



# **PLAN ESTRATÉGICO**

## **PERÍODO 2018-2020**



# **PLAN ESTRATÉGICO**

## **AÑO 2020**

# 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
8. LINEAS DE ACTUACION

# ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

## ANÁLISIS DE LA OFERTA

- ANÁLISIS DEL SECTOR
- ANÁLISIS DEL MERCADO

## ANÁLISIS DE LA DEMANDA

- INFORMACIÓN INTERNA DE CLIENTES
- ANÁLISIS DE DATOS DE ESTUDIOS DE CLIENTES

## ANÁLISIS INTERNO

- ANÁLISIS DE LOS EQUIPOS
- ANÁLISIS DE LAS INSTALACIONES
- MISIÓN, VISIÓN Y VALORES
- FCE's Y VENTAJAS COMPETITIVAS

## ANÁLISIS ESTRATEGICO

- ANÁLISIS DAFO

# 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.*

# ANÁLISIS DE LA OFERTA

- Según el Padrón municipal de habitantes del Instituto Nacional de Estadística, a fecha 01/01/2019 se encuentran empadronadas en Canarias 2.151.389 personas, de las cuales 1.063.971 son varones y 1.087.418 son mujeres. La población ha aumentado un 0,29% respecto al mismo mes del año anterior.
- Del total de la población de 16 y más años en el último trimestre de 2019 (1.908.860), el 60,65% son activos (1.157.700 personas) y el 39,35% restante inactivos (751.160 personas). La población activa aumenta un (19,39%) en el cuarto trimestre de 2019 respecto al mismo periodo de 2018.
- Según datos arrojados por el Instituto Canario de Estadística, la tasa de empleo en el último trimestre de 2019 en Canarias fue de un 49,26%. En el mismo período del año 2018 la tasa fue de un 48,78%, lo que se traduce en un incremento porcentual del 0,48%.

*Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC)*

# ANÁLISIS DE LA OFERTA

AÑO	2018	2019	%
GRUPO DE POBLACIÓN			
16 A 19 AÑOS	2.930	2.820	- 0,37
20 A 24 AÑOS	25.090	22.370	- 10,84
25 A 34 AÑOS	52.120	44.410	- 14,79
35 A 44 AÑOS	53.780	52.760	- 1,90
45 A 54 AÑOS	57.180	57.210	0,005
MAS DE 55 AÑOS	37.110	33.860	-8,76

- En diciembre de 2019 existen en Canarias 217.430 parados; esto supone un descenso de 10.780 personas respecto al mismo mes del año 2018, en el que había 228.210.
- En diciembre de 2019 ha habido un descenso del paro para ambos sexos, respecto al mismo periodo del año anterior. El desempleo ha descendido en 8830 hombres (-7,57%), y en 1.970 mujeres (-1,76%). Esto implica una mayor contratación en el último año de personas de sexo masculino.
- Por edades, comparando el ultimo trimestre del 2019 con el mismo del 2018, tal y como se puede ver en la tabla de la derecha, los rangos de edad donde más ha decrecido el numero de personas paradas ha sido entre los 25 y 34 años (15%), seguido el de 20 a 24 años (11%). El rango entre 45 y 54 años ha sido el único que ha aumentado, aunque muy levemente.

*Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC)*

# ANÁLISIS 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.

Nivel de estudios	Educación primaria o sin estudios	Educación secundaria	Educación superior
AÑO 2019	33.580	133.700	50.150

*Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC)*

# ANÁLISIS DE LA OFERTA

- Con respecto a los sectores, los sectores de la Industria, especialmente y también el de la Construcción son en los que se ha producido una mayor disminución de las personas en paro en comparación con el año anterior. por el contrario, en los sectores de la Agricultura y Servicios el paro no ha disminuido si no que ha aumentado respecto a 2018, especialmente en el primero en el que se ha incrementado en un 105,2%.

	2019	2018	2017	2016	2015
Agricultura	5.870	2.860	3.030	5.080	4.530
Industria	690	5.160	4.060	5.370	3.660
Construcción	6.910	10.060	11.340	11.410	11.860
Servicios	85.080	83.080	85.970	90.990	85.480

*Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC)*

# ANÁLISIS DE LA OFERTA

- Las islas con mayor porcentaje de personas en paro son La Gomera y Gran Canaria, con un 12,75% y 12,19% respectivamente. Por el contrario, Tenerife (10,59%) y Lanzarote (10,77%) cuentan con la menor tasa de paro de todas las islas que conforman la Comunidad Autónoma.
- Por otro lado, hay que mencionar que todas las islas, a excepción de Fuerteventura, La Gomera y El Hierro (estas dos últimas en mucho menor medida), han conseguido reducir el número de personas en paro en el cuarto trimestre del 2019 respecto al mismo trimestre del año anterior.

	Población total 2019	T4 2019	T4 2018	T4 2017	T4 2016	T4 2015	T4 2014
Canarias (Total)	1.908.860	217.430	228.210	246.440	273.990	297.070	342.170
Lanzarote	128.660	13.860	14.990	14.360	16.370	20.510	24.160
Fuerteventura	97.130	11.640	11.300	11.160	12.940	14.460	19.210
Gran Canaria	753.680	91.890	94.730	99.440	112.080	122.830	144.390
Tenerife	823.030	87.180	94.020	106.900	116.990	122.830	136.61
La Gomera	20.000	2.550	2.500	2.560	2.920	3.090	3.370
La Palma	76.220	9.180	9.580	10.610	11.180	12.110	13.040
El Hierro	10.150	1.120	1.090	1.410	1.500	1.450	1.390

*Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC)*

# ANÁLISIS DE LA OFERTA

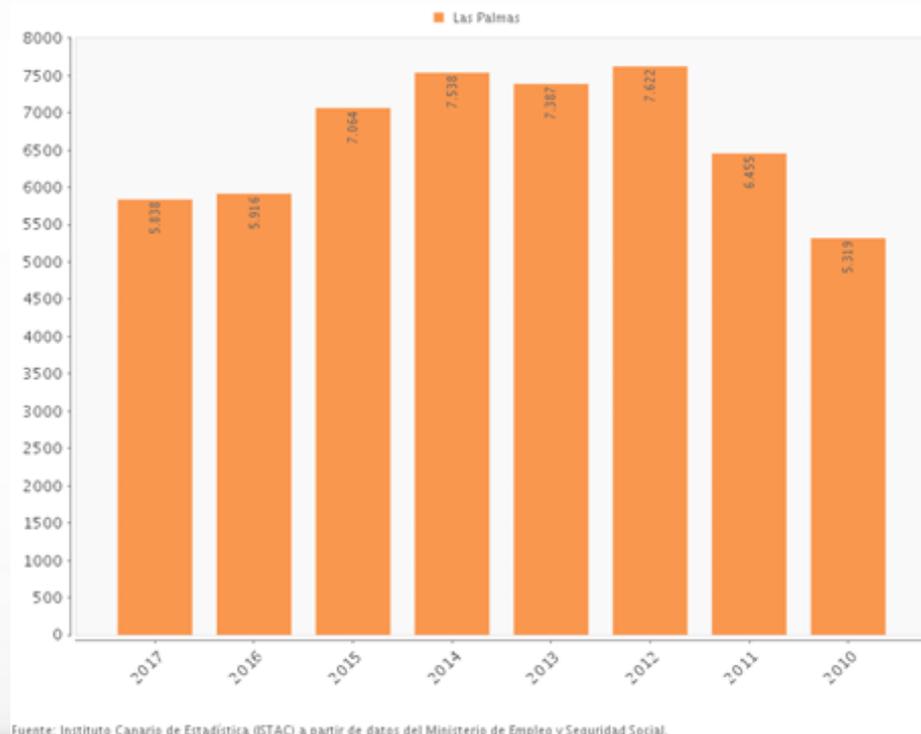
AÑO	2017	2018	VARIACIÓN
SECTOR DE ACTIVIDAD			
Agricultura	1.002	935	-6,7
Industria	11.247	11.550	2,7
Construcción	6.787	8.237	21,4
Comercio	22.474	26.752	19,0
Hostelería	40.993	44.441	8,4
Otros servicios	61.557	65.752	6,8
<b>TOTAL</b>	<b>144.080</b>	<b>157.667</b>	<b>9,4</b>

Fuente: Fundae

- Según los datos la Fundación Tripartita, en Canarias, durante el año 2018, el número total de participantes en acciones formativas fue de 157.667 alumnas/os, siendo el grupo mayoritario en participación el de la actividad económica de **Otros servicios (que incluye Sanidad y Servicios sociales, Educación, Intermediación financiera, Actividades inmobiliarias, Transporte y comunicaciones y Actividades socioculturales)** con 65.752 alumnas/os, seguido de **Hostelería**, con 44.441.
- Por otro lado el sector de actividad en el que menos participación hubo fue en la **Agricultura**, con 935 personas que recibieron formación.

# ANÁLISIS DE LA OFERTA

- Atendiendo al número 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 número 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. No se dispone de datos posteriores en el ISTAC.



# ANÁLISIS 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 número 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 desempleadas/os.
- No existen datos posteriores a 2017 en esta serie de datos y las siguientes

	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008
<b>TOTAL</b>	6.741	8.217	5.744	5.880	5.682	3.700	5.530	6.845	5.554	6.751
<b>Sin estudios</b>	3	6	3	2	8	6	7	25	16	2
<b>Estudios primarios incompletos</b>	371	535	347	390	256	218	429	629	594	807
<b>Estudios primarios completos</b>	164	194	131	188	123	110	178	235	178	226
<b>Estudios secundarios: Programas de F.P.</b>	650	845	596	634	568	385	557	617	563	649
<b>Estudios secundarios: Educación general</b>	3.838	4.510	3.259	3.396	3.123	2.092	3.069	3.962	3.208	4.010
<b>Estudios postsecundarios: Técnicos profesionales superiores</b>	866	1.110	772	693	800	456	653	755	534	542
<b>Estudios postsecundarios: Primer ciclo</b>	300	401	289	276	382	213	330	320	243	243
<b>Estudios postsecundarios: Segundo y tercer ciclo</b>	539	608	346	299	415	216	302	292	208	265
<b>Otros</b>	10	8	1	2	7	4	5	10	10	7

Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC)

# ANÁLISIS DE LA OFERTA

- *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
<b>TOTAL GRUPOS DE EDAD</b>	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
<b>Menos de 25 años</b>	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
<b>De 25 a 34 años</b>	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
<b>De 35 y más años</b>	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

**Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC)**

# 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.

# 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€

**DISTRIBUCIÓN SUBVENCIONES FORMACIÓN OCUPACIONAL 2018**



# ANÁLISIS DE LA OFERTA

*Las subvenciones a la formación dirigida principalmente a desempleadas/os las adjudica el Gobierno de Canarias a través del Servicio Canario de Empleo para toda la Comunidad y que tuvo una cuantía para 2019 de 26.000.000,00€ distribuidos por isla en términos de población desempleada, población, y entidades y proyectos formativos.*

*Para el año 2019, las entidades de Las palmas que mas peso tuvieron en la distribución de subvenciones destinadas a la formación de personas desempleadas son:*

- Fuerteventura 2000, S.L
- Formación ocupacional canaria FOCAN, S.L
- Formación canaria ICSE promoción y desarrollo de estudios superiores en canarias
- Centro de estudios master Anuscheh de Canarias, S.L.U
- Centro de formación AFS, S.L
- INSFORCA servicios y formación, S.L
- Centro de Formacion Empresarial AURA, S.LL
- Juan Pablo Cabrera Borges S.L.
- Montserrat Villalba Ruiz S.L.

