexo, o de puesto de trabajo o de cualquier otra índole. Como premisa y objetivo básico del CENTRO DE ESTUDIOS ATENEO, está la atención preferente y el respeto a la diversidad de los alumnos.

Centro de Estudios

EJES ESTRATÉGICOS

Los ejes estratégicos en los que se fundamenta el Plan Estratégico 2.018-2.020 son:

1. Finanzas
2. Organización
3. Innovación
4. Clientes/Servicios
5. Alianzas
6. Personas
7. Responsabilidad Social

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Los objetivos estratégicos para el período
2.018-2.020 en ATENEO son:

1. Aumento de la rentabilidad del Centro
2. Mantenimiento y mejora del nivel de excelencia
3. Consolidación de la cartera de productos actuales y ampliación de la misma
4. Potenciación de la innovación y las nuevas tecnologías en el Centro
5. Consolidación de las redes de alianzas
6. Mejora de la implicación y el orgullo de pertenencia del personal y los profesores
7. Incremento de la responsabilidad social del Centro y de las personas que lo integran

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADORES	METRICAS	OBJETIVO EN 2020
o Aumento de la rentabilidad del Centro	<input checked="" type="checkbox"/> Porcentaje ejecutado del presupuesto <input checked="" type="checkbox"/> Ingresos totales <input checked="" type="checkbox"/> Gastos totales <input checked="" type="checkbox"/> Importe concedido de formación subvencionada <input checked="" type="checkbox"/> Otros ingresos	<input checked="" type="checkbox"/> Porcentaje <input checked="" type="checkbox"/> Euros <input checked="" type="checkbox"/> Euros <input checked="" type="checkbox"/> Euros <input checked="" type="checkbox"/> Euros	<input checked="" type="checkbox"/> 100% en los 3 años <input checked="" type="checkbox"/> Media de 300.000€ <input checked="" type="checkbox"/> Media de 250.000€ <input checked="" type="checkbox"/> Media de 150.000€ <input checked="" type="checkbox"/> Media de 10.000€
o Mantenimiento y mejora del nivel de excelencia	<input checked="" type="checkbox"/> Mantenimiento del Sello 400+ en 2019 <input checked="" type="checkbox"/> Mantenimiento de las certificaciones de calidad y medioambiente	<input checked="" type="checkbox"/> Cualitativo (SI/NO) <input checked="" type="checkbox"/> Cualitativo (SI/NO)	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> SI
o Consolidación de la cartera de productos actuales y ampliación de la misma	<input checked="" type="checkbox"/> N° alumnos matriculados totales <input checked="" type="checkbox"/> N° cursos realizados <input checked="" type="checkbox"/> Índice de satisfacción global de los alumnos <input checked="" type="checkbox"/> N° atendidos en agencia colocación <input checked="" type="checkbox"/> % alumnos de fuera de Las Palmas en 2020	<input checked="" type="checkbox"/> Media n° alumnos <input checked="" type="checkbox"/> Media n° cursos <input checked="" type="checkbox"/> Ratio medio encuesta <input checked="" type="checkbox"/> Media n° solicitantes <input checked="" type="checkbox"/> Porcentaje	<input checked="" type="checkbox"/> Media de 700 <input checked="" type="checkbox"/> Media de 75 <input checked="" type="checkbox"/> Media de 4,5 <input checked="" type="checkbox"/> Media de 80 <input checked="" type="checkbox"/> 10%
o Potenciación de la innovación y las nuevas tecnologías en el Centro	<input checked="" type="checkbox"/> N° alumnos en formación on line <input checked="" type="checkbox"/> N° visitas Web en 2020 <input checked="" type="checkbox"/> N° seguidores en Facebook en 2020 <input checked="" type="checkbox"/> Puesta en marcha de Whatsapp, Twitter y LinkedIn	<input checked="" type="checkbox"/> Media n° alumnos <input checked="" type="checkbox"/> N° visitas <input checked="" type="checkbox"/> N° seguidores <input checked="" type="checkbox"/> Cualitativo (SI/NO)	<input checked="" type="checkbox"/> Media de 250 <input checked="" type="checkbox"/> 1.000.000 <input checked="" type="checkbox"/> 2.500 <input checked="" type="checkbox"/> SI
o Consolidación de las redes de alianzas	<input checked="" type="checkbox"/> N° aliados <input checked="" type="checkbox"/> Satisfacción global aliados <input checked="" type="checkbox"/> % de facturación por actividades en alianza	<input checked="" type="checkbox"/> Media n° aliados <input checked="" type="checkbox"/> Ratio medio encuesta <input checked="" type="checkbox"/> Porcentaje medio	<input checked="" type="checkbox"/> Media de 25 <input checked="" type="checkbox"/> Media de 4,7 <input checked="" type="checkbox"/> Media de 15%
o Mejora de la implicación y el orgullo de pertenencia del personal y los profesores	<input checked="" type="checkbox"/> N° cursos internos <input checked="" type="checkbox"/> Satisfacción global personal	<input checked="" type="checkbox"/> Media n° cursos/año <input checked="" type="checkbox"/> Ratio medio encuesta	<input checked="" type="checkbox"/> Media de 5 <input checked="" type="checkbox"/> Media de 4,8
o Incremento de la responsabilidad social del Centro y de las personas que lo integran	<input checked="" type="checkbox"/> Consecución y mantenimiento Distintivo Igualdad <input checked="" type="checkbox"/> N° actividades sociales externas <input checked="" type="checkbox"/> N° actividades de igualdad internas	<input checked="" type="checkbox"/> Cualitativo (SI/NO) <input checked="" type="checkbox"/> Media n° actividades <input checked="" type="checkbox"/> Media n° actividades	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> Media de 4 <input checked="" type="checkbox"/> Media de 4

