



PLAN ESTRATÉGICO

	ACTIVIDAD	OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADOR ASOCIADO	AÑOS			
				2014	2015	2016	2017
LÍNEA ESTRATÉGICA 1 SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA	Realización de acciones de coordinación y seguimiento con las entidades financiadoras.	1. Mantener y consolidar al menos el 95% de la financiación que ya tiene la empresa.	% de financiación que se mantiene del que ya tenía la empresa.		Al menos el 95%	Al menos el 95%	Al menos el 95%
		2. Mantener, al menos, tres clientes públicos y privados.	Nº de clientes públicos.		1	1	1
			Nº de clientes privados.		2	2	2
	Participación en redes de trabajo que permitan captar nuevos fondos autonómicos, estatales y supranacionales.	3. Establecer, al menos, tres alianzas estratégicas que apoyen el crecimiento y la consolidación de la empresa y que incrementen un 10% los ingresos.	% de incremento de financiación conseguida.		3%	3%	4%
			Nº de alianzas estratégicas nuevas.		1	1	1
	Elaboración del proceso.	4. Definir el proceso de captación de fondos de la empresa.	% de desarrollo del proceso.	50%	50%		
	Exploración de recursos en otros espacios a los habituales: Formación bonificada, Consejería de Agricultura, Medio Ambiente, Fomento,...	5.- Conseguir tres nuevas líneas de financiación.	Nº de líneas estudiadas y presentadas.		2	2	2
			Nº de líneas donde se consigue financiación		1	1	1



PLAN ESTRATÉGICO

	ACTIVIDAD	OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADOR ASOCIADO	AÑOS			
				2014	2015	2016	2017
LÍNEA ESTRATÉGICA 2 EXCELENCIA EN LA GESTIÓN	Elaboración de nuevos procesos en función de las prioridades de la empresa.	1. Implantar el 100% de los procesos creados, en menos de un mes, desde su aprobación.	% de procesos implantados en menos de un mes.	100%	100%	100%	100%
	Formación del personal de la empresa en el conocimiento de los nuevos procesos.						
	Elaboración y diseño de un cuadro de mando.	2.- Desarrollar el 100% del cuadro de mando para medir resultados de todos los procesos de la empresa.	% de despliegue del cuadro de mando.	100%			
			% de procesos que se miden e incorporan al cuadro de mando.	100%	100%	100%	100%
	Fomentar una cultura de participación a través de la creación de grupos de mejora.	3. Crear, al menos, dos grupos de mejora que traten de dar respuesta a las necesidades de mejora continua de la empresa.	Nº de grupos de mejora creados.		1		1
			Nº de personas que participan en los grupos de mejora.		3		3
			Nº de mejoras implantadas como consecuencia de los grupos de mejora		1		1
	Desarrollar el plan de acción necesario para la obtención del sello EFQM en su nivel 400+	4. Obtener 400+ puntos en la autoevaluación.	Nº de puntos alcanzados en la autoevaluación.		400		400
5.- Desarrollar el 100% de la memoria conceptual.		% de desarrollo de la memoria		100%		100%	



PLAN ESTRATÉGICO

	ACTIVIDAD	OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADOR ASOCIADO	AÑOS			
				2014	2015	2016	2017
LÍNEA ESTRATÉGICA 3 GESTIÓN DE LA FORMACIÓN	Mantenimiento de contacto con los clientes de forma activa para ver qué acciones formativas son más fáciles de que se concedan. Si fuera necesario se homologarán nuevos cursos, se impartirán cursos fuera de las sedes y se buscarán nuevas fuentes de financiación.	1.- Aumentar las horas de trabajo calculadas como suma de las horas concedidas y una estimación de las necesarias para su solicitud, nuevas homologaciones, preparación y justificación, en 100 horas	Nº horas de curso concedidas.	4090,83	4190,83	4290,83	4390,83
			% de homologaciones conseguidas sobre las homologaciones propuestas.	100%	100%	100%	100%
			Nº de municipios en los que se ha actuado.	Al menos 3	Al menos 3	Al menos 3	Al menos 3
	Articulación de los recursos materiales y personales necesarios para que los clientes valoren nuestro trabajo de forma positiva.	2.- Obtener, en al menos un centro, la posición 20 del ranking en la concesión de subvenciones del Servicio Público de Empleo de Castilla y León (Formación Ocupacional dirigida prioritariamente a trabajadores desempleados).	Posición en el Ranking en la concesión de subvenciones del Servicio Público de Empleo de Castilla y León (Formación Ocupacional dirigida prioritariamente a trabajadores desempleados).	Al menos posición nº 20	Al menos posición nº 20	Al menos posición nº 20	Al menos posición nº 20
			Nº de centros que alcanzan al menos la posición 20 en el ranking	Al menos 1	Al menos 1	Al menos 1	Al menos 1
	Articulación de los recursos materiales y personales necesarios para mejorar el desarrollo de las acciones formativas y la solución de las posibles incidencias.	3.- Mejorar en 0,1 puntos, los valores medios concedidos por los alumnos para el centro, acción formativa y profesorado entre todas las sedes.	Grado de mejora en los valores medios del alumnado.	0,1	0,1	0,1	0,1
			Reclamaciones de usuarios sin conciliación	0	0	0	0
			Incidencias en aulas y equipos que se han solucionado en más de 15 días	0	0	0	0
			Porcentaje de productos no conformes con cierre no eficaz	Menos del 1%	Menos del 1%	Menos del 1%	Menos del 1%
	Elaboración de un catálogo que contemple otras actuaciones relacionadas con la formación y la educación no formal.	4.- Diseñar dos nuevas acciones en el ámbito de la formación y educación no formal. 5.- Desarrollar un catálogo con todas las acciones nuevas definidas.	Nº de nuevas acciones diseñadas.		1		1
			Nº de acciones incluidas en el catálogo.		1		1