# ANÁLISIS DE LA OFERTA

- En 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 trabajadoras/es ocupadas/os.
- 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 Transversales y 40% para Planes de Formación Sectoriales.

# ANÁLISIS DE LA OFERTA

- Para el análisis de la competencia hay que distinguir cuatro tipos principales de competidores:
  1. 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. Si bien hay que distinguir para poder detectar a las empresas competidoras del centro de estudios KUMA, de qué formación se trata, ya que según en el ámbito de la formación del que estemos hablando, la competencia con unas u otras empresas, el nivel de competencia varía, y para ello vamos a distinguir los siguientes segmentos:
    - ❑ FORMACIÓN PRIVADA O PARTICULAR, INLUYENDO LA FORMACIÓN PARA OPOSICIONES.
    - ❑ FORMACIÓN A EMPRESAS
    - ❑ FORMACIÓN SUBVENCIONADA.

Por ello, estos centros de formación constituyen una competencia directa. Fundamentalmente en la Formación Subvencionada y no tanto en la formación Privada o Particular y en la Formación a empresas.
  1. Centros de formación fuera de la zona de influencia pero que entran en competencia para la formación a distancia y on line 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.
  2. 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. El caso Centro de estudios KUMA tiene su propia Plataforma MOODLE, donde oferta sus cursos allí dónde no podemos llegar con la formación presencial. No obstante nuestra plataforma es utilizada también por nuestras/os alumnas/os presenciales como herramienta de apoyo. Además disponemos de 2 plataformas más subcontratadas, con mas de 400 cursos para nuestras/os alumnas/os.
  3. 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

Las principales empresas competidoras del Centro de Estudios KUMA (en adelante KUMA) son los centros de la zona de Las Palmas de Gran Canaria.

En líneas generales, los competidores más importantes, de los que no hay datos generales accesibles y fiables, son los siguientes:

- ❑ FORMACIÓN PRIVADA O PARTICULAR (INCLUYENDO OPOSICIONES)
  - ✓ AURA Formación (Certificación ISO 9001 , 14001 y EFQM)
  - ✓ Ateneo Centro de Estudios (Certificación ISO 9001 Y 14001)
  - ✓ LICEO 2000 (Certificación ISO 9001, 14001 y EFQM) FORMACIÓN A EMPRESAS
  
- ❑ FORMACIÓN A EMPRESAS
  - ✓ INCAEM (Certificación ISO 9001 , 14001 y EFQM)
  - ✓ Audio Centro
  
- ❑ FORMACIÓN SUBVENCIONADA.
  - ✓ AFS Formación (Certificación ISO 9001 , 14001 y EFQM)
  - ✓ AURA Formación (Certificación ISO 9001 , 14001 y EFQM)
  - ✓ FUERTEVENTURA 2000 (Certificación ISO 9001 , 14001 y EFQM)
  - ✓ INCAEM (Certificación ISO 9001 , 14001 y EFQM)
  - ✓ Instituto FOCAN (Certificación ISO 9001, 14001 Y EFQM)
  - ✓ ICSE (Certificación ISO 9001, 14001 y EFQM)
  - ✓ LICEO 2000 (Certificación ISO 9001, 14001 y EFQM)
  - ✓ INSFORCAN (Certificación ISO 9001, 14001 y EFQM)

# ANÁLISIS DE LA OFERTA

SEGMENTOS	1. PARTICULARES / OPOSICIONES	2. EMPRESA	3. SUBVENCIONADA
<p><b>CURSOS PRESENCIALES</b></p> <p><b>Y</b></p> <p><b>ONLINE</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> OFIMÁTICA</li> <li><input type="checkbox"/> SISTEMAS OPERATIVOS Y PROGRAMACIÓN</li> <li><input type="checkbox"/> INTERNET Y NUEVAS TECNOLOGÍAS.</li> <li><input type="checkbox"/> DISEÑO GRÁFICO, WEB Y PUBLICIDAD.</li> <li><input type="checkbox"/> IDIOMAS</li> <li><input type="checkbox"/> SALUD LABORAL</li> <li><input type="checkbox"/> RECURSOS HUMANOS.</li> <li><input type="checkbox"/> ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS.</li> <li><input type="checkbox"/> COMERCIO.</li> <li><input type="checkbox"/> TURISMO, HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN.</li> <li><input type="checkbox"/> SANIDAD.</li> <li><input type="checkbox"/> CALIDAD Y MEDIOAMBIENTE</li> <li><input type="checkbox"/> INDUSTRIA, METAL Y CONSTRCCIÓN.</li> <li><input type="checkbox"/> PEDAGOGÍA, FORMACIÓN Y E-LEARNING.</li> <li><input type="checkbox"/> LIMPIEZA</li> <li><input type="checkbox"/> ADMINISTRACIÓN PÚBLICA.</li> <li><input type="checkbox"/> GESTIÓN INMOBILIARIA.</li> <li><input type="checkbox"/> VARIOS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> OFIMÁTICA</li> <li><input type="checkbox"/> SISTEMAS OPERATIVOS Y PROGRAMACIÓN</li> <li><input type="checkbox"/> INTERNET Y NUEVAS TECNOLOGÍAS.</li> <li><input type="checkbox"/> DISEÑO GRÁFICO, WEB Y PUBLICIDAD.</li> <li><input type="checkbox"/> IDIOMAS</li> <li><input type="checkbox"/> SALUD LABORAL</li> <li><input type="checkbox"/> RECURSOS HUMANOS.</li> <li><input type="checkbox"/> ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS.</li> <li><input type="checkbox"/> COMERCIO.</li> <li><input type="checkbox"/> TURISMO, HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN.</li> <li><input type="checkbox"/> SANIDAD.</li> <li><input type="checkbox"/> CALIDAD Y MEDIOAMBIENTE</li> <li><input type="checkbox"/> INDUSTRIA, METAL Y CONSTRCCIÓN.</li> <li><input type="checkbox"/> PEDAGOGÍA, FORMACIÓN Y E-LEARNING.</li> <li><input type="checkbox"/> LIMPIEZA</li> <li><input type="checkbox"/> ADMINISTRACIÓN PÚBLICA.</li> <li><input type="checkbox"/> GESTIÓN INMOBILIARIA.</li> <li><input type="checkbox"/> VARIOS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> RETOQUE DIGITAL Y ESCANEADO DE IMÁGENES.</li> <li><input type="checkbox"/> INICIACIÓN A LA RED DE INTERNET.</li> <li><input type="checkbox"/> DISEÑO Y MODIFICACIÓN EN INGLÉS: GESTIÓN COMERCIAL.</li> <li><input type="checkbox"/> INGLÉS: ATENCIÓN AL PÚBLICO.</li> <li><input type="checkbox"/> ALEMÁN: ATENCIÓN AL PÚBLICO.</li> <li><input type="checkbox"/> RUSO: ATENCIÓN AL PÚBLICO</li> <li><input type="checkbox"/> PROGRAMAS DE DISEÑO DE PLANOS EN 2 D Y 3D.</li> <li><input type="checkbox"/> ATENCIÓN SOCIO SANITARIA A PERSONAS DEPENDIENTES EN INSTITUCIONES SOCIALES.</li> <li><input type="checkbox"/> DOCENCIA DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL PARA EL EMPLEO.</li> <li><input type="checkbox"/> DINAMIZACIÓN, PROGRAMACIÓN Y DESARROLLO DE ACCIONES CULTURALES.</li> <li><input type="checkbox"/> INFORMACIÓN JUVENIL.</li> <li><input type="checkbox"/> GESTIÓN DE LLAMADAS DE TELEASISTENCIA.</li> <li><input type="checkbox"/> GESTIÓN CONTABLE Y GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA AUDITORÍA.</li> <li><input type="checkbox"/> GESTIÓN INTEGRADA DE RECURSOS HUMANOS.</li> <li><input type="checkbox"/> CREACIÓN Y GESTIÓN DE MICROEMPRESAS.</li> <li><input type="checkbox"/> ASISTENCIA DOCUMENTAL Y DE GESTIÓN DE DESPACHOS Y OFICINAS.</li> <li><input type="checkbox"/> OPERACIONES DE GRABACIÓN Y TRATAMIENTO DE DATOS Y DOCUMENTOS.</li> <li><input type="checkbox"/> PROMOCIÓN TURÍSTICA LOCAL E INFORMACIÓN AL VISITANTE.</li> <li><input type="checkbox"/> OPERACIONES AUXILIARES DE MONTAJE Y MANTENIMIENTO DE SIST. MICROINFORMÁTICOS.</li> <li><input type="checkbox"/> DESARROLLO DE APLICACIONES CON TECNOLOGÍAS WEB</li> <li><input type="checkbox"/> MONTAJE Y REPARACIÓN DE SISTEMAS MICROINFORMÁTICOS.</li> <li><input type="checkbox"/> SISTEMAS MICROINFORMÁTICOS.</li> <li><input type="checkbox"/> ACTIVIDADES DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA.</li> <li><input type="checkbox"/> OPERACIONES AUXILIARES DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS Y GENERALES.</li> <li><input type="checkbox"/> SEGURIDAD INFORMÁTICA.</li> <li><input type="checkbox"/> GESTIÓN COMERCIAL DE VENTAS.</li> <li><input type="checkbox"/> INTRODUCCIÓN A LA METODOLOGÍA DIDACTICA.</li> </ul>

# ANÁLISIS DE LA OFERTA

- **CENTROS:** En cuanto a sucursales, predominan las empresas que solo cuentan con un centro. KUMA cuenta con dos centros situados en las zonas más emblemáticas de Las Palmas, uno en la zona de Vegueta (Casco histórico) y el otro en la Av. Marítima (Centro de la ciudad) .
- **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, Salud Laboral, Recursos Humanos, Administración y Gestión de empresas, Comercio, Turismo, Hostelería y Restauración, Sanidad, Calidad y Medioambiente, Pedagogía, Formación y e-learning, 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. KUMA dispone de plataforma propia (MOODLE), contando con un equipo multidisciplinar para su mantenimiento tanto informático, como de docentes para tener completamente al día y actualizados los contenidos de los cursos que tenemos en activo. Por lo tanto realiza la formación online a través nuestra propia plataforma y además dispone de dos plataformas más subcontratadas, con un total de más de 400 cursos y tiene una página Web con información permanentemente actualizada sobre las novedades en la oferta formativa. Además, KUMA 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, KUMA 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
- SALUD LABORAL
- RECURSOS HUMANOS.
- ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS.
- COMERCIO.
- TURISMO, HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN.
- SANIDAD.
- CALIDAD Y MEDIAMBIENTE
- INDUSTRIA, METAL Y CONSTRCCIÓN.
- PEDAGOGÍA, FORMACIÓN Y E-LEARNING.
- LIMPIEZA
- ADMINISTRACIÓN PÚBLICA.
- GESTIÓN INMOBILIARIA.
- VARIOS

# ANÁLISIS 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 en la formación para ocupadas/os y desempleadas/os

# ANÁLISIS 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. KUMA tiene 2 sedes, pero imparte formación presencial en las demás islas, contratando instalaciones. Además de hacerlo de forma online
- 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 grande, por encima de la media con dos centros, que tiene la ventaja de impartir formación para desempleados/as y ocupados/as, siendo empresa organizadora y reconocida por la fundación tripartita, para poder organizar e impartir cursos a trabajadoras/es ocupadas/os bonificados 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: KUMA es un centro que oferta una amplia variedad de formación destinada tanto a empresas como a particulares, pero que tiene una oferta formativa más amplia 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, tenemos la ventaja sobre el resto de los competidores de tener plataforma propia y, por tanto, esta en igualdad de condiciones y en muchos casos por encima de la mayoría de sus competidores directos en su zona.
  - 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..