LÍNEAS ESTRATÉGICAS

LAS LINEAS ESTRATEGICAS para el año 2019, vinculadas con cada objetivo estratégico son:

Objetivo estratégico	Líneas estratégicas
<ul style="list-style-type: none">o Aumento de la rentabilidad del Centro	<ul style="list-style-type: none">o <i>Control y reducción de los gastos de las empresas del Centro</i>o <i>Estudio de la rentabilidad de las líneas de negocio actuales</i>
<ul style="list-style-type: none">o Mantenimiento y mejora del nivel de excelencia	<ul style="list-style-type: none">o <i>Mantenimiento del Sello de Excelencia de la EFQM 400+</i>o <i>Mantenimiento de la certificación de Calidad y Medioambiente según las ISO 2015</i>
<ul style="list-style-type: none">o Consolidación de la cartera de productos actuales y ampliación de la misma	<ul style="list-style-type: none">o <i>Diseño y puesta en marcha de un nuevo Plan Comercial</i>o <i>Conversión hacia un centro integral de formación (reglada + subvencionada)</i>o <i>Potenciación de la bolsa de empleo</i>
<ul style="list-style-type: none">o Potenciación de la innovación y las nuevas tecnologías en el Centro	<ul style="list-style-type: none">o <i>Potenciación de la formación on line</i>o <i>Potenciación de las redes sociales</i>
<ul style="list-style-type: none">o Consolidación de las redes de alianzas	<ul style="list-style-type: none">o <i>Consolidación de las alianzas clave</i>o <i>Búsqueda de nuevas alianzas de valor añadido</i>
<ul style="list-style-type: none">o Mejora de la implicación y el orgullo de pertenencia del personal y los profesores	<ul style="list-style-type: none">o <i>Diseño de un nuevo plan de formación anual basado en nuevas necesidades</i>o <i>Consolidación del programa de evaluación del desempeño</i>o <i>Consolidación del esquema de equipos de mejora</i>
<ul style="list-style-type: none">o Incremento de la responsabilidad social del Centro y de las personas que lo integran	<ul style="list-style-type: none">o <i>Obtención del Distintivo de Igualdad</i>o <i>Mejora del compromiso social de la organización</i>

LÍNEAS ESTRATÉGICAS

LÍNEA ESTRATÉGICA N° 1: Control y reducción de los gastos de las empresas del Centro

Plan de Acción	Actividades	Responsable	Plazo Finalización
o Estudio de los gastos del Centro	o Análisis de los gastos de las empresas del Centro en 2018 (incluidos consumos) o Decisión de reducción de gastos en algunas de las partidas de 2018	o Dirección o Dirección	o Febrero 2019 o Marzo 2019
o Control del nivel de gastos del Centro	o Seguimiento y control periódico de ingresos y gastos o Estudio datos control periódico de ingresos y gastos y realización de acciones	o Administración o Dirección	o Fin cada trimestre 2019 o Fin cada trimestre 2019

