

PROGRAMA FSE - EOI

**ANALISIS DE NECESIDADES Y DISEÑO DE
ACCIONES FORMATIVAS EN EL AMBITO DEL
ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD EN LA
COMUNIDAD VALENCIANA**

CALIDAD

II

**ESCUELA DE ORGANIZACION INDUSTRIAL
M A D R I D**

1995

INDICE GENERAL

TOMO I

1.	INTRODUCCIÓN	1
1.1.	<i>Asistencias Técnicas para el Programa F.S.E.-E.O.I.:</i>	
	<i>Etapa 1. Marco de actuación</i>	1
1.2.	<i>Introducción a la Comunidad Valenciana</i>	8
2.	ESTRUCTURA SOCIOECONÓMICA DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA VALENCIANA	16
2.1.	<i>Datos Generales</i>	17
2.2.	<i>Empleo</i>	38
2.3.	<i>Sectores Seleccionados</i>	44
2.4.	<i>Percepción Económica de la Comunidad Valenciana</i>	46
2.5.	<i>Percepción del Empleo, por Grupos Profesionales</i>	48
2.6.	<i>Necesidades de más recursos y modo de cubrirlas</i>	49
2.7.	<i>Necesidades de Formación en el Area de Producción</i>	51
2.8.	<i>Necesidades de F. en el Area de Admin. y Dirección</i>	53
2.9.	<i>Necesidades de Formación en el Area de Comercial</i>	54
2.10.	<i>Aplicación Acciones Formativas</i>	55
2.11.	<i>Cuadro General de Acciones Formativas</i>	60
2.12.	<i>Penetración de la Acción</i>	62
2.13.	<i>Programa 94-99</i>	65
3.	LAS PYME EN ESPAÑA	71
3.1.	<i>La presencia de las Pyme en la economía española y su personalidad jurídica</i>	73
3.2.	<i>Estrategias y resultados de las Pyme manufactureras españolas</i>	96
3.3.	<i>La Pyme Europea</i>	157

4.	LAS PYMES EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA VALENCIANA . . .	186
4.1.	<i>Análisis por Tamaño</i>	187
4.2.	<i>Análisis por Personalidad Jurídica</i>	190
4.3.	<i>Análisis Sectorial</i>	193
4.4.	<i>Análisis de la Inversión</i>	207
4.5.	<i>Conclusiones de los Análisis</i>	210
4.6.	<i>Selección Global de Sectores</i>	211
4.7.	<i>Líneas de Apoyo a las Pyme en la CAV</i>	214
4.8.	<i>Programas de actuación en la CAV</i>	217
5.	LA CALIDAD EN EL SECTOR INDUSTRIAL ESPAÑOL	233
5.1.	<i>Situación de la Calidad en España a mediados de la década de los años 80</i>	235
5.2.	<i>Influencia del ingreso de España en la Comunidad Europea</i>	240
5.3.	<i>Respuesta oficial española a este nuevo entorno</i>	274
5.4.	<i>Iniciativas privadas en los 90</i>	322
5.5.	<i>Resumen de la situación</i>	330

TOMO II

6.	LA CALIDAD EN EL SECTOR INDUSTRIAL DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA VALENCIANA	332
6.1.	<i>La Política Autonómica en materia de Calidad</i>	333
6.2.	<i>La Situación Actual de la "Certificación" de Empresas en la CAV</i>	348
7.	SITUACIÓN DE LAS PYMES VALENCIANAS RESPECTO A LA CALIDAD	351
7.1.	<i>Características</i>	352
7.2.	<i>Sistemas de Ventas</i>	355
7.3.	<i>Análisis Sectorial</i>	359

8.	FORMACIÓN DE DIRECTIVOS Y TÉCNICOS EN MATERIA DE CALIDAD	392
8.1.	<i>Análisis General</i>	393
8.2.	<i>Análisis Sectorial</i>	396
9.	NECESIDADES EMPRESARIALES EN MATERIA DE CALIDAD	418
9.1.	<i>Análisis General</i>	419
9.2.	<i>Análisis Sectorial</i>	423
9.3.	<i>Conclusiones sobre acciones formativas en la CAV</i>	444
10.	CONCLUSIONES GENERALES	447
10.1.	<i>Castilla La Mancha</i>	450
10.2.	<i>Valencia</i>	451
10.3.	<i>Extrapolación al Total Nacional</i>	452
11.	ACCIONES FORMATIVAS A DESARROLLAR	454
11.1.	<i>Preámbulo</i>	455
11.2.	<i>Programas detallados de las acciones</i>	456

**6. LA CALIDAD EN EL SECTOR INDUSTRIAL EN
LA C.A.V.**

6.1. Política Autonómica en materia de calidad

6.1.1. Introducción

El objeto del presente capítulo es el de situar y describir someramente las actuaciones de las administraciones públicas en el ámbito de la promoción, difusión y apoyo al mundo de la calidad industrial. Para ello, y tras un brevísimos recordatorio de la importancia y significado de calidad como uno de los factores primordiales de la competitividad empresarial, se plantea el mismo en torno a tres ejes fundamentales:

- Un pequeño resumen de las actuaciones de la administración central, concretamente del Ministerio de Industria y Energía, estructuradas alrededor del Plan Nacional de Calidad (1990-1993) y del Plan Nacional de Calidad II (1994-1997).
- Un repaso a las actuaciones de la administración autonómica y concretamente del IMPIVA, que se han concentrado fundamentalmente en la creación de una red de servicios técnicos a las empresas, entre los cuales ocupan una posición primordial los que se desarrollan en el ámbito de la calidad, red constituida por 11 Institutos Tecnológicos. Esta oferta de servicios se ha complementado, a partir del año 90, con un programa de apoyo directo a las actuaciones realizadas por las empresas.