# ANÁLISIS DE LA OFERTA

SEGMENTOS	1. PARTICULARES	2. EMPRESA	3. SUBVENCIONADA
<b>COMPETIDORES</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. AURA FORMACIÓN</li><li>2. ATENEO CENTRO DE ESTUDIOS</li><li>3. LICEO 2000</li><li>4. AUDIO CENTRO</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. INCAEM</li><li>2. INSTITUTO FOCAN</li><li>3. LICEO 2000</li><li>4. AUDIO CENTRO</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. AFS FORMACIÓN</li><li>2. INSTITUTO FOCAN</li><li>3. ATENEO CENTRO DE ESTUDIOS</li><li>4. ICSE</li><li>5. AURA FORMACIÓN</li><li>6. INSFORSCAN</li><li>7. LICEO 2000</li></ol> <p>... y mas</p>

# ANÁLISIS DE LA OFERTA

**PRECIOS:** En cuanto a los precios y presupuestos, KUMA 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:*

- o 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).*
- o 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.*
- o Más de un 40% de los trabajadoras/es participaron en cursos de adultos. Las/los trabajadoras/es mejor educados desarrollan y mantienen su conocimiento y competencias.*
- o 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 las/los trabajadoras/es tanto en ocupaciones altamente cualificadas como en la de baja cualificación. En los sectores tecnológicos, las/los trabajadoras/es necesitan actualizar sus competencias y mantenerse al día con técnicas que cambian rápidamente. Las/los trabajadoras/es 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.*

# ANÁLISIS 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 las/los trabajadoras/es 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 las/los trabajadoras/es desempleadas/os y ocupadas/os, mejorando su capacitación profesional y desarrollo personal.
  - Proporcionar a las/los trabajadoras/es 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 las/los trabajadoras/es, especialmente de los que tienen mayores dificultades de mantenimiento del empleo o de inserción laboral.
  - Promover que las competencias profesionales adquiridas por las/los trabajadoras/es tanto a través de procesos formativos, como de la experiencia laboral, sean objeto de acreditación.

# ANÁLISIS DE LA DEMANDA

*Según los datos la Fundación Tripartita, en Canarias durante el año 2018 el número total de participantes en acciones formativas relacionadas con los diferentes sectores productivos fue de 157.667 alumnas/os.*

	De 16 a 25	De 26 a 35	De 36 a 45	De 46 a 55	Mayores de 55	Total
Participantes	7.955	34.723	57.219	46.273	11.003	157.667
Media de horas	111.182	529.762	762.926	584.344	123.735	2.116.798

*Por grupos de edad, las/los alumnas/os en edades comprendidas entre los 36-45 años fueron los que, en mayor medida, participaron en las acciones formativas en Canarias, con un 36,04% sobre el total de horas y un 36,29% sobre el total de participantes.*

# ANÁLISIS DE LA DEMANDA

## ***Modalidades de formación***

*La modalidad estrella de impartición es la presencial con un 76,37% del total.*

	Presencial	Distancia	Mixta	Teleformación	Total
Participantes	120.416	0	1.432	35.819	157.667
Horas de formación	1.124.185	0	71.658	920.955	2.116.798

## ***Formación académica de los participantes***

*En cuanto a la formación académica de los participantes, el 52,94% tienen estudios secundarios a mucha distancia del resto de categorías.*

	Primaria o menos	Secundaria	Técnicos	Universitarios	Otras titulaciones	Total
Participantes	26.294	83.469	21.316	23.962	2.626	157.667

# ANÁLISIS DE LA DEMANDA

## Nivel de la formación

Las acciones formativas por nivel de la acción en Canarias en 2018 aumentaron respecto del año anterior en las de nivel Medio/superior (-12,6%) pero disminuyeron en las de nivel Básico (11%).

	Básico 2017	Básico 2017	Variación (%)	Medio/superior 2017	Medio/superior 2018	Variación
Participantes	37.598	32.868	- 12,6	79.765	88.511	11,0

## Categoría profesional

En este caso, el mayor porcentaje se lo llevan las/los trabajadoras/es cualificados con un 52,15%, seguidos de los de baja cualificación con un 21,85%.

	Directivo	Mando intermedio	Técnico	Trabajador cualificado	Trabajador baja cualificación	Total
Participantes	4.741	18.376	17.875	82.231	34.444	157.667
Media de horas	61.157	211.800	259.715	1.102.906	481.220	2.116.798

# ANÁLISIS DE LA DEMANDA

ESPECTATIVAS DEL CLIENTE - ALUMNO: El alumno tiene las siguientes necesidades y expectativas en cuanto a los elementos que intervienen en la enseñanza dentro del sector, cuyo orden de prioridad varia en función del segmento de clientes (alumnas/os de cursos para desempleadas/os y ocupadas/os, alumnas/os de empresas de formación bonificada, alumnas/os privados y personas que están preparando oposiciones):

- Calidad de enseñanza.
- Precio
- Mejora curricular
- Avances tecnológicos
- Facilidad de horarios
- Proximidad del centro
- Instalaciones
- Atención personalizada
- Posibilidad de colocación
- Metodología de clases
- Fiabilidad del centro

# ANÁLISIS DE LA DEMANDA

ESPECTATIVAS DEL CLIENTE – EMPRESA/ DEMANDANTE DE EMPLEO:  
Las empresas y los demandantes de empleo tienen las siguientes necesidades y expectativas, cuyo orden de prioridad varía en función del segmento de clientes (empresas cuyo personal recibe formación bonificada, empresas de prácticas FCT, empresas que contratan personas de la agencia de colocación y personas en búsqueda activa de empleo) :

- Calidad de enseñanza
- Precio
- Metodología de clases
- Avances tecnológicos
- Mejora curricular
- Instalaciones
- Atención personalizada
- Facilidad de horarios
- Proximidad del centro
- Fiabilidad del centro
- Calidad del alumnado
- Facilidades en la gestión de las/los alumnas/os de prácticas
- Accesibilidad del tutor del centro
- Resolución rápida de problemas
- Agilidad y rapidez de respuesta a las demandas
- Disponibilidad de ofertas de interés
- Contacto con empresas interesantes
- Apoyo continuo
- Rapidez y eficiencia en la intermediación
- Calidad de los demandantes
- Facilidades en la gestión de los trámites

# ANÁLISIS DE LA DEMANDA

DEFINICIÓN		NECESIDADES Y EXPECTATIVAS	
Clientes	Personas desempleadas y ocupadas	Alumnos de los cursos del SCE y de planes estatales	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Posibilidad de colocación</li> <li>2. Mejora curricular</li> <li>3. Facilidad de horarios</li> <li>4. Calidad de la enseñanza</li> <li>5. Instalaciones</li> <li>6. Atención personalizada</li> <li>7. Avances tecnológicos</li> <li>8. Metodología de clases</li> <li>9. Proximidad del centro</li> </ol>
	Personal de empresas que recibe formación bonificada	Alumnos de empresas que realizan cursos bonificados	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mejora curricular</li> <li>2. Facilidad de horarios</li> <li>3. Calidad de la enseñanza</li> <li>4. Instalaciones</li> <li>5. Metodología de clases</li> <li>6. Atención personalizada</li> <li>7. Avances tecnológicos</li> <li>8. Proximidad del centro</li> </ol>
	Particulares y privados	Alumnos privados que realizan cursos no subvencionados	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Posibilidad de colocación</li> <li>2. Mejora curricular</li> <li>3. Precio</li> <li>4. Calidad de la enseñanza</li> <li>5. Proximidad del centro</li> <li>6. Atención personalizada</li> <li>7. Avances tecnológicos</li> <li>8. Facilidad de horarios</li> <li>9. Metodología de clases</li> <li>10. Instalaciones</li> </ol>
	Personas que se preparen para oposiciones	Personas que están preparando oposiciones a áreas de la administración local y nacional	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Calidad de la enseñanza</li> <li>2. Fiabilidad del centro</li> <li>3. Facilidad de horarios</li> <li>4. Avances tecnológicos</li> <li>5. Metodología de clases</li> <li>6. Precio</li> <li>7. Proximidad del centro</li> <li>8. Atención personalizada</li> <li>9. Instalaciones</li> </ol>
	Empresas cuyo personal recibe formación bonificada	Empresas que bonifican los cursos impartidos por KUMA	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Calidad de la enseñanza</li> <li>2. Precio</li> <li>3. Metodología de clases</li> <li>4. Avances tecnológicos</li> <li>5. Mejora curricular</li> <li>6. Instalaciones</li> <li>7. Atención personalizada</li> <li>8. Facilidad de horarios</li> <li>9. Proximidad del centro</li> </ol>
	Empresas de prácticas	Empresas que reciben alumnos de KUMA para hacer las FCT	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fiabilidad del centro</li> <li>2. Calidad del alumnado</li> <li>3. Facilidades en la gestión de los alumnos de prácticas</li> <li>4. Accesibilidad del tutor del centro</li> <li>5. Resolución rápida de problemas</li> <li>6. Agilidad y rapidez de respuesta a las demandas</li> <li>7. Atención personalizada</li> </ol>
	Clientes de intermediación laboral	Personas en búsqueda activa de empleo clientes de la agencia de colocación	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atención personalizada</li> <li>2. Disponibilidad de ofertas de interés</li> <li>3. Contacto con empresas interesantes</li> <li>4. Apoyo continuo</li> <li>5. Rapidez y eficiencia en la intermediación</li> <li>6. Proximidad del centro</li> <li>7. Flexibilidad de horarios</li> </ol>
	Empresas contratantes	Empresas que contratan personas de la agencia de colocación	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fiabilidad del centro</li> <li>2. Calidad de los demandantes</li> <li>3. Facilidades en la gestión de los trámites</li> <li>4. Resolución rápida de problemas</li> <li>5. Agilidad y rapidez de respuesta a las demandas</li> <li>6. Atención personalizada</li> </ol>

**Según la experiencia de KUMA en los últimos años**

# ANALISIS DE LA DEMANDA

## PERFIL DEL CLIENTE:

- El perfil del alumno que cursa, de forma particular, formación no reglada es de una persona de entre 20 y 45 años, de un nivel económico medio cuya fuente de financiación suele ser o bien personal o bien familiar, y que tiene una residencia próxima al centro de estudios. La finalidad o el objetivo con el que estas personas cursan formación no reglada es la consecución de una mejora curricular, más o menos importante, que permita una mayor y más específica gama de competencias de cara a la consecución de un puesto de trabajo efectivo o a la posibilidad de optar por el mismo.
- El perfil del alumno que cursa formación a través de empresa, y que además forma parte de la población que más peso tiene en el marco de la formación no reglada, es de varón en un 56,5% de los participantes y en un 43,5% mujeres. Siendo 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.