LÍNEA ESTRATÉGICA N° 2: Estudio de la rentabilidad de las líneas de negocio actuales

Plan de Acción	Actividades	Responsable	Plazo Finalización
o Estudio de la competencia	o Obtención de datos de la competencia y estudio de los mismos. o Estudio de las adjudicaciones del año pasado y de los criterios de concesión	o Dirección o Dirección	o Marzo 2019 o Marzo 2019
o Análisis de la cartera de productos actual	o Búsqueda de mejoras para aumentar la puntuación en las adjudicaciones previstas en 2019 o Puesta en práctica	o Dirección o Dirección o Dirección	o Marzo 2019 o Mayo 2019 o Junio 2019
o Mejora de las condiciones de las entidades en los concursos		o Dirección o Dirección	o Enero 2019 o Febrero 2019

LÍNEAS ESTRATÉGICAS

LÍNEA ESTRATÉGICA N° 3: Mantenimiento del Sello de Excelencia de la EFQM 400+

Plan de Acción	Actividades	Responsable	Plazo Finalización
<ul style="list-style-type: none"> ○ Finalización del plan de mejora 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Finalización de las acciones de mejora detectadas en la evaluación EFQM ○ Selección de nuevas áreas de mejora ○ Realización de planes de mejora e incorporación de mejoras a la Memoria 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Dirección ○ Dirección ○ Dirección 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Enero 2019 ○ Enero 2019 ○ Marzo 2019
<ul style="list-style-type: none"> ○ Elaboración de Memoria para la visita 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Diseño y elaboración de la Memoria ○ Aprobación y envío de la Memoria ○ Visita del equipo evaluador externo 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Calidad y MA ○ Calidad y MA ○ Dirección 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Marzo 2019 ○ Marzo 2019 ○ Abril 2019

LÍNEA ESTRATÉGICA N° 4: Mantenimiento de la certificación de Calidad y Medioambiente según las ISO 2015

Plan de Acción	Actividades	Responsable	Plazo Finalización
<ul style="list-style-type: none"> ● Actualización del Sistema 	<ul style="list-style-type: none"> ● Realización de la revisión del Sistema ● Actualización de la documentación y registros del Sistema ● Auditoría interna 	<ul style="list-style-type: none"> ● Dirección ● Calidad y MA ● Calidad y MA 	<ul style="list-style-type: none"> ● Febrero 2019 ● Mayo 2019 ● Mayo 2019
<ul style="list-style-type: none"> ● Mantenimiento certificación 	<ul style="list-style-type: none"> ● Asistencia a la auditoría externa ● Ajustes tras la auditoría 	<ul style="list-style-type: none"> ● Calidad y MA ● Calidad y MA 	<ul style="list-style-type: none"> ● Juno 2019 ● Julio 2019

LÍNEAS ESTRATÉGICAS

LÍNEA ESTRATÉGICA N° 5: Diseño y puesta en marcha de un nuevo Plan Comercial

Plan de Acción	Actividades	Responsable	Plazo Finalización
<ul style="list-style-type: none">o Diseño del Plan comercial 2019	<ul style="list-style-type: none">o Diseño del nuevo Plan Comercialo Revisión de las actividades contenidas en el nuevo Plano Aprobación del Plan Comercial de 2019	<ul style="list-style-type: none">o Direccióno Direccióno Dirección	<ul style="list-style-type: none">o Enero 2019o Febrero 2019o Marzo 2019
<ul style="list-style-type: none">o Puesta en marcha del Plan Comercial	<ul style="list-style-type: none">o Ejecución de las acciones previstas en el Plano Potenciación comercial de ATENEO en todos los soporteso Seguimiento del Plan Comercialo Análisis de los resultados de las actividades desarrolladas en el Plan	<ul style="list-style-type: none">o NNTTo NNTTo NNTTo Dirección	<ul style="list-style-type: none">o Marzo 2019o Marzo 2019o Continuo en 2019o Diciembre 2019

LÍNEAS ESTRATÉGICAS

LÍNEA ESTRATÉGICA N° 6: Conversión hacia un centro integral de formación (reglada + subvencionada)