6.1.2. Calidad y competitividad

La configuración de Europa como un Mercado Único supone, por una parte, una eficiencia económica beneficiosa para el conjunto de países comunitarios, eficiencia que viene dada por la posibilidad de incrementar las economías de escala, reasignar los recursos entre países e introducir mejoras tecnológicas y reducir márgenes entre coste y precio como resultado de una mayor competencia. Pero, si bien desde una perspectiva general, el Mercado Único permite esperar una clara mejora económica, descendiendo a un nivel regional o desde la perspectiva de la empresa individual también conlleva riesgos si no se sabe o no se puede aprovechar las oportunidades que supone. Al tratarse de un mercado sin barreras interiores y, en general, también abierto al exterior, las posibilidades de éxito de cualquier economía o empresa descansan en aprovechar e incrementar su competitividad, mientras que por el contrario no existe la posibilidad de mecanismos defensivos.

La calidad se ha convertido, en los últimos años, en uno de los factores que está condicionando cada vez en mayor medida la competitividad de las empresas, ya que proporciona una doble confianza, a los clientes y consumidores, asegurándoles que la empresa trabaja con un proceso que garantiza la calidad del producto o servicio suministrado, y a la propia empresa, ya que introduce un método organizativo reglado y documentalmente controlado, que le asegura una mayor eficiencia, siendo además un factor que implica a todos los agentes sociales, suministradores de medios de producción, responsables de los procesos productivos, consumidores y Administración.

En el proceso de perfeccionamiento del Mercado Interior Europeo, en el que ya estamos inmersos, a la necesidad genérica de tener que competir con productos de auténtica calidad en un mercado cada vez más exigente y con un oferta muy especializada, se le une la de eliminar todas las barreras técnicas derivadas de las distintas normas y reglamentaciones que han proliferado en la mayoría de los países europeos desde los años setenta.

En este contexto genérico se enmarca la política estatal y autonómica en materia de calidad que se desarrolla con el fin de potenciar la competitividad del sector industrial.

6.1.3. Política estatal en materia de calidad

La política estatal en materia de calidad industrial se orienta a fomentar y apoyar a la industria española para que implante eficazmente sistemas de gestión de la calidad y para que pueda disponer y acceder fácilmente a las certificaciones de demostración de la calidad, con reconocimiento comunitario, tanto en el ámbito reglamentario y obligatorio como en el voluntario y de prestigio.

Es en este marco en el que el Ministerio de Industria y Energía (MINER) viene desarrollando el Plan Nacional de Calidad Industrial (PNCI) desde 1990, con el objeto de mejorar la competitividad de la industria española, impulsando la mejora de la calidad de sus productos y empresas y poniendo a su alcance una infraestructura de demostración de la calidad, equivalente a la de los países más avanzados de nuestro entorno.

El PNCI contempla un conjunto de ayudas con las que se impulsan determinadas actuaciones, que van desde la implantación de Sistemas de Calidad en nuestras empresas industriales, hasta la mejora de la infraestructura técnica de apoyo a la calidad, pasando por la difusión y la formación en determinados aspectos de la calidad.

Como objetivo general, el PNCI se plantea propiciar tanto en los sectores públicos como privados una cultura de calidad creando un entorno favorable para su desarrollo. La consecución de este objetivo se basa en el desarrollo de una serie de elementos que configuren ese entorno, a través de la obtención de una serie de objetivos parciales que son los siguientes:

- Propiciar e incentivar la demanda de productos y servicios de calidad por parte de los consumidores y usuarios, mediante la promoción de la utilización de productos de calidad reconocidos.
- Contribuir a la difusión y reconocimiento de la calidad de nuestros productos y servicios en los diversos mercados, a través del reconocimiento de la calidad de nuestros productos y empresas en los mercados exteriores, especialmente en el ámbito del Mercado Interior Europeo.
- Impulsar la implantación de sistemas de gestión de la calidad en las empresas, a través de acciones de sensibilización, formación, información e inversión directa.
- Profundizar en la implantación y utilización de los medios de prueba, que sirven para demostrar la calidad, mediante el desarrollo y perfeccionamiento de las entidades probatorias de la Calidad (Infraestructura de la Calidad).

El PNCI centra sus actividades en tres grandes grupos de acción:

- Consumidores industriales y domésticos, que reciben acciones de difusión de la calidad, y que tienen por objeto contribuir a que el colectivo de consumidores reconozca y demande productos de calidad demostrada.
- Empresas industriales que implantan sistemas de gestión y aseguramiento de la calidad. Implantar un sistema de aseguramiento de la calidad es beneficioso para las empresas industriales, al ser instrumento reconocido en Europa para la libre circulación de productos.
- Entidades de la infraestructura de la calidad, cuya función es ayudar tanto a compradores como vendedores a definir y demostrar la calidad y entre los que se encuentran la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR), la Red Española de Laboratorios de Ensayo (RELE), Laboratorios de Ensayo y Calibración y las Entidades Nacionales de Inspección y Control Reglamentario (ENICRES).