# ANALISIS DE LA DEMANDA

## PERFIL DEL CLIENTE:

- El perfil del alumno que cursa formación destinada a la población ocupada y/o desempleada es de una persona de entre 20 y 45 años (aunque en los últimos años la edad está comenzando a subir), con mayor predominancia de mujeres, y cuya residencia se encuentra próxima al centro formativo. El perfil económico de este perfil 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 de CV, de cara tanto a la consecución de un puesto de trabajo como a la mejora de empleo.
- El perfil académico de desempleadas/os y ocupadas/os que cursa formación no reglada tanto en la provincia como en la comunidad tiene en posesión estudios secundarios (un 55,5% de media) y en menor medida, titulados superiores (un 10,9% de media)
- El perfil del alumno de oposiciones es variado, aunque en su mayoría están en el tramo entre 30 y 40 años y desean mejorar y estabilizar su vida profesional entrando en el cuerpo de funcionarios del Estado o de una administración local.
- Otro perfil, aunque en menor medida, 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 (PRIVADOS Y OPOSICIONES)	2. EMPRESA	3. SUBVENCIONADA
PERFIL DEL CLIENTE	<ol style="list-style-type: none"><li>1. EDAD : 20-45 AÑOS</li><li>2. NIVEL ECONOMICO: MEDIO</li><li>3. FINANCIACION: FAMILIAR O PERSONAL</li><li>4. FINALIDAD: PROFESIONAL</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. EDAD : 35-45 AÑOS</li><li>2. NIVEL ECONOMICO: MEDIO</li><li>3. FINANCIACION: EMPRESA/ TRIPARTITA</li><li>4. FINALIDAD: PROFESIONAL</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. EDAD : 20-45 AÑOS</li><li>2. NIVEL ECONOMICO: MEDIO-BAJO</li><li>3. FINANCIACION: ADMINISTRACION</li><li>4. FINALIDAD: PROFESIONAL</li></ol>

# 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. KUMA en la actualidad dispone de dos sedes, con las siguientes características:

- Una de las sedes se encuentra en la calle Juan de Quesada nº 1, 1º y dispone de 9 aulas con moderno equipamiento y con unas instalaciones distribuidas sobre una superficie aproximada de 456 m<sup>2</sup>, incluidos despachos y zonas comunes.
- La otra sede, se encuentra en la calle Alcalde Juan Ramírez Bethencourt Nº 17 (Trasera) y dispone de 3 aulas distribuidas sobre una superficie de alrededor 300 m<sup>2</sup>, incluidos despachos y zonas comunes. Estas aulas están equipadas con los mejores equipos informáticos de última generación (Portátiles, impresoras láser color, etc.) así como con una instalación de red de área local y conexión a Internet de banda ancha. Además disponen de equipos de aire acondicionado, luz natural y situado estratégicamente, en el barrio antiguo de la ciudad y centro de la ciudad. Finalmente, este centro ha sido adaptado para la atención a personas discapacitadas cuando sea necesario.

# ANALISIS DE LOS RECURSOS

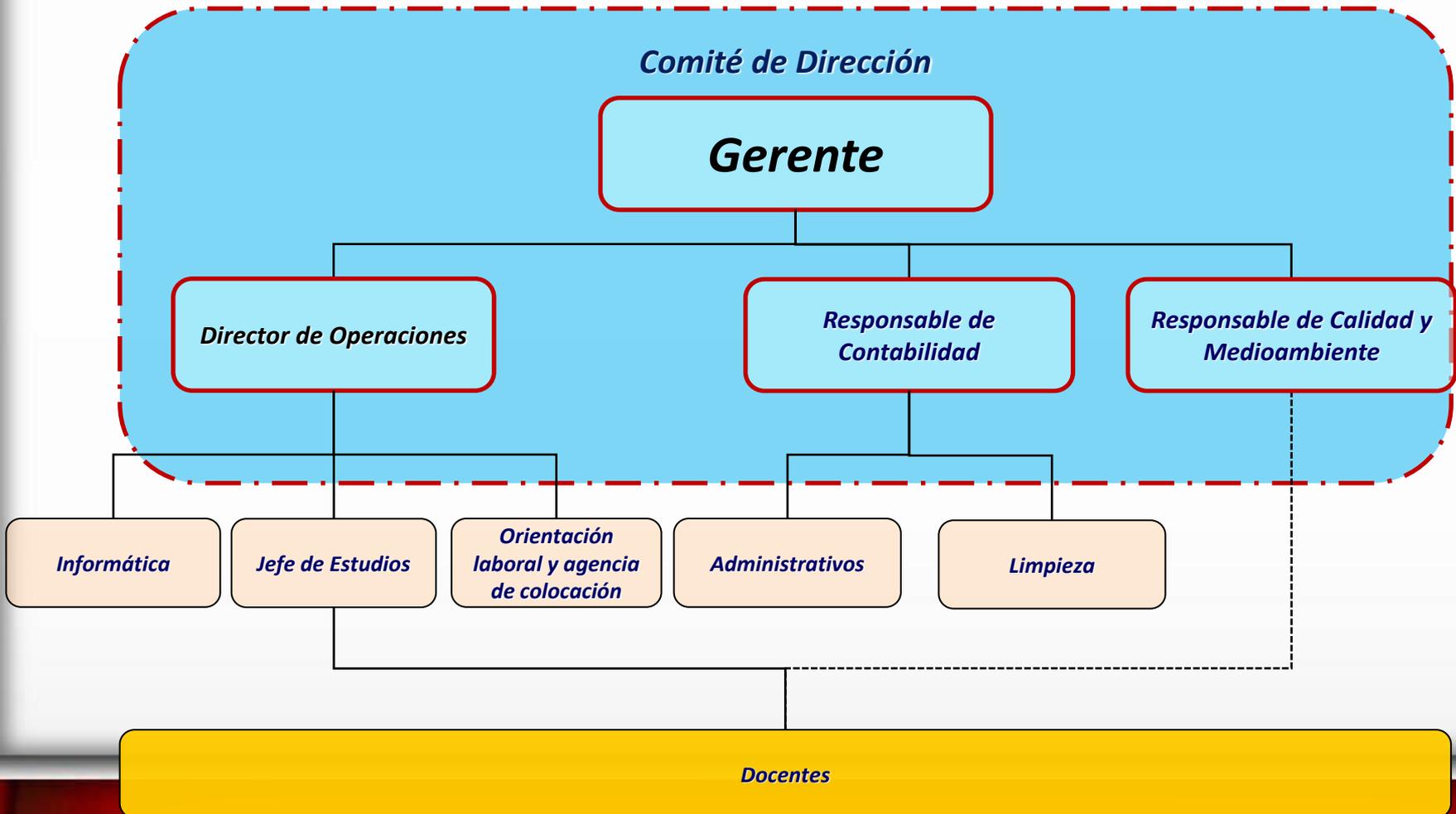
## PERSONAL Y COLABORADORAS/ES

- El número total actual de profesoras/es está entre 10 y 12
- Se considera que el personal y las/los colaboradoras/es están cualificados y suficientemente motivados y son dinámicos y flexibles
- La plantilla consta de entre 22 y 24 trabajadoras/es, incluyendo algunos de los docentes de los cursos, distribuidos según indica el organigrama de la página siguiente.

# ANÁLISIS DE LOS RECURSOS

## *CENTRO DE ESTUDIOS KUMA*

### **ORGANIGRAMA**



# FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO

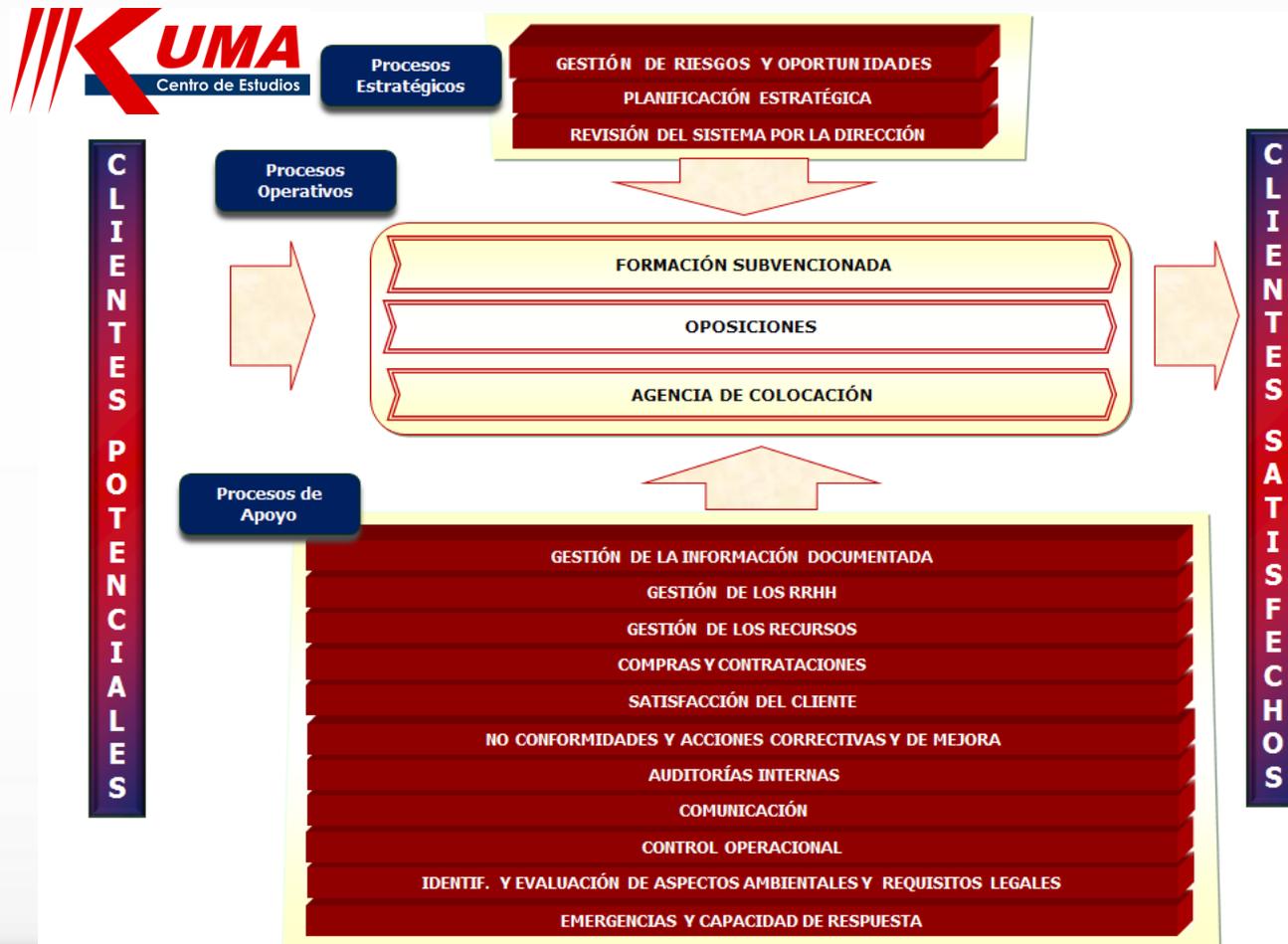
- Coste de los cursos (PRECIO)
- Infraestructuras adecuadas y equipos de enseñanza de alto nivel (INSTALACIONES MODERNAS)
- Docentes con buenos conocimientos y experiencia en la enseñanza (PERSONAL CUALIFICADO)
- Amplia oferta de productos y servicios del Centro (CATÁLOGO DE CURSOS)
- Enseñanza teórica y práctica de gran calidad con materiales excelentes (CALIDAD DE ENSEÑANZA)
- Servicio y atención excelente desde todos los puestos del Centro (ATENCIÓN PERSONAL)