Plan de Acción	Actividades	Responsable	Plazo Finalización
o Diseño de itinerarios formativos combinados	o Búsqueda de especialidades para ofrecer formación profesional en itinerarios combinados o Diseño de nuevos itinerarios formativos combinados	o Formación (todas áreas) o Formación (todas áreas)	o Mayo 2019 o Junio 2019
o Búsqueda de nuevas especialidades	o Identificación de posibles nuevas especialidades para itinerarios combinados o Selección de las mas adecuadas	o Formación (todas áreas) o Dirección	o Junio 2019 o Julio 2019
o Acreditación de las nuevas especialidades	o Preparación y presentación de la documentación a la administración o Búsqueda de docentes	o Formación (todas áreas) o Formación (todas áreas)	o Septiembre 2019 o Septiembre 2019

LÍNEA ESTRATÉGICA N° 7: Potenciación de la bolsa de empleo

Plan de Acción	Actividades	Responsable	Plazo Finalización
o Mejora de la gestión y potenciación de la bolsa de empleo	o Potenciación de la agencia de colocación en medios (anuncios, web y RRSS) o Mejora de los procesos y herramientas de gestión de la agencia de colocación o Búsqueda de nuevas empresas para la mejora de los ratios de la bolsa de empleo	o Agencia Col. / NNTT o Dirección/ Agencia Col. o Agencia Col.	o Marzo 2019 o Mayo 2019 o Diciembre 2019

LÍNEAS ESTRATÉGICAS

LÍNEA ESTRATÉGICA N° 8: Potenciación de la formación on line

Plan de Acción	Actividades	Responsable	Plazo Finalización
<ul style="list-style-type: none"> ○ Obtención de acreditaciones certificados de profesionalidad on line 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Identificación y selección de posibles especialidades ○ Preparación de la documentación ○ Presentación a la administración ○ Búsqueda de docentes 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Formación ○ Dirección ○ Formación ○ Formación 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Julio 2019 ○ Septiembre 2019 ○ Octubre 2019 ○ Diciembre 2019
<ul style="list-style-type: none"> ○ Potenciación de los cursos actuales on line 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Potenciación de los cursos on line en medios (anuncios, web y RRSS) ○ Mejora de los contenidos de los cursos on line ○ Mejora de la plataforma 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Formación / NNTT ○ Formación ○ Dirección 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Julio 2019 ○ Diciembre 2019 ○ Diciembre 2019

LÍNEA ESTRATÉGICA N° 9: Potenciación de las redes sociales

Plan de Acción	Actividades	Responsable	Plazo Finalización
<ul style="list-style-type: none"> ● Incremento de los resultados de Facebook 	<ul style="list-style-type: none"> ● Mejora de contenidos y de la dinamización con los seguidores en FB ● Creación de nuevos espacios y nuevas formas de potenciación del FB de ATENEO ● Incremento del número de seguidores a través de nuevas campañas 	<ul style="list-style-type: none"> ● NNTT ● NNTT ● Dirección / NNTT 	<ul style="list-style-type: none"> ● Julio 2019 ● Octubre 2019 ● Diciembre 2019
<ul style="list-style-type: none"> ● Puesta en marcha de nuevas RRSS 	<ul style="list-style-type: none"> ● Puesta en marcha de nuevas RRSS (Twitter, Instagram, LinkedIn) ● Potenciación de las nuevas RRSS ● Coordinación de las RRSS y la web 	<ul style="list-style-type: none"> ● NNTT ● NNTT ● NNTT 	<ul style="list-style-type: none"> ● Septiembre 2019 ● Diciembre 2019 ● Diciembre 2019

LÍNEAS ESTRATÉGICAS

LÍNEA ESTRATÉGICA N° 10: Consolidación de las alianzas clave

Plan de Acción	Actividades	Responsable	Plazo Finalización
<ul style="list-style-type: none"> o Consolidación de las alianzas 	<ul style="list-style-type: none"> o Análisis de las alianzas en vigor o Selección de los aliados clave o Consolidación de alianzas en vigor con nuevas actividades o continuación de las existentes 	<ul style="list-style-type: none"> o Dirección o Dirección o Dirección 	<ul style="list-style-type: none"> o Marzo 2019 o Julio 2019 o Diciembre 2019