La primera fase de este Plan corresponde al período 1990-1993 y tuvo una dotación presupuestaria de 12.135 M. Ptas., habiéndose concedido ayudas por un importe de 10.150 M. Ptas., para un conjunto de actuaciones de un volumen de unos 20.000 M. Ptas. con una inversión asociada que puede estimarse en unos 36.000 M. Ptas., correspondiendo el 50 por 100 al perfeccionamiento de la infraestructura de la calidad, 30 por 100 a la promoción de la calidad en la empresa, 18 por 100 a la difusión de la calidad, formación y presencia internacional en los foros de calidad y 2 por 100 a estudios y seguimiento.

Durante este período, más de 1.000 empresas se han beneficiado del PNCI para iniciar la implantación de sistemas de aseguramiento de la calidad, de acuerdo con las normas europeas.

De este conjunto de empresas, el 10,7 por 100 pertenece al sector de fabricación de productos metálicos (excepto material de transporte), el 9,7 por 100 al sector de construcción de maquinaria y equipo mecánico y el 9,6 por 100 al sector de la construcción de maquinaria y material eléctrico. Le siguen los sectores de la Industria Química y de la Industria Textil con el 7,6 por 100 y el 6,7 por 100 de las empresas respectivamente.

En cuanto a los laboratorios de ensayo y calibración, se han beneficiado más de 200 laboratorios que se están equipando para hacer frente a los ensayos requeridos por nuestra industria, para poder demostrar su calidad en el Mercado Interior Europeo, y para implantar sistemas de gestión de calidad en los mismos de acuerdo con las normas europeas.

Madrid, Cataluña, País Vasco y la Comunidad Valenciana, son las autonomías con mayor número de empresas y laboratorios apoyados por el Plan.

Destacar asimismo las actividades de difusión, formación e información realizadas con objeto de crear la cultura de calidad de las que antes hablábamos.

Los resultados de esta primera fase del PNCI hicieron aconsejable abordar un nuevo Plan Nacional de Calidad II para el período 1994-1997, elaborado de acuerdo con la situación nacional actual y la evolución que se aprecia en el entorno exterior, que vaya dirigido especialmente a las pequeñas y medianas empresas, al ser éstas la parte mayoritaria de nuestro tejido industrial, y que se plantea como metas al final de su período temporal, la consecución de 20.000 productos certificados, 1.000 empresas registradas, 200 laboratorios de ensayo y 80 laboratorios de calibración acreditados.

Las actuaciones previstas se agrupan en los cuatro apartados siguientes:

- Fomento de la implantación de sistemas de gestión de la Calidad y del Medio Ambiente en las empresas.
- Difusión, formación e información en Calidad y Seguridad Industrial.
- Fortalecimiento y reconocimiento internacional de la infraestructura española de la calidad.
- Promoción de la mejora de la seguridad de productos e instalaciones.

Como podemos observar, y dado que la protección del medio ambiente se ha convertido en un factor primordial de la competitividad empresarial, esta segunda fase del PNCI incluye también los temas relacionados con la gestión medioambiental, etiqueta ecológica y ecoauditorías.

En base a la excelente acogida obtenida por las empresas y entidades de la calidad y seguridad industrial y en función de las nuevas actividades a realizar, el presupuesto del Plan Nacional de Calidad II 1994-1997 es de 12.133 M.Ptas., correspondientes 2.433 a 1994, 2.920 a 1995, 3.250 a 1996 y 3.530 a 1997.

Por otra parte, y tal como ha venido realizándose hasta ahora, para un mejor aprovechamiento de los recursos y coordinación de las actuaciones se seguirá promoviendo la firma de Convenios de Colaboración entre el MINER y las Comunidades Autónomas que se desarrollen programas de promoción de la Calidad Industrial.

6.1.4. Actuaciones del IMPIVA en materia de calidad

Como ya se afirmó anteriormente, las actuaciones del IMPIVA en el ámbito de la calidad industrial se han desarrollado alrededor de dos ejes fundamentales:

1. Creación de una red de centros técnicos que pongan a disposición de las pymes de la Comunidad Valenciana una serie de servicios a los que éstas, por su reducido tamaño no podrían acceder. En casi todos los casos, la primera parte y una de las fundamentales de estos servicios es la que actúa en el ámbito de la calidad: servicios de laboratorio, en su caso certificación y/o homologación y asesoramiento en materia de calidad.
2. Puesta en marcha, a partir del año 90, de un programa pionero de apoyo a las actuaciones emprendidas por las empresas, para mejorar sus sistemas de gestión de calidad.

6.1.4.1. Creación de una red de servicios para la calidad. Los Institutos Tecnológicos

Desde el primer momento de su creación, en el año 1994, el IMPIVA, conjuntamente con los empresarios de los distintos sectores, emprendió la tarea de poner en marcha esta red de Institutos Tecnológicos, distribuidos por todo el territorio de la Comunidad Valenciana, en las zonas industriales más importantes, siguiendo el principio de proximidad con las empresas.

Prueba de la importancia que al tema de la calidad han dado siempre los Institutos ha sido su inmediata vinculación con la Red Española de Laboratorios de Ensayo (RELE), organismo técnico independiente, aunque auspiciado por el MINER, cuyo objetivo es acreditar laboratorios según normas europeas de la serie 45000.

De entre los laboratorios acreditados actualmente por RELE, más del 10 por 100 corresponden a los Institutos Tecnológicos de la Red IMPIVA.