LÍNEA ESTRATÉGICA 4
GESTIÓN DE PERSONAS

	PLAN ESTRATÉGICO	
--	-------------------------	--

ACTIVIDAD	OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADOR ASOCIADO	AÑOS			
			2014	2015	2016	2017
Capacitación del personal de forma interna o dando facilidades para la formación externa. El equipo directivo propondrá las actividades recomendadas para cada persona.	1.- Realizar un mínimo de 30 horas de formación eficaz para cada trabajador que contratado todo el año y la parte proporcional a aquellos que estén un mínimo de 3 meses.	Nº de horas de formación por trabajador contratado todo el año	Al menos 30	Al menos 30	Al menos 30	Al menos 30
		Porcentaje de formación que ha resultado eficaz.	Al menos el 98%	Al menos el 98%	Al menos el 98%	Al menos el 98%
Evaluación de las competencias profesionales que ayuden a mejorar la calidad de los procesos de enseñanza-aprendizaje que ejecuta.	2.- Obtener un mínimo de 7 puntos en la media anual de cada profesor, tomando como referencia las evaluaciones del alumnado.	Media de cada profesor.	Al menos 7	Al menos 7	Al menos 7	Al menos 7
Creación de espacios que promuevan los flujos de información y comunicación entre el Consejo de Administración, Socios y Trabajadores.	3.- Crear un proceso de coordinación del personal	Desarrollo del proceso	100%			
		Nº de reuniones de coordinación realizadas.		Al menos 4	Al menos 4	Al menos 4
Establecimiento de encuestas de clima laboral y concreción de mejoras.	4.- Crear un proceso de comunicación interna	Desarrollo del proceso	50%	50%		
		5.- Conseguir una participación en las encuestas de clima laboral del 100% de la plantilla.	% de participación en la encuesta.	100%	100%	100%
Desarrollo un código ético.	6.- Obtener una puntuación media de 7 en la encuesta de clima laboral.	Grado de satisfacción media en la encuesta.	Al menos o igual a 7	Al menos o igual a 7	Al menos o igual a 7	Al menos o igual a 7
		Nº de mejoras puestas en marcha como consecuencia de las encuestas de clima laboral		1	1	1
	7.- Implantar un código ético que fortalezca la intervención de los trabajadores basada en los valores de la empresa y la profesionalidad de los mismos.	% de despliegue del código ético.			50%	50%



PLAN ESTRATÉGICO

	ACTIVIDAD	OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADOR ASOCIADO	AÑOS			
				2014	2015	2016	2017
LÍNEA ESTRATÉGICA 5 COMUNICACIÓN, IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA	Definición de la imagen corporativa de la empresa para mejorar su visibilidad y facilitar su difusión.	1.- Elaborar un Plan de comunicación externa.	% de despliegue del Plan de comunicación.		30%	30%	30%
		2.- Elaborar un manual de identidad corporativa y estilo de la empresa.	% de despliegue del manual de identidad corporativa.				100%
		3.- Difundir la información de la empresa a través de las redes sociales.	Incremento del número de seguidores en las redes sociales.		50	50	50
	Desarrollo de acciones de comunicación para dar a conocer el trabajo de la empresa y el valor que aporta a la sociedad.	4.- Difundir información de la empresa en los medios de comunicación.	Nº de apariciones en medios de comunicación.		6	8	12
			Nº de meses en los que aparece información en los medios de comunicación.		6	8	12
Promoción activa y permanente de la empresa en la Red.	5.- Alcanzar, anualmente, 500 visitantes en la página web corporativa.	Nº de visitas de la página web.	500	500	500	500	