LÍNEA ESTRATÉGICA N° 11: Búsqueda de nuevas alianzas de valor añadido

Plan de Acción	Actividades	Responsable	Plazo Finalización
<ul style="list-style-type: none"> o Búsqueda de nuevos aliados clave 	<ul style="list-style-type: none"> o Búsqueda de nuevos aliados o Análisis detallado de las posibilidades o Puesta en marcha y formalización de las nuevas alianzas 	<ul style="list-style-type: none"> o Dirección o Dirección o Dirección 	<ul style="list-style-type: none"> o Mayo 2019 o Julio 2019 o Julio 2019

LÍNEA ESTRATÉGICA N° 12: Diseño de un nuevo plan de formación anual basado en nuevas necesidades

Plan de Acción	Actividades	Responsable	Plazo Finalización
<ul style="list-style-type: none"> o Elaboración del plan anual 2019 	<ul style="list-style-type: none"> o Análisis de los resultados de las encuestas de personal o Identificación de necesidades de formación o Búsqueda de nuevos cursos o Elaboración del nuevo plan anual 2019 	<ul style="list-style-type: none"> o Dirección o Dirección o Dirección o Dirección 	<ul style="list-style-type: none"> o Enero 2019 o Enero 2019 o Enero 2019 o Febrero 2019
<ul style="list-style-type: none"> o Puesta en marcha del plan 	<ul style="list-style-type: none"> o Realización de acciones formativas o Seguimiento del Plan y conclusiones 	<ul style="list-style-type: none"> o Calidad y MA o Dirección 	<ul style="list-style-type: none"> o Diciembre 2019 o Diciembre 2019

LÍNEAS ESTRATÉGICAS

LÍNEA ESTRATÉGICA N° 13: Consolidación del programa de evaluación del desempeño

Plan de Acción	Actividades	Responsable	Plazo Finalización
<ul style="list-style-type: none"> ○ Consolidación del programa 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Realización evaluación individual de todo el personal ○ Análisis de los resultados y realización de evaluaciones conjuntas ○ Diseño y realización acciones de mejora ○ Análisis de los resultados finales 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Personal ○ Personal / Resp. Dpto. ○ Resp. Dpto. ○ Dirección 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Febrero 2019 ○ Abril 2019 ○ Mayo 2019 ○ Diciembre 2019

LÍNEA ESTRATÉGICA N° 14: Consolidación del esquema de equipos de mejora

Plan de Acción	Actividades	Responsable	Plazo Finalización
<ul style="list-style-type: none"> ○ Finalización del programa anterior 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Realización presentación de resultados de grupos de 2019 a la Dirección 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Excelencia 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Marzo 2019
<ul style="list-style-type: none"> ○ Consolidación del esquema 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Creación de nuevos equipos y selección de nuevas personas para participar ○ Puesta en marcha de los nuevos grupos ○ Seguimiento del funcionamiento de los nuevos grupos ○ Realización presentación de resultados de grupos de 2019 a la Dirección ○ Análisis de los resultados obtenidos 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Dirección / Excelencia ○ Excelencia ○ Excelencia ○ Dirección / Excelencia ○ Dirección 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Marzo 2019 ○ Mayo 2019 ○ Noviembre 2019 ○ Noviembre 2019 ○ Diciembre 2019

LÍNEAS ESTRATÉGICAS

LÍNEA ESTRATÉGICA Nº 15: Obtención del Distintivo de Igualdad

Plan de Acción	Actividades	Responsable	Plazo Finalización
<ul style="list-style-type: none"> ○ Finalización del proyecto de implementación acciones igualdad 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Realización de acciones de formación y otras relacionadas con igualdad ○ Definición indicadores igualdad ○ Preparación informe igualdad en la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Admón. ○ Admón. ○ Admón. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Marzo 2019 ○ Marzo 2019 ○ Abril 2019
<ul style="list-style-type: none"> ○ Obtención Sello Igualdad 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Envío de documentación a Ministerio ○ Obtención Sello Igualdad 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Admón. ○ Empresa 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Abril 2019 ○ Julio 2019