# VENTAJAS COMPETITIVAS

- ➔ MARCA CONSOLIDADA Y RECONOCIDA EN EL ENTORNO
- ➔ BUENAS INSTALACIONES CON EXCELENTE UBICACIÓN
- ➔ AÑOS DE EXPERIENCIA Y DE PERMANENCIA EN EL SECTOR
- ➔ CONOCIMIENTO DE LA ZONA EN LA QUE OPERA
- ➔ FLEXIBILIDAD
- ➔ CALIDAD DE LOS CURSOS OFERTADOS
- ➔ OFERTA FORMATIVA EXCELENTE Y EN CONSTANTE ADAPTACIÓN A LAS NECESIDADES DEL MERCADO
- ➔ TRATO PERSONALIZADO Y CERCANO
- ➔ RECOMENDACIÓN Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

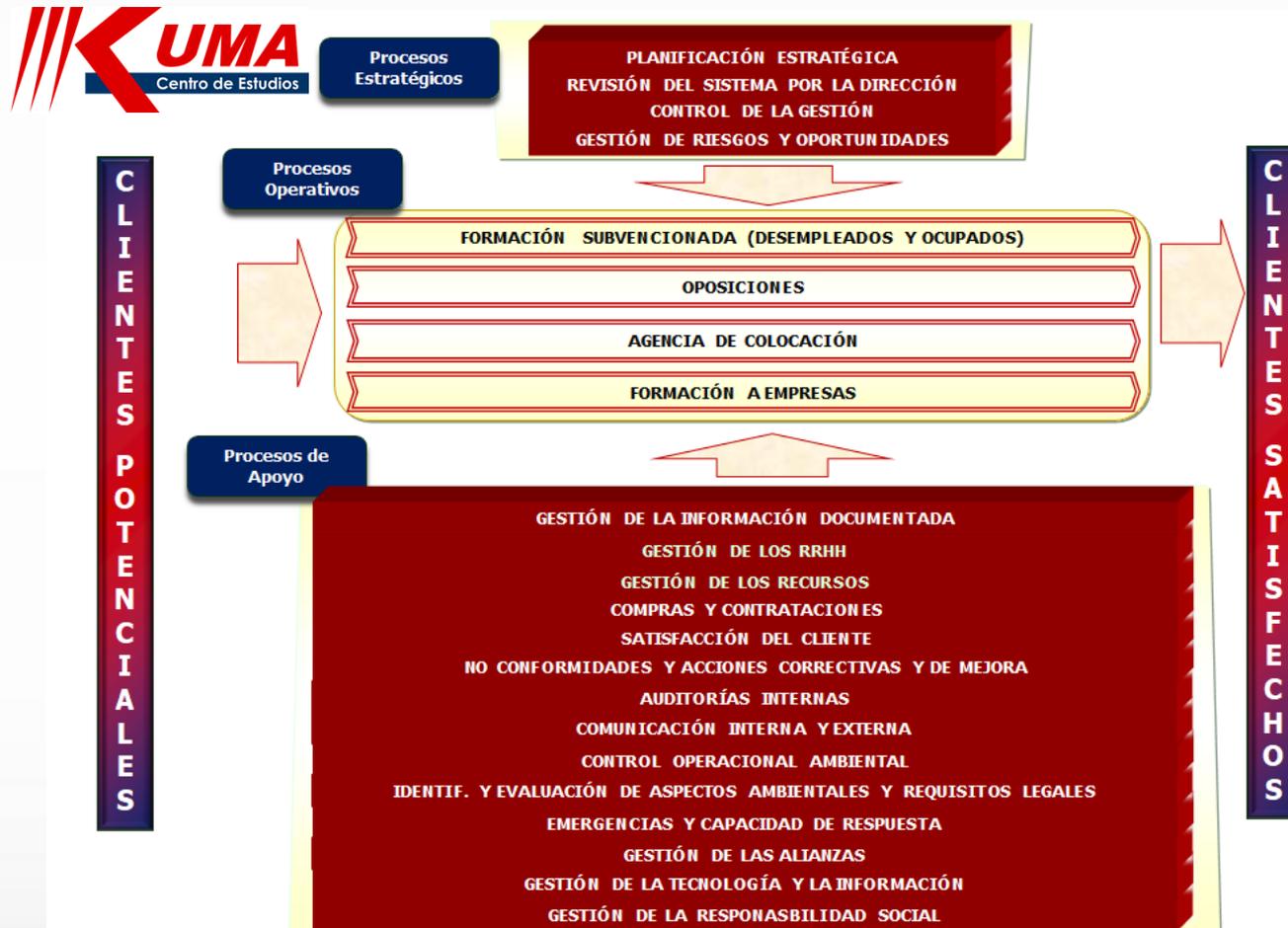
# ANÁLISIS DE LOS RECURSOS

## MAPA DE PROCESOS ISO DE KUMA



# ANÁLISIS DE LOS RECURSOS

## MAPA DE PROCESOS COMPLETO DE KUMA



# ANALISIS DAFO INTERNO

## FORTALEZAS:

- Amplia experiencia en el sector 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 Canarias en la implantación de plataforma Moodle para la preparación de oposiciones (y otros cursos privados) y formación bonificada para empresas.
- Personal cualificado, titulado y con experiencia.
- Obtención de diversos premios empresariales nacionales y locales en los últimos años
- Diversificación del riesgo, ofreciendo variedad en cursos y tipologías de formación
- Trato cercano con los clientes
- Excelente imagen de marca en la zona de influencia y entre sus competidores y amplio porcentaje de clientes “recomendados”
- Instalaciones y equipos de calidad, incluyendo accesibilidad en uno de los centros y aulas y un salón de actos con equipamiento de alta calidad
- Calidad de enseñanza frente a precio.
- Obtención de las certificaciones ISO 9001 y 14001 en su versión 2015, del Sello de Excelencia EFQM 400+ y del Sello de Adhesión a la estrategia de emprendimiento y empleo Joven
- Nivel tecnológico por encima de la media del sector
- Nuevos productos y servicios puestos al mercado antes que la mayoría de la competencia
- Buen posicionamiento en el mercado de la formación a empresas y en la formación subvencionada
- Buen posicionamiento en la formación para la preparación de oposiciones
- 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.
- Apuesta por la formación PRIVADA especialmente en la preparación de oposiciones, sin renunciar a la formación SUBVENCIONADA.
- Editorial propia para la elaboración, distribución y ventas de los temarios de oposiciones y otros cursos impartidos por KUMA.
- Amplia base de datos confeccionada a lo largo de 45 años, utilizada para mantener informados a las/los alumnas/os y ex-alumnas/os 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 múltiples medios de comunicación.

# ANALISIS DAFO INTERNO

## DEBILIDADES:

- ❑ Coste 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
- ❑ Cierta dependencia de la convocatoria de oposiciones públicas
- ❑ Retraso los pagos procedentes de la Administración Pública.
- ❑ Mayor coste en gastos de personal, al incluir dentro de la 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...).
- ❑ Posibilidad de que formadores o personal de la empresa la abandonen e incluso que se vayan a la competencia.

# ANALISIS DAFO EXTERNO

## OPORTUNIDADES

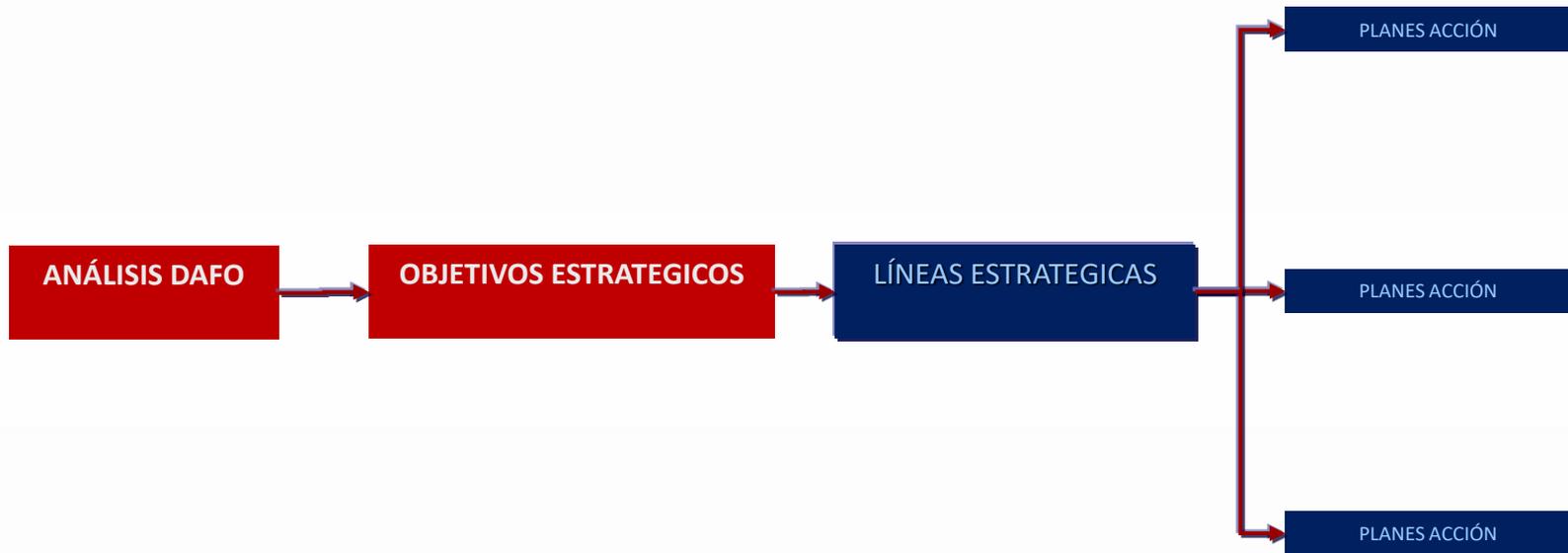
- Posibilidad de explotar el prestigio de la marca en campañas de marketing utilizando o potenciando nuevas vías y tecnologías (actualizando web, redes sociales diferentes de las utilizadas actualmente, etc.)
- Explotar el conocimiento del sector para desarrollar nuevos productos y servicios
- Buscar 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
- Posibilidad de ofertar e impartir cursos u otras actividades a través de la escuela de adultos homologada por KUMA.
- Posibilidad de incrementar la obtención de cursos de formación subvencionada por la administración y dirigida a personas ocupadas o desempleadas.
- Realizar cursos de certificados de profesionalidad en la modalidad de teleformación fundamentalmente para ocupadas/os, pero también para desempleadas/os
- Seguir ampliando el negocio hacia otras zonas de la isla y a otras islas del archipiélago
- Mejorar la gestión interna para optimizar costes y aumentar márgenes
- Aumentar la capacidad de ofrecer cursos para profesionales y empresas
- Desarrollar nuevos aspectos de formación para abarcar un espectro más amplio
- Presentarse a planes estatales de formación
- Obtener el distintivo de Igualdad

# ANALISIS DAFO EXTERNO

## AMENAZAS:

- ❑ En los últimos tiempos ha habido incremento de competidores, sobre todo en los cursos subvencionados
- ❑ Exigencias diferentes de las actuales por parte de la Administración en la baremación para el acceso a los planes formativos.
- ❑ Posibles recortes en los fondos públicos para la formación o congelación de las convocatorias de oposiciones en los sectores prioritarios de KUMA
- ❑ Retraso en los cobros de los cursos impartidos para la Admón. 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 o más baratos que buscan fórmulas más agresivas para reducir costes
- ❑ 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
- ❑ Desaparición total o parcial de la formación subvencionada
- ❑ Congelación de convocatorias de nuevas oposiciones en las que KUMA es experto
- ❑ 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.
- ❑ Posibilidad de no renovar el Sello 400+ y bajar de nivel de Excelencia en la próxima evaluación o que los competidores principales obtengan un Sello 500+ o de no renovar el distintivo EEEJ