Por otra parte, hay que resaltar que las actas de ensayo realizadas por estos Institutos son reconocidas por todos los países con los que RELE tiene firmados acuerdos de reconocimiento mutuo.

Aunque el coste estricto para el IMPIVA de estas actuaciones sea complejo de evaluar, puesto que las actividades de los Institutos, y por tanto la infraestructura puesta a su disposición por el IMPIVA, son bastante más amplias, se pueden apuntar unas breves cifras:

- Unas transferencias en torno a los 500 M. Ptas. para equipamiento de laboratorios durante los últimos 3 años.
- Una parte significativa de los 66.000 m², que con un coste global de unos 4.200 M.Ptas, que ocupan de este momento los 11 Institutos de la Red.

6.1.4.2. Programa de asesoramiento empresarial en materia de calidad

Como hemos apuntado anteriormente, el IMPIVA puso en marcha en el año 90 un programa de apoyo a las empresas para la realización de estudios, diagnósticos o asesoramientos realizados o dirigidos por consultores externos en materia de creación e implantación de sistemas organizativos adecuados para la mejora de la gestión en materia de calidad.

Desde la puesta en marcha del programa, cada vez ha sido mayor el número de empresas que han accedido al mismo para la puesta en marcha de estos planes de mejora de la calidad.

<u>Año</u>	<u>Nº empresas</u>	<u>Subvención*</u>
90	20	55,5
91	44	83,8
92	58	79,4
93	99	249,4
94	212	192,2

* Subvención en millones de pesetas.

Resultando un total de 433 empresas beneficiadas a través de este programa con un importe total de subvenciones concedidas de 660,3 M.Ptas.

6.1.4.3. Programa de fomento de la calidad

En el presente año 94, el IMPIVA ha puesto en marcha, complementando el anterior programa de apoyo a las empresas, el denominado Programa de Fomento de la Calidad, cuyos destinatarios son, en este caso, instituciones, entidades sin ánimo de lucro y agentes sociales que realicen actuaciones ejemplificadoras y de alto impacto en el ámbito de la mejora de la calidad, siempre en un ámbito muy orientado a las necesidades reales de las empresas.

Concretamente, este año 94 se han apoyado 38 proyectos realizados por 29 entidades distintas, habiendo recibido una ayuda por parte del IMPIVA para el desarrollo de los mismos por importe de 286 M.Ptas.

6.1.4.4. Actuaciones futuras. Plan de calidad

Siguiendo con su política de apoyo a la industria de la Comunidad Valenciana en las actuaciones encaminadas a la mejora de la gestión empresarial y, en particular, en lo que hace referencia al ámbito de la calidad, el IMPIVA está acabando de perfilar el denominado PLAN DE CALIDAD, que se pondrá en marcha el próximo año 95 y que recoge el conjunto de actuaciones destinadas a impulsar la mejora de la competitividad del tejido industrial valenciano a través de la mejora continua de los niveles de calidad industrial.

Para ello, el IMPIVA pretende estimular y apoyar a la industria de la Comunidad Valenciana en la implantación eficaz de sistemas de gestión de la calidad, poniendo a su disposición una infraestructura de demostración de la calidad, tanto en el ámbito reglamentario y obligatorio como en el voluntario y de prestigio, de forma que se asegure el reconocimiento mutuo dentro de todo el espacio económico europeo.

Asimismo se considera necesario intensificar las acciones de divulgación, información y formación en determinados aspectos de la calidad.

Asimismo se fomentará la agrupación de las empresas en el desarrollo de acciones sectoriales o subsectoriales por las ventajas que ello conlleva de economía de escala, creación de un entorno positivo dentro del sector, una mejor visión y conocimiento del mismo y un óptimo aprovechamiento del coste de las acciones. En este sentido se estimulará la cooperación, en el desarrollo de estas acciones, entre empresas dominantes y pymes subcontratistas y entre pymes y productores, proveedores y clientes.

Las actuaciones previstas en este Plan pueden agruparse en los siguientes cuatro apartados:

- Apoyo a la infraestructura técnica de la calidad, creando o reforzando los servicios de ensayo, calibración y certificación, de modo que las empresas puedan adquirir o tener acceso a los servicios e instalaciones necesarios para demostrar a sus posibles que están en condiciones de cumplir las normas técnicas de calidad. Se fomentará mediante esta actuación la cooperación entre los centros de investigación y las pymes, desarrollando estrategias comunes adaptadas a las necesidades del tejido industrial de la Comunidad Valenciana.
- Acciones de consultoría y asesoramiento externo en el ámbito de la calidad, que podrán realizar las empresas a título individual o por medio de agrupaciones, así como los planes de formación derivados de dichas acciones y las actuaciones encaminadas a la obtención de marcas, certificados y etiquetas de calidad, junto con todas aquellas acciones orientadas a la adopción de una estrategia de calidad total.
- Inversiones en instalaciones y equipos para la mejora de la calidad industrial.

- Acciones de promoción y sensibilización en todos aquellos aspectos que redunden en una mayor concienciación de la importancia de la calidad como estrategia competitiva, incluyendo las acciones de difusión de marcas de garantía dirigidas a consumidores y usuarios.