LÍNEA ESTRATÉGICA Nº 16: Mejora del compromiso social de la organización

Plan de Acción	Actividades	Responsable	Plazo Finalización
<ul style="list-style-type: none"> ○ Difusión de temas sociales 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Difusión de los compromisos sociales, de igualdad y ambientales en la web y RRSS 	<ul style="list-style-type: none"> ○ NNTT / Calidad y MA 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Junio 2019
<ul style="list-style-type: none"> ○ Búsqueda de aliados en temas sociales 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Selección de nuevas entidades de carácter social para colaborar ○ Realización de acciones de tipo social 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Dirección ○ Dirección 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Mayo 2019 ○ Diciembre 2019
<ul style="list-style-type: none"> ○ Mejora temas sociales 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Definición indicadores de carácter social ○ Búsqueda y realización de nuevas acciones relacionadas con temas sociales 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Excelencia ○ Dirección 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Febrero 2019 ○ Julio 2019
<ul style="list-style-type: none"> ○ Continuar el programa de mejora del cuidado ambiental 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Definir nuevos objetivos ambientales y revisar los del año 2019 ○ Identificar nuevos sistemas de reducción y ahorro ○ Realizar un mayor seguimiento de los indicadores de luz, agua, y papel 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Calidad y MA ○ Dirección ○ Calidad y MA 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Febrero 2019 ○ Febrero 2019 ○ Diciembre 2019

LÍNEAS – INDICADORES - METAS

LINEAS ESTRATEGICAS	INDICADORES	METAS	RESULTADO 2019 (hasta julio)
<ul style="list-style-type: none"> o Control y reducción de los gastos del Centro o Estudio de la rentabilidad de las líneas de negocio actuales 	<ul style="list-style-type: none"> o Porcentaje ejecutado presupuesto o Gastos totales o Realización del estudio 	<ul style="list-style-type: none"> o 100 o 354.000€ o SI 	
<ul style="list-style-type: none"> o Mantenimiento del Sello de Excelencia de la EFQM 400+ o Mantenimiento de la certificación de Calidad y Medioambiente según las ISO 9001 y 14001 	<ul style="list-style-type: none"> o Mantenimiento del Sello 400+ o Mantenimiento certificación ISO o Índice de satisfacción de los alumnos 	<ul style="list-style-type: none"> o SI o SI o 4,70 	
<ul style="list-style-type: none"> o Diseño y puesta en marcha de un nuevo Plan Comercial o Conversión hacia un centro integral de formación (reglada + subvencionada) o Potenciación de la bolsa de empleo 	<ul style="list-style-type: none"> o Plan Comercial 2019 ejecutado o N° alumnos matriculados totales o Preparación para nueva línea de convocatoria o N° atendidos en agencia colocación 	<ul style="list-style-type: none"> o SI o 790 o SI o 120 	<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> 548 <input checked="" type="checkbox"/> 51
<ul style="list-style-type: none"> o Potenciación de la formación on line o Potenciación de las redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> o N° alumnos en formación on line o N° visitas y comunicaciones en Facebook 	<ul style="list-style-type: none"> o 350 o 8000 	<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> 531 <input checked="" type="checkbox"/> 3927
<ul style="list-style-type: none"> o Consolidación de las alianzas clave o Búsqueda de nuevas alianzas de valor añadido 	<ul style="list-style-type: none"> o N° aliados o Índice de satisfacción de los aliados 	<ul style="list-style-type: none"> o 15 (conseguir 1 aliado nuevo) o 4,90 	
<ul style="list-style-type: none"> o Diseño de un nuevo plan de formación anual basado en nuevas necesidades o Consolidación del programa de evaluación del desempeño o Consolidación del esquema de equipos de mejora 	<ul style="list-style-type: none"> o Elaboración del nuevo plan formación o N° de cursos impartidos al personal o Evaluación desempeño todo el personal o Índice de satisfacción del personal 	<ul style="list-style-type: none"> o SI o 9 o SI o 4,90 	<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> 4
<ul style="list-style-type: none"> o Obtención del Distintivo de Igualdad o Mejora del compromiso social de la organización 	<ul style="list-style-type: none"> o Obtención distintivo Igualdad o N° actividades sociales o Consumo eléctrico o Consumo de tóner unidades 	<ul style="list-style-type: none"> o SI o 3 (1 nueva actividad social) o 10.000 o 6 	<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> 2 <input checked="" type="checkbox"/> 5.047 <input checked="" type="checkbox"/> 6