# PLANIFICACION ESTRATEGICA



## ***Propósito***

**El Centro de Estudios KUMA, es un centro de formación dedicado a la formación pública y privada para trabajadoras/es y empresas y a la preparación de oposiciones, tanto en el ámbito Estatal, como en el Autonómico y Provincial, que pone a disposición de las/los alumnas/os y empresas las/os mejores docentes, las instalaciones mas adecuadas y los mas modernos medios para que alcancen sus objetivos y metas en su desarrollo profesional y personal**

## ***Visión***

**Continuar siendo el centro líder en oposiciones y uno de los referentes en formación profesional para las instituciones, empresas y alumnas/os de las Palmas de Gran Canaria, tanto por los resultados obtenidos como por la calidad de los productos y servicios de la empresa, gestionando sus recursos de forma responsable y respetuosa con el entorno, siendo consciente de su responsabilidad social, fomentando la igualdad de género y el desarrollo profesional y personal de sus empleadas/os y colaboradoras/es y buscando la rentabilidad y sostenibilidad de la organización**



## PRINCIPIOS CORPORATIVOS

- 1. Apoyamos a nuestras/os alumnas/os (Personas y Empresas) para que consigan sus objetivos. Satisfacer sus necesidades es nuestra razón de ser como Empresa.**
- 2. Nuestro éxito depende del éxito de nuestras/os alumnas/os . Aportamos a nuestras/os alumnas/os la experiencia y las soluciones para que puedan alcanzar sus objetivos rápida y eficazmente.**
- 3. Nuestras/os colaboradoras/es son la clave de nuestro éxito. Todo nuestro personal es cuidadosamente seleccionado tanto por sus conocimientos técnicos como por sus valores humanos y su capacidad de trabajo en equipo.**
- 4. Trabajo en equipo. Nuestro éxito está basado en el trabajo en grupo y lo fomentamos diariamente entre nuestras/os trabajadoras/es.**
- 5. Impulsamos la Innovación. La innovación basada en la creatividad y experiencia es una de las razones que nos ha permitido perdurar desde 1970 y estar permanentemente en vanguardia.**
- 6. Incrementamos el valor de la Empresa para abrir nuevas oportunidades y dar continuidad en el tiempo a nuestro proyecto empresarial, que es nuestro objetivo último.**

# **OBJETIVOS ESTRATÉGICOS**

**Los objetivos estratégicos para el período 2018-2020 en KUMA son:**

- 1. Ligero crecimiento sostenido de la empresa para los próximos tres años**
- 2. Mantenimiento de las certificaciones de calidad y medioambiente y obtención de reconocimientos a la excelencia**
- 3. Potenciación de la formación para oposiciones y de la formación continua**
- 4. Incremento de la actividad de marketing y comunicación externa**
- 5. Mejora de la capacitación del personal y las/los docentes de KUMA**
- 6. Mejorar la conciencia y el desempeño social y ambiental de la empresa y del personal**

# OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADORES ESTRATÉGICOS	METRICAS	OBJETIVO A CUMPLIR EN 2020
● Ligeramente crecimiento sostenido de la empresa para los próximos tres años	<input checked="" type="checkbox"/> Resultado explotación (BAII) <input checked="" type="checkbox"/> Satisfacción global alumnas/os <input checked="" type="checkbox"/> Porcentaje de abandonos <input checked="" type="checkbox"/> Media número de cursos concedidos <input checked="" type="checkbox"/> Media nº de alumnas/os <input checked="" type="checkbox"/> Porcentaje finalización de cursos	<input checked="" type="checkbox"/> Euros <input checked="" type="checkbox"/> Ratio encuesta <input checked="" type="checkbox"/> Porcentaje <input checked="" type="checkbox"/> Media número cursos <input checked="" type="checkbox"/> Media alumnas/os <input checked="" type="checkbox"/> % finalización cursos	<input checked="" type="checkbox"/> 150000 <input checked="" type="checkbox"/> 8,5 <input checked="" type="checkbox"/> 3 <input checked="" type="checkbox"/> 4 <input checked="" type="checkbox"/> 850 <input checked="" type="checkbox"/> 98%
● Mantenimiento de las certificaciones y obtención de reconocimientos a la excelencia	<input checked="" type="checkbox"/> Renovación del Sello 400+ <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
● Potenciación de la formación para oposiciones y de la formación continua	<input checked="" type="checkbox"/> Media Nº alumnas/os formación continua <input checked="" type="checkbox"/> Media Nº alumnas/os oposiciones	<input checked="" type="checkbox"/> Media alumnas/os <input checked="" type="checkbox"/> Media alumnas/os	<input checked="" type="checkbox"/> 200 <input checked="" type="checkbox"/> 550
● Incremento de la actividad de marketing y comunicación externa	<input checked="" type="checkbox"/> Visitas Web <input checked="" type="checkbox"/> Número seguidores en redes sociales <input checked="" type="checkbox"/> Número inscritos agencia colocación <input checked="" type="checkbox"/> Porcentaje alumnas/os mas de un curso	<input checked="" type="checkbox"/> Número <input checked="" type="checkbox"/> Número <input checked="" type="checkbox"/> Número <input checked="" type="checkbox"/> Porcentaje	<input checked="" type="checkbox"/> 20.000 <input checked="" type="checkbox"/> 8.000 <input checked="" type="checkbox"/> 200 <input checked="" type="checkbox"/> 14
● Mejora de la capacitación del personal y las/los docentes de KUMA	<input checked="" type="checkbox"/> Nº cursos internos <input checked="" type="checkbox"/> Satisfacción global personal	<input checked="" type="checkbox"/> Media Nº cursos/año <input checked="" type="checkbox"/> Ratio encuesta	<input checked="" type="checkbox"/> 5 cursos/año <input checked="" type="checkbox"/> 4,5
● Mejorar la conciencia y el desempeño social y ambiental de la empresa y del personal	<input checked="" type="checkbox"/> Consumos electricidad/alumnas/os <input checked="" type="checkbox"/> Consumo papel/alumno <input checked="" type="checkbox"/> Consumo tóner/alumno <input checked="" type="checkbox"/> Media Nº actividades/colaboraciones sociales	<input checked="" type="checkbox"/> Kwh/alumno <input checked="" type="checkbox"/> Kg/alumno <input checked="" type="checkbox"/> Unidades/alumno <input checked="" type="checkbox"/> Media Nº actividades	<input checked="" type="checkbox"/> 44 <input checked="" type="checkbox"/> 0,21 <input checked="" type="checkbox"/> 0,02 <input checked="" type="checkbox"/> 15

# LÍNEAS ESTRATÉGICAS

**LAS LINEAS ESTRATEGICAS para el año 2020, vinculadas con cada objetivo estratégico son:**

<i>Objetivo estratégico</i>	<i>Líneas estratégicas</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Ligero crecimiento sostenido de la empresa para los próximos tres años</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Mantenimiento de la rentabilidad de la empresa</i></li> <li>● <i>Mantenimiento y mejora del nivel de satisfacción de los clientes</i></li> <li>● <i>Continuación del plan de renovación de activos</i></li> <li>● <i>Potenciación de los cursos privados y particulares</i></li> <li>● <i>Consolidación de las alianzas actuales y búsqueda de nuevas alianzas de valor añadido</i></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Mantenimiento de las certificaciones y obtención de Sellos de Excelencia</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Mantenimiento del nivel de excelencia en la empresa</i></li> <li>● <i>Mantenimiento de la certificación del actual Sistema de Gestión de Calidad y Medioambiente</i></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Potenciación de la formación para oposiciones y de la formación continua</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Ampliación de la formación para la preparación de oposiciones</i></li> <li>● <i>Mantenimiento del número de cursos de formación subvencionada concedidos</i></li> <li>● <i>Realización de nueva formación para desempleadas/os</i></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Incremento de la actividad de marketing y comunicación externa</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Diseño y puesta en marcha del plan comercial para 2020</i></li> <li>● <i>Potenciación de la página Web y las redes sociales</i></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Mejora de la capacitación del personal y las/los docentes de KUMA</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Mejora de las competencias y de la capacitación del personal de KUMA</i></li> <li>● <i>Incremento de la satisfacción del personal y colaboradoras/es de KUMA</i></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Mejorar el desempeño social y ambiental de la empresa y del personal</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Obtención del distintivo de igualdad</i></li> <li>● <i>Incremento de las actividades de carácter social y ambiental de la empresa</i></li> </ul>

# LÍNEAS ESTRATÉGICAS

## LÍNEA ESTRATÉGICA Nº 1: Mantenimiento de la rentabilidad de la empresa

<b>Plan de Acción</b>	<b>Actividades</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo Finalización</b>
● <i>Mantenimiento del margen operativo</i>	● <i>Estudio de los gastos del año 2019 para identificar nuevas partidas de ahorro</i>	● <i>Dirección / Contabilidad</i>	● <i>Febrero 2020</i>
	● <i>Puesta en marcha de nuevos cursos para el incremento de los ingresos</i>	● <i>Dirección</i>	● <i>Febrero 2020</i>
	● <i>Diseño y puesta en marcha de nuevas actividades para el control de los gastos</i>	● <i>Contabilidad</i>	● <i>Marzo 2020</i>
	● <i>Seguimiento periódico de gastos</i>	● <i>Dirección</i>	● <i>Diciembre 2020</i>

## LÍNEA ESTRATÉGICA Nº 2: Mantenimiento y mejora del nivel de satisfacción de los clientes

<b>Plan de Acción</b>	<b>Actividades</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo Finalización</b>
● <i>Mejora del grado de satisfacción de clientes</i>	● <i>Análisis de resultados de encuestas de 2019 por segmento</i>	● <i>Resp. Q+MA</i>	● <i>Febrero 2020</i>
	● <i>Definición y puesta en marcha de acciones para la mejora de satisfacción</i>	● <i>Dirección</i>	● <i>Julio 2020</i>
● <i>Reducción del nº de quejas, reclamaciones y sugerencias</i>	● <i>Análisis de resultados de quejas, reclamaciones y sugerencias, incluyendo las incluidas en encuestas de 2019</i>	● <i>Resp. Q+MA</i>	● <i>Febrero 2020</i>
	● <i>Definición y puesta en marcha de acciones de mejora</i>	● <i>Resp. Q+MA</i>	● <i>Diciembre 2020</i>
● <i>Comunicación de las mejoras realizadas al exterior</i>	● <i>Estudio de nuevas posibilidades de comunicación</i>	● <i>Dirección</i>	● <i>Julio 2020</i>
	● <i>Realización de nuevas mejoras en web y RRSS</i>	● <i>Operaciones/ Informática</i>	● <i>Septiembre 2020</i>

# LÍNEAS ESTRATÉGICAS

## LÍNEA ESTRATÉGICA Nº 3: Continuación del plan de renovación de activos

<b>Plan de Acción</b>	<b>Actividades</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo Finalización</b>
● Mejora de los medios para el personal	● Análisis de las necesidades de nuevos equipos	● Dirección	● Septiembre 2020
	● Adquisición de nuevos equipos	● Dirección	● Diciembre 2020
● Mejora de los medios para la docencia	● Análisis de las necesidades de nuevo equipamiento	● Dirección	● Septiembre 2020
	● Adquisición de nuevos equipos	● Dirección	● Diciembre 2020