Todas estas actuaciones se desarrollarán por medio de los siguientes Programas de ayudas:

1. Programa de Institutos Tecnológicos y otras entidades de apoyo a la innovación.

Entidades beneficiarias: Entidades que tengan su sede central, laboratorios principales o, al menos, sus centros de decisión en la Comunidad Valenciana, entre cuyas finalidades estén las de apoyar la mejora tecnológica, productiva y de gestión de los sectores industriales, así como su modernización y diversificación. Excepcionalmente, podrán ser beneficiarios del Programa Entidades con sede fuera de la Comunidad Valenciana, cuando el objeto de la ayuda solicitada sea realizar actividades en la Comunidad Valenciana.

Acciones incentivables: Se apoyará la dotación de equipos de laboratorio e infraestructura técnica de control y certificación de la calidad.

Cuantía de la subvención: Hasta el 100 por 100 del coste de la acción.

Dotación anual del programa: 350 M.Ptas.

2. Programa de Calidad

Beneficiarios: Empresas radicadas en la Comunidad Valenciana y que desarrollen una actividad industrial, así como agrupaciones de empresas.

Acciones incentivables: Se apoyarán los estudios, diagnósticos o asesoramientos realizados o dirigidos por consultores externos a las empresas o colectivos de las mismas en temas de creación e implantación de sistemas organizativos adecuados

para la mejora de la calidad, fundamentalmente orientados a la implantación de sistemas de gestión total de la calidad y acciones de calidad concertada con proveedores o clientes. Se apoyarán igualmente las actividades conducentes a las certificaciones de demostración de la calidad, tanto en el ámbito obligatorio y reglamentario como en el voluntario y de prestigio, así como las acciones de formación derivadas de las acciones de consultoría antes mencionadas. Para la valoración de estas actuaciones se tendrá en cuenta la definición de motivos, objetivos y acciones a realizar así como la eficiencia y viabilidad económica de las mismas, su influencia sobre el entorno y la prioridad del sector hacia el que vayan dirigidas.

Cuantía de la subvención: Hasta el 50 por 100 del coste de la acción. En el caso de agrupaciones de empresas, la ayuda no podrá exceder del 60 por 100 del coste de la misma.

Dotación anual de programa: 350 M.Ptas.

3. Programa de apoyo a la inversión en equipamiento e infraestructura técnica

Beneficiarios: Empresas industriales radicadas en la Comunidad Valenciana.

Acciones incentivables: Inversiones no productivas que vayan ligadas a una mejora cualitativa de la calidad industrial, siempre que se justifique la necesidad y los beneficios derivados de las mismas. No se incluyen las inversiones en terrenos y obra civil.

Cuantía de la subvención: Hasta un 25 por 100 del coste de la inversión.

Dotación anual del programa: 200 M.Ptas.

4. Programa de Fomento de la Calidad. Productividad y Seguridad Industrial

Beneficiarios: Instituciones, entidades sin ánimo de lucro y agentes sociales que desarrollen acciones de difusión, divulgación y concenciación en los temas objetos del Plan.

Acciones incentivables: Actuaciones ejemplificadores y de alto impacto de sensibilización y difusión de la calidad y seguridad industrial.

Cuantía de la subvención: Hasta un 100 por 100 del coste de la acción.

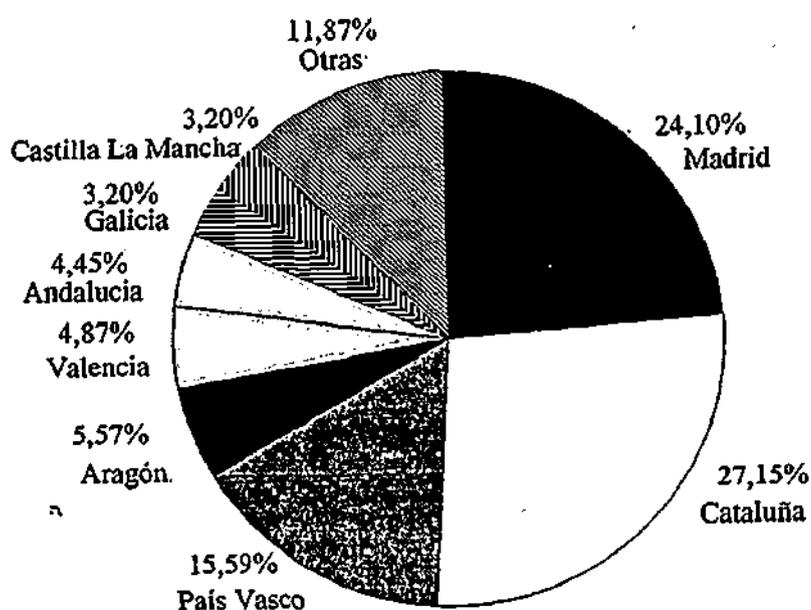
Dotación del programa: 300 M.Ptas.

Resultando una dotación total anual del Plan de Calidad Industrial de 1.200 M.Ptas. y una dotación total para el período 1995-1996 de 6.000 M.Ptas.