## LÍNEA ESTRATÉGICA Nº 4: Potenciación de los cursos privados

<b>Plan de Acción</b>	<b>Actividades</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo Finalización</b>
● Diseño de nuevas estrategias comerciales	● Diseño de nuevas estrategias para cursos privados dentro del nuevo plan comercial	● Dirección	● Febrero 2020
	● Nuevos diseños de la página Web para la difusión y promoción de nuevos cursos	● Operaciones/ Informática	● Mayo 2020
	● Dinamización de contenidos de las RRSS	● Informática	● Mayo 2020
	● Incremento de las acciones de marketing y publicidad específicas para privados	● Dirección	● Julio 2020
	● Búsqueda activa de nuevos clientes	● Dirección	● Diciembre 2020
● Aumento de la oferta de cursos	● Estudio de posibles necesidades de clientes privados	● Dirección	● Julio 2020
	● Diseño de nuevos cursos	● Formación	● Septiembre 2020

# LÍNEAS ESTRATÉGICAS

## LÍNEA ESTRATÉGICA Nº 5: Consolidación de las alianzas actuales y búsqueda de nuevas alianzas de valor añadido

<i>Plan de Acción</i>	<i>Actividades</i>	<i>Responsable</i>	<i>Plazo Finalización</i>
● Consolidación de las alianzas	● Análisis de las alianzas en vigor	● Dirección	● Marzo 2020
	● Eliminación de alianzas que no aporten a KUMA	● Dirección	● Julio 2020
	● Consolidación de alianzas en vigor con nuevas actividades o continuación de las existentes	● Dirección	● Diciembre 2020
● Búsqueda de nuevas alianzas	● Identificación de nuevos aliados	● Dirección	● Marzo 2020
	● Establecimiento de nuevas alianzas	● Dirección	● Septiembre 2020

## LÍNEA ESTRATÉGICA Nº 6: Mantenimiento del nivel de excelencia en la empresa

<i>Plan de Acción</i>	<i>Actividades</i>	<i>Responsable</i>	<i>Plazo Finalización</i>
● Realización de un plan de mantenimiento y mejora del nivel de excelencia	● Selección de oportunidades de mejora detectadas en la evaluación EFQM	● Dirección	● Marzo 2020
	● Mantenimiento de las actividades excelentes del Sistema de Gestión	● Dirección	● Marzo 2020
	● Comienzo de realización de planes de mejora	● Dirección	● Julio 2020

# LÍNEAS ESTRATÉGICAS

## LÍNEA ESTRATÉGICA Nº 7: Mantenimiento de la certificación del Sistema de Gestión de Calidad y Medioambiente

<b>Plan de Acción</b>	<b>Actividades</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo Finalización</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Actualización del Sistema</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Realización de la revisión del Sistema</li> <li>● Actualización de la documentación y registros del Sistema</li> <li>● Realización de la auditoría interna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Dirección</li> <li>● Calidad y MA</li> <li>● Calidad y MA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Febrero 2020</li> <li>● Marzo 2020</li> <li>● Abril 2020</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Mantenimiento certificación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Asistencia a la auditoría externa</li> <li>● Ajustes tras la auditoría</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Calidad y MA</li> <li>● Calidad y MA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Mayo 2020</li> <li>● Junio 2020</li> </ul>

## LÍNEA ESTRATÉGICA Nº 8: Potenciación de la formación para la preparación de oposiciones

<b>Plan de Acción</b>	<b>Actividades</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo Finalización</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Potenciación de la formación on line</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Mejora de los contenidos de los cursos on line para oposiciones</li> <li>● Promoción de la oposiciones a las convocatorias previstas en 2020</li> <li>● Puesta en marcha de los nuevos cursos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Operaciones</li> <li>● Operaciones/ Informática</li> <li>● Operaciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Abril 2020</li> <li>● Abril 2020</li> <li>● Julio 2020</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Puesta en marcha de nuevos cursos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Estudio de nuevas oportunidades en convocatorias durante 2020</li> <li>● Diseño de nuevos cursos a distancia, on line y presencial</li> <li>● Promoción y ejecución de nuevos cursos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Operaciones</li> <li>● Operaciones</li> <li>● Operaciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Abril 2020</li> <li>● Mayo 2020</li> <li>● Junio 2020</li> </ul>

# LÍNEAS ESTRATÉGICAS

## LÍNEA ESTRATÉGICA Nº 9: Mantenimiento del número de cursos de formación subvencionada concedidos a la empresa

<b>Plan de Acción</b>	<b>Actividades</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo Finalización</b>
● Estudio de datos de concursos anteriores	● Estudio de las adjudicaciones del año pasado y de los posibles criterios de concesión	● Dirección	● Enero 2020
● Nuevas estrategias de mejora de puntuación	● Diseño de estrategias para mantener e incrementar puntuación	● Dirección	● Enero 2020
	● Puesta en práctica	● Dirección	● Febrero 2020

## LÍNEA ESTRATÉGICA Nº 10: Realización de nueva formación para desempleadas/os

<b>Plan de Acción</b>	<b>Actividades</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo Finalización</b>
● Análisis de nuevas necesidades de formación para desempleadas/os	● Estudio de nuevas posibilidades de cursos para desempleadas/os	● Operaciones	● Enero 2020
	● Selección de nuevos cursos on line y presenciales	● Operaciones	● Marzo 2020
	● Presentación a la impartición de formación para desempleadas/os	● Dirección	● Julio 2020
● Puesta en marcha	● Diseño de los nuevos cursos ● Impartición de los nuevos cursos	● Operaciones ● informática	● Junio 2020 ● Septiembre 2020

# LÍNEAS ESTRATÉGICAS

## LÍNEA ESTRATÉGICA Nº 11: Diseño y puesta en marcha del plan comercial para 2020

<b>Plan de Acción</b>	<b>Actividades</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo Finalización</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Diseño del Plan comercial 2020</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Diseño del nuevo Plan Comercial</i></li> <li>● <i>Revisión de las actividades contenidas en el nuevo Plan</i></li> <li>● <i>Aprobación del Plan Comercial de 2020</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Dirección</i></li> <li>● <i>Dirección</i></li> <li>● <i>Dirección</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Enero 2020</i></li> <li>● <i>Febrero 2020</i></li> <li>● <i>Marzo 2020</i></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Puesta en marcha del Plan Comercial</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Ejecución de las acciones previstas</i></li> <li>● <i>Potenciación comercial de KUMA en todos los soportes</i></li> <li>● <i>Seguimiento del Plan Comercial</i></li> <li>● <i>Análisis de los resultados de las actividades desarrolladas en el Plan</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Dirección</i></li> <li>● <i>Dirección</i></li> <li>● <i>Dirección</i></li> <li>● <i>Dirección</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Marzo 2020</i></li> <li>● <i>Marzo 2020</i></li> <li>● <i>Continuo en 2020</i></li> <li>● <i>Diciembre 2020</i></li> </ul>

## LÍNEA ESTRATÉGICA Nº 12: Potenciación de la web y de las redes sociales

<b>Plan de Acción</b>	<b>Actividades</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo Finalización</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Mejora de la página Web</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Definición de nuevos contenidos y funcionalidades de la web</i></li> <li>● <i>Puesta en marcha y realización de ajustes</i></li> <li>● <i>Mejora de la vinculación de la web con todas las RRSS</i></li> <li>● <i>Supervisión del funcionamiento</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Operaciones</i></li> <li>● <i>Informática</i></li> <li>● <i>Informática</i></li> <li>● <i>Operaciones</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Febrero 2020</i></li> <li>● <i>Marzo 2020</i></li> <li>● <i>Mayo 2020</i></li> <li>● <i>Diciembre 2020</i></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Dinamización de nuevas redes sociales</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Realización de mejoras en las RRSS</i></li> <li>● <i>Estudio del impacto de KUMA en las RRSS tradicionales (Facebook y Twitter) las nuevas (Instagram, LinkedIn,)</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Informática</i></li> <li>● <i>Informática</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Julio 2020</i></li> <li>● <i>Diciembre 2020</i></li> </ul>

# LÍNEAS ESTRATÉGICAS

## LÍNEA ESTRATÉGICA Nº 13: Mejora de las competencias y de la capacitación del personal

<b>Plan de Acción</b>	<b>Actividades</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo Finalización</b>
● <i>Elaboración del plan anual 2020</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Identificación necesidades de formación</i></li> <li>● <i>Búsqueda de nuevos cursos para satisfacer nuevas demandas</i></li> <li>● <i>Elaboración del nuevo plan anual 2020</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Dirección</i></li> <li>● <i>Dirección</i></li> <li>● <i>Dirección</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Enero 2020</i></li> <li>● <i>Enero 2020</i></li> <li>● <i>Enero 2020</i></li> </ul>
● <i>Puesta en marcha del plan de formación interna</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Realización de acciones formativas específicas en calidad, excelencia y medioambiente</i></li> <li>● <i>Ejecución y seguimiento del Plan</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Resp. Q+MA</i></li> <li>● <i>Dirección</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Julio 2020</i></li> <li>● <i>Diciembre 2020</i></li> </ul>
● <i>Puesta en marcha de un programa de evaluación del desempeño</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Diseño del cuestionario de evaluación</i></li> <li>● <i>Aprobación del cuestionario</i></li> <li>● <i>Realización evaluación del personal</i></li> <li>● <i>Diseño y realización acciones de mejora</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Dirección</i></li> <li>● <i>Dirección</i></li> <li>● <i>Dirección</i></li> <li>● <i>Dirección</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Junio 2020</i></li> <li>● <i>Junio 2020</i></li> <li>● <i>Noviembre 2020</i></li> <li>● <i>Diciembre 2020</i></li> </ul>

## LÍNEA ESTRATÉGICA Nº 14: Mejora de la satisfacción del personal y colaboradoras/es de KUMA

<b>Plan de Acción</b>	<b>Actividades</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo Finalización</b>
● <i>Mejora de la satisfacción de personal y colaboradoras/es</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Definición y puesta en marcha de planes de mejora</i></li> <li>● <i>Realización de nueva encuesta en 2020</i></li> <li>● <i>Análisis de resultados</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Resp. Q+MA</i></li> <li>● <i>Dirección</i></li> <li>● <i>Dirección</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Junio 2020</i></li> <li>● <i>Julio 2020</i></li> <li>● <i>Diciembre 2020</i></li> </ul>

# LÍNEAS ESTRATÉGICAS

## LÍNEA ESTRATÉGICA Nº 15: Obtención del distintivo de igualdad

<b>Plan de Acción</b>	<b>Actividades</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo Finalización</b>
● Realización de nuevas acciones de promoción de la igualdad	● Realización de nuevas acciones de formación y otras relacionadas	● Dirección.	● Julio 2020
	● Elaboración de nuevos protocolos	● Calidad y MA	● Julio 2020
	● Definición indicadores igualdad	● Calidad y MA	● Septiembre 2020
	● Elaboración del nuevo Plan de igualdad de la empresa	● Calidad y MA	● Diciembre 2020