6.2. La situación actual de la "certificación" de empresas en la C.A.V.

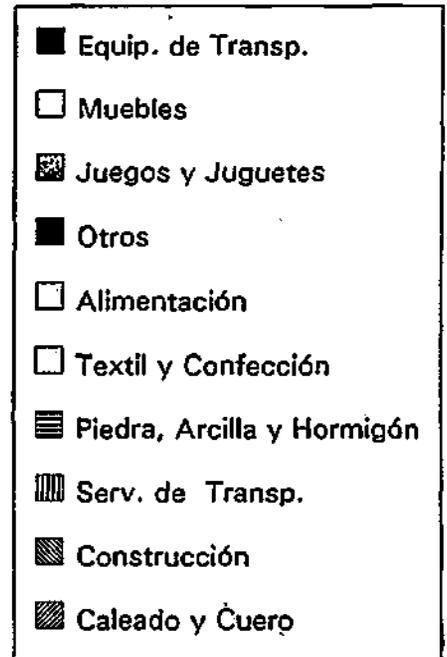
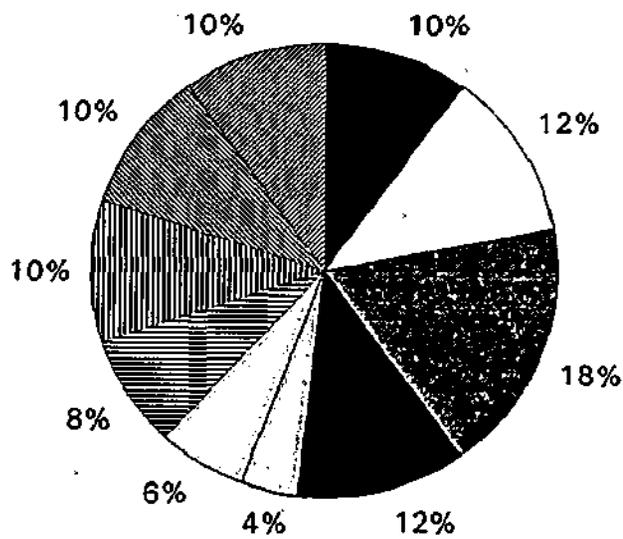
CERTIFICACION EN LA C.A.V.

AENOR en CERTINFORMA 1995 aporta la relación de empresas con productos certificados y empresas registradas a nivel nacional.



La proporción de empresas registradas en la C.A.V. sobre el total nacional es del 4,87%, cifra preocupante teniendo en cuenta su grado de industrialización, medido bien por el número de empleos industriales, número de empresas, volumen de las exportaciones, etc., que situarían dicho porcentaje en el entorno del 15%.

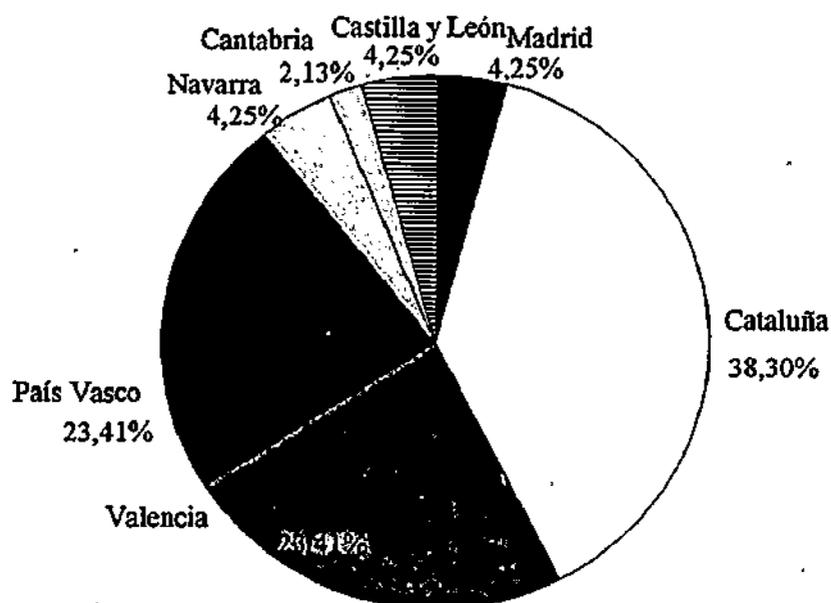
El número de empresas certificadas es de 50 empresas, distribuidas por sectores de actividad:



El número de empresas certificadas, es tan pequeño que no permite hacer análisis representativos.

TÜV HANNOVER es un Organismo Europeo de Certificación, con el objetivo de garantizar la conformidad de los productos con los requisitos esenciales de Calidad establecidos en la normativa Europea.

En España son aprox. 47 empresas certificadas por HANNOVER, distribuidas por CC.AA:



La proporción de empresas certificadas por el HANNOVER respecto al total nacional es muy importante, pero si analizamos las cifras absolutas (9 empresas), concluiremos que el grado de penetración de las certificaciones como fin de mejorar la calidad es muy escaso.

**7. SITUACION DE LAS PYMES VALENCIANAS RESPECTO
A LA CALIDAD**

7.1. Características de la Muestra

Para realizar el estudio de las Necesidades de Formación en las empresas de la Comunidad de Valencia se ha elaborado una encuesta cuya muestra cuenta con 400 empresas. Estas empresas han sido englobadas por sectores de actividad.

Estos sectores son los siguientes:

	Nº- empresas	% s/total
- Muebles	37	9%
- Equipos de transporte	24	7%
- Juegos y juguetes	39	9,5%
- Piedra, arcilla y hormigón	37	9%
- Textil y confección	40	10%
- Calzado y cuero	37	9%
- Alimentación	37	9%
- Construcción	37	9%
- Hostelería	37	9%
- Servicios de transporte	38	9,5%
- Mayoristas	37	9%
- TOTAL	400	100%

Estas encuestas fueron contestadas por Directores Generales y en caso de ausencia por el Director de Personal, Director Técnico o bien el Director de Recursos Humanos.

La fecha de la realización de la encuesta fue entre el 10 y 17 de julio de 1995. Esta encuesta se divide en tres bloques de preguntas:

1. Preguntas de tipo general.
2. Preguntas orientadas a la gestión de calidad.
3. Preguntas orientadas a la formación.

Observando los datos de las tablas del primer bloque de preguntas nos informan sobre:

- Facturación anual.
- N° de empleados.
- N° de titulados.
- Sistema de venta.
- Tipo de cliente.

En primer lugar examinaremos en general los distintos apartados y posteriormente pasaremos a tratar cada sector individualmente.

FACTURACIÓN ANUAL

Hay un alto porcentaje, el 38,3%, de empresas que no contestan a esta pregunta, nos encontramos con una falta de información de carácter económico.

Ateniéndonos a los datos declarados se puede destacar que el mayor número de empresas facturan entre 400 y 1.000 millones. Solamente el 17,1% facturan por encima de 1.000 millones. Las empresas que facturan más de 2.000 millones anualmente son las del sector de piedra, arcilla y hormigón.

Facturación anual aproximada:

Hasta 200 millones	43	10,8%
De 201 a 400 millones	44	11,0%
De 401 a 1000 millones	92	23,0%
De 1001 a 2000 millones	35	8,8%
+ de 2000 millones	33	8,3%
NS/NC	153	38,3%
TOTAL	400	100,0%

NÚMERO DE EMPLEADOS

El tamaño de las empresas de la C.A.V. en general, es de 10 a 25 empleados, el 35,8%. Sólo el 17,9% de las empresas tienen más de 100 empleados. Con estos datos se puede decir que en la C.A.V. predominan pequeñas y medianas empresas, el 82,1% cuentan de 10 a 100 empleados y un 17,9% son grandes empresas (más de 100 empleados).

Como en el caso anterior el sector que destaca por tener más de 100 empleados es el sector de piedra, arcilla y hormigón, seguido por el sector de textil y confección.

Nº DE EMPLEADOS

10 - 25	143	35,8%
26 - 50	109	27,1%
51 - 100	76	19,0%
Más de 100	71	17,8%
NS/NC	1	0,3%
TOTAL	400	100,0%

NÚMERO DE TITULADOS

Aunque es pequeño el porcentaje, existe un 5% de empresas que no cuentan entre sus empleados con titulados. En el sector de la Alimentación el 40% de las empresas no tienen empleados titulados, seguido por un 30% de empresas del sector Muebles.

Nº DE TITULADOS		%
1	52	13,0%
2	57	14,3%
3	53	13,3%
De 4 a 5	66	16,5%
De 6 a 9	41	10,3%
De 10 a 19	37	9,1%
20 y más	21	5,2%
Ninguno	20	5,0%
NS/NC	53	13,3%
TOTAL	400	100,0%

7.2. Sistemas de Ventas

Las empresas de C.A.V. utilizarán distintos métodos de sistema de ventas para lograr adaptarse a las exigencias de los distintos mercados y clientes.

El sistema de ventas más utilizado por las distintas empresas es la venta directa que incluye al 70,8% de las empresas de la C.A.V. En segundo lugar se encuentran los agentes de ventas que se dedican a la venta específica de productos de cada empresa de forma individual. Por último los distribuidores que tratan la venta de varios productos de distintas empresas.

Los sectores que siguen el método de venta directa, preferentemente, son los de construcción, servicios de transporte y hostelería, esto no quita que utilicen los otros métodos de venta.

Los agentes de ventas principalmente destacan en los sectores de muebles, textil y confección y juegos y juguetes.

En general el sistema de venta empleado en cada empresa está en función del tipo de sector de actividad. El sector servicios o terciario emplea la venta directa, mientras que en el sector industrial las empresas emplean agentes de venta, combinándolo con la venta por distribuidor.

SISTEMA DE VENTAS:

DIRECTO:

Ninguno	98	24,5%
Hasta 20	35	8,8%
De 21 a 50	57	14,1%
De 51 a 99	37	9,3%
100	163	40,7%
NS/NC	10	2,6%

AGENTE DE VENTA:

Ninguno	212	53,0%
Hasta 20	21	5,3%
De 21 a 50	56	14,0%
De 51 a 99	47	11,8%
100	54	13,3%
NS/NC	10	2,6%

DISTRIBUIDOR:

Ninguno	274	68,5%
Hasta 20	26	6,5%
De 21 a 50	51	12,6%
De 51 a 99	19	4,8%
100	20	5,0%
NS/NC	10	2,6

TIPO DE CLIENTE

Se distinguen tres tipos de clientes:

- Industrias y empresas.
- Organismos públicos.
- Consumidores individuales.

Los clientes que destacan en las empresas de la C.A.V. son otras industrias y empresas representando alrededor del 70%. Los consumidores individuales ocupan el segundo lugar, aproximadamente un 25% de las empresas. Y en último lugar, los organismos públicos son clientes en muy escasas ocasiones, siendo en el 2,5% de las empresas de la C.A.V.

Los consumidores individuales son clientes preferentemente del sector servicio, es decir, del sector de hostelería.

En los sectores industriales son otras industrias y empresas, como por ejemplo, en los sectores muebles, textil y confección, calzado y cuero.

Al hablar de Organismos Públicos se puede observar que en ningún sector son clientes prioritarios, salvo en el caso del sector de construcción, que es el único sector

que tiene como clientes prioritarios organismos públicos.

TIPO DE CLIENTE:

INDUSTRIAS Y EMPRESAS:		%
Ninguno	70	17,4%
Hasta 20	10	2,5%
De 21 a 50	45	11,3%
De 51 a 99	45	11,3%
100	219	54,8%
NS/NC	11	2,7%

ORGANISMO PÚBLICO:

Ninguno	333	83,3%
Hasta 20	22	5,5%
De 21 a 50	23	5,8%
De 51 a 99	0	0%
100	10	2,5%
NS/NC	12	3

CONSUMIDORES INDIVIDUALES:

Ninguno	233	58,3%
Hasta 20	36	9,0%
De 21 a 50	45	11,3%
De 51 a 99	17	4,3%
100	56	14,0%
NS/NC	13	3,3%

Examinando sector por sector se puede destacar:

7.3. Análisis Sectorial

SECTOR MUEBLE

De las 37 empresas del sector actividad mueble encuestadas (respecto del total de empresas, 400, representan el 9,25%), la mayor parte facturan entre 400 y 1000 millones, el 78,3% de empresas facturan por debajo de 1000 millones.

MUEBLES:

FACTURACIÓN ANUAL:		%
Hasta 200 millones	5	13,5%
De 201 a 400 millones	7	18,9%
De 401 a 1000 millones	17	45,9%
De 1001 a 2000 millones	2	5,4%
+ de 2000 millones	2	5,4%
NS/NC	4	10,8%

Suelen tratarse de empresas medianas, el 75,6% tienen entre 26 y 100 empleados.

Dichas empresas no suelen contar con muchos titulados, principalmente, de 3 a 5, aunque en un porcentaje relativo importante, muchas empresas no llegan a tener titulados (16,2%).

Respecto al sistema de ventas utilizado preferentemente por las empresas mobiliarias, destacan los agentes de ventas, en segundo lugar la venta directa y por último, los distribuidores en un porcentaje menor.

SISTEMA DE VENTAS: %

DIRECTA:

Ninguno	18	48,6%
Hasta 20%	5	13,5%
De 21 a 50	3	8,1%
De 51 a 99	4	10,8%
100	5	13,5%
NS/NC	2	5,4%

AGENTE DE VENTA:

Ninguno	12	32,4%
Hasta 20	2	5,4%
De 21 a 50	2	5,4%
De 51 a 99	10	27,0%
100	9	24,3%
NS/NC	2	5,4%

DISTRIBUIDOR:

Ninguno	19	51,4%
Hasta 20	4	10,8%
De 21 a 50	6	16,2%
De 51 a 99	1	2,7%
100	5	13,5%
NS/NC	2	5,4%

Los clientes de las empresas de muebles son en su mayoría otras industrias y empresas, en menor número consumidores individuales y en algunas ocasiones, organismos públicos.

TIPO DE CLIENTE:

INDUSTRIAS Y EMPRESAS:		%
Ninguno	1	2,7%
Hasta 20	1	2,7%
De 21 a 50	2	2,7%
De 51 a 99	5	13,5%
100	28	75,7%
NS/NC	0	0%

ORGANISMO PÚBLICO:

Ninguno	32	86,5%
Hasta 20	5	13,5%
De 21 a 50	2	5,4%
De 51 a 99	-	-
100	-	-
NS/NC	-	-

CONSUMIDORES INDIVIDUALES:

Ninguno	29	78,4%
Hasta 20	5	13,5%
De 21 a 50	1	2,7%
De 51 a 99	2	5,4%
100	-	-
NS/NC	-	-

SECTOR EQUIPOS DE TRANSPORTE

Del total de empresas encuestadas (400) un 6% (24 empresas) pertenecen al sector de actividad de equipos de transporte. La mayor parte de las empresas de este sector facturan menos de 1000 millones, aproximadamente un 46% de las cuales el 29% facturan hasta 200 millones.

EQUIPOS DE TRANSPORTE:

FACTURACIÓN ANUAL:		%
Hasta 200 millones	7	29,2%
De 201 a 400 millones	3	12,5%
De 401 a 1000 millones	1	4,2%
De 1001 a 2000 millones	1	4,2%
+ de 2000 millones	2	8,3%
NS/NC	10	41,7%

En este sector de actividad el tamaño que adoptan las empresas en un 50% es de 10 a 25 empleados, tratándose de empresas pequeñas en su mayoría, porque sólo un 20,8% de las empresas tienen más de 100 empleados.

Todas estas empresas (las 24 encuestadas) cuentan con algún titulado, el 25% cuentan con un titulado y más del 12% cuentan entre 6 y 9 titulados, y con 20 o más titulados un 8,3% de dichas empresas.

El sistema de ventas que destaca prioritariamente es por venta directa, utilizado en la mayoría de las ocasiones por el 62,5% de las empresas, en último lugar está la venta por distribuidores no utilizándolo en ningún caso más del 79% de las empresas.

SISTEMA DE VENTAS:

DIRECTA:		%
Ninguno	3	12,5%
Hasta 20	0	0%
De 21 a 50	3	12,5%
De 51 a 99	3	12,5%
100	15	62,5%

AGENTE DE VENTA:

Ninguno	18	75,0%
Hasta 20	1	4,2%
De 21 a 50	2	8,3%
De 51 a 99	2	8,3%
100	1	4,2%
NS/NC	0	0%

DISTRIBUIDOR:

Ninguno	