## LÍNEA ESTRATÉGICA Nº 16: Incremento de las actividades de carácter social y ambiental de la empresa

<b>Plan de Acción</b>	<b>Actividades</b>	<b>Responsable</b>	<b>Plazo Finalización</b>
● Búsqueda de nuevos aliados en temas sociales	● Selección de nuevas entidades de carácter social para colaborar	● Dirección	● Mayo 2020
	● Realización de nuevas acciones de tipo social	● Dirección	● Diciembre 2020
● Mejora en temas sociales	● Adhesión al Pacto de Naciones Unidas	● Dirección	● Octubre 2020
	● Búsqueda y realización de colaboraciones con otras entidades sociales	● Dirección	● Octubre 2020
● Continuar el programa de mejora del cuidado ambiental	● Ajustar los objetivos ambientales	● Calidad y MA	● Enero 2020
	● Poner en marcha nuevos sistemas de reducción y ahorro	● Dirección	● Febrero 2020
	● Realizar un mayor seguimiento de los indicadores de luz, agua, y papel	● Calidad y MA	● Diciembre 2020

# LÍNEAS – INDICADORES - METAS

LINEAS ESTRATEGICAS	INDICADORES	METRICAS	METAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Mantenimiento de la rentabilidad de la empresa</i></li> <li>● <i>Mantenimiento y mejora del nivel de satisfacción de los clientes</i></li> <li>● <i>Continuación del plan de renovación de activos</i></li> <li>● <i>Potenciación de los cursos privados y particulares</i></li> <li>● <i>Consolidación de las alianzas actuales y búsqueda de nuevas alianzas de valor añadido</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ <b>Gastos totales</b></li> <li>☑ <b>Ingresos totales</b></li> <li>☑ <b>Satisfacción global alumnas/os</b></li> <li>☑ <b>Nº quejas y reclamaciones</b></li> <li>☑ <b>Nº clientes empresa</b></li> <li>☑ <b>Realización de mejoras en aulas</b></li> <li>☑ <b>Nº alumnas/os formación bonificada</b></li> <li>☑ <b>Nº alumnas/os privados o particulares</b></li> <li>☑ <b>Nº alumnas/os online y a distancia</b></li> <li>☑ <b>Número de aliados</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ <b>Euros</b></li> <li>☑ <b>Euros</b></li> <li>☑ <b>Ratio encuesta</b></li> <li>☑ <b>Número QyR</b></li> <li>☑ <b>Número clientes</b></li> <li>☑ <b>Cualitativo (SI/NO)</b></li> <li>☑ <b>Número alumnas/os</b></li> <li>☑ <b>Número alumnas/os</b></li> <li>☑ <b>Número alumnas/os</b></li> <li>☑ <b>Número aliados</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ <b>1.125.000</b></li> <li>☑ <b>1.400.000</b></li> <li>☑ <b>8,60</b></li> <li>☑ <b>0</b></li> <li>☑ <b>13</b></li> <li>☑ <b>SI</b></li> <li>☑ <b>125</b></li> <li>☑ <b>10</b></li> <li>☑ <b>125</b></li> <li>☑ <b>60</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Mantenimiento del nivel de excelencia en la empresa</i></li> <li>● <i>Mantenimiento de la certificación del actual Sistema de Gestión de Calidad y Medioambiente</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ <b>Realización del plan de mantenimiento nivel de excelencia</b></li> <li>☑ <b>Mantenimiento de la certificación ISO 2015</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ <b>Cualitativo (SI/NO)</b></li> <li>☑ <b>Cualitativo (SI/NO)</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ <b>SI</b></li> <li>☑ <b>SI</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Ampliación de la formación para la preparación de oposiciones</i></li> <li>● <i>Mantenimiento del número de cursos de formación subvencionada concedidos</i></li> <li>● <i>Realización de nueva formación para desempleadas/os</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ <b>Nº alumnas/os de oposiciones</b></li> <li>☑ <b>Número de cursos concedidos</b></li> <li>☑ <b>Nº alumnas/os totales</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ <b>Número alumnas/os</b></li> <li>☑ <b>Número cursos</b></li> <li>☑ <b>Número alumnas/os</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ <b>680</b></li> <li>☑ <b>70</b></li> <li>☑ <b>2.720</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Diseño y puesta en marcha del plan comercial para 2020</i></li> <li>● <i>Potenciación de la página Web y las redes sociales</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ <b>Plan comercial preparado</b></li> <li>☑ <b>Visitas Web</b></li> <li>☑ <b>Seguidores en Facebook</b></li> <li>☑ <b>Seguidores en Instagram</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ <b>Cualitativo (SI/NO)</b></li> <li>☑ <b>Número</b></li> <li>☑ <b>Número</b></li> <li>☑ <b>Número</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ <b>SI</b></li> <li>☑ <b>3.800</b></li> <li>☑ <b>7.800</b></li> <li>☑ <b>10</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Mejora de las competencias y de la capacitación del personal de KUMA</i></li> <li>● <i>Incremento de la satisfacción del personal y colaboradoras/es de KUMA</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ <b>Nº cursos internos</b></li> <li>☑ <b>Elaboración y cumplimiento plan anual formación</b></li> <li>☑ <b>Satisfacción global personal</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ <b>Nº cursos internos</b></li> <li>☑ <b>% cumplimiento</b></li> <li>☑ <b>Ratio encuesta</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ <b>10</b></li> <li>☑ <b>90%</b></li> <li>☑ <b>4,55</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Obtención del distintivo de igualdad</i></li> <li>● <i>Incremento de las actividades de carácter social y ambiental de la empresa</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ <b>Elaboración del Plan de Igualdad</b></li> <li>☑ <b>Consumo electricidad/alumno</b></li> <li>☑ <b>Consumo papel/alumno</b></li> <li>☑ <b>Nº actividades sociales</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ <b>Cualitativo (SI/NO)</b></li> <li>☑ <b>Kwh/alumno</b></li> <li>☑ <b>Kg/alumno</b></li> <li>☑ <b>Número</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ <b>SI</b></li> <li>☑ <b>13,24</b></li> <li>☑ <b>0,16</b></li> <li>☑ <b>33</b></li> </ul>

# LÍNEAS – INDICADORES - METAS

LINEAS ESTRATEGICAS	INDICADORES	METAS	RESULTADO
<ul style="list-style-type: none"> <li>Mantenimiento de la rentabilidad de la empresa</li> <li>Mantenimiento y mejora del nivel de satisfacción de los clientes</li> <li>Continuación del plan de renovación de activos</li> <li>Potenciación de los cursos privados y particulares</li> <li>Consolidación de las alianzas actuales y búsqueda de nuevas alianzas de valor añadido</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gastos totales</li> <li>Ingresos totales</li> <li>Satisfacción global alumnas/os</li> <li>Nº quejas y reclamaciones</li> <li>Nº clientes empresa</li> <li>Realización de mejoras en aulas</li> <li>Nº alumnas/os formación bonificada</li> <li>Nº alumnas/os privados o particulares</li> <li>Nº alumnas/os online y a distancia</li> <li>Número de aliados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1.125.000</li> <li>1.400.000</li> <li>8,60</li> <li>0</li> <li>13</li> <li>SI</li> <li>125</li> <li>10</li> <li>125</li> <li>60</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>713864,19</li> <li>718.235,63</li> <li>8,23</li> <li>0</li> <li>15</li> <li>SI</li> <li>90</li> <li>0</li> <li>204</li> <li>83</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Mantenimiento del nivel de excelencia en la empresa</li> <li>Mantenimiento de la certificación del actual Sistema de Gestión de Calidad y Medioambiente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realización del plan de mantenimiento nivel de excelencia</li> <li>Mantenimiento de la certificación ISO 2015</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SI</li> <li>SI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SI</li> <li>SI</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Ampliación de la formación para la preparación de oposiciones</li> <li>Mantenimiento del número de cursos de formación subvencionada concedidos</li> <li>Realización de nueva formación para desempleadas/os</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nº alumnas/os de oposiciones</li> <li>Número de cursos concedidos</li> <li>Nº alumnas/os totales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>680</li> <li>70</li> <li>2.720</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>503</li> <li>13</li> <li>1087</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseño y puesta en marcha del plan comercial para 2020</li> <li>Potenciación de la página Web y las redes sociales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plan comercial preparado</li> <li>Visitas Web</li> <li>Seguidores en Facebook</li> <li>Seguidores en Instagram</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SI</li> <li>3.800</li> <li>7.800</li> <li>10</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SI</li> <li>3757</li> <li>8374</li> <li>874</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Mejora de las competencias y de la capacitación del personal de KUMA</li> <li>Incremento de la satisfacción del personal y colaboradoras/es de KUMA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nº cursos internos</li> <li>Elaboración y cumplimiento plan anual formación</li> <li>Satisfacción global personal</li> <li>Comienzo del programa de evaluación del desempeño</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>10</li> <li>90%</li> <li>4,55</li> <li>SI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>20</li> <li>100</li> <li>4,45</li> <li>SI</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Obtención del distintivo de igualdad</li> <li>Incremento de las actividades de carácter social y ambiental de la empresa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Preparación nuevo Plan de Igualdad</li> <li>Consumo electricidad/alumno</li> <li>Consumo papel/alumno</li> <li>Nº actividades sociales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SI</li> <li>13,24</li> <li>0,16</li> <li>33</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SI</li> <li>28,23</li> <li>0,16</li> <li>6</li> </ul>

# OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADORES ESTRATÉGICOS	OBJETIVO A CUMPLIR EN 2020	RESULTADO EN 2020
● Ligeramente crecimiento sostenido de la empresa para los próximos tres años	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ Resultado explotación (BAII)</li> <li>☑ Satisfacción global alumnas/os</li> <li>☑ Porcentaje de abandonos</li> <li>☑ Media número de cursos concedidos</li> <li>☑ Media nº de alumnas/os</li> <li>☑ Porcentaje finalización de cursos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ 150000</li> <li>☑ 8,5</li> <li>☑ 3</li> <li>☑ 4</li> <li>☑ 850</li> <li>☑ 98</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ 4.371,44</li> <li>☑ 8,23</li> <li>☑ 2,9</li> <li>☑ 54</li> <li>☑ 1784</li> <li>☑ 97,1</li> </ul>
● Mantenimiento de las certificaciones y obtención de reconocimientos a la excelencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ Renovación del Sello 400+</li> <li>☑ Mantenimiento de las certificaciones de calidad y medioambiente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ Si</li> <li>☑ SI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ SI</li> <li>☑ SI</li> </ul>
● Potenciación de la formación para oposiciones y de la formación continua	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ Media Nº alumnas/os formación continua</li> <li>☑ Media Nº alumnas/os oposiciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ 200</li> <li>☑ 550</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ 853,7</li> <li>☑ 659</li> </ul>
● Incremento de la actividad de marketing y comunicación externa	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ Visitas Web</li> <li>☑ Número seguidores en redes sociales</li> <li>☑ Número inscritos agencia colocación</li> <li>☑ Porcentaje alumnas/os mas de un curso</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ 20.000</li> <li>☑ 8.000</li> <li>☑ 200</li> <li>☑ 14</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ 3757</li> <li>☑ 9357</li> <li>☑ 88</li> <li>☑ 46</li> </ul>
● Mejora de la capacitación del personal y las/los docentes de KUMA	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ Nº cursos internos</li> <li>☑ Satisfacción global personal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ 5 cursos/año</li> <li>☑ 4,5</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ 13</li> <li>☑ 4,45</li> </ul>
● Mejorar la conciencia y el desempeño social y ambiental de la empresa y del personal	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ Consumos electricidad/alumna/o</li> <li>☑ Consumo papel/alumna/o</li> <li>☑ Consumo tóner/alumna/o</li> <li>☑ Media Nº actividades/colaboraciones sociales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ 44</li> <li>☑ 0,21</li> <li>☑ 0,02</li> <li>☑ 15</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ 26,13</li> <li>☑ 0,16</li> <li>☑ 0,01</li> <li>☑ 23,7</li> </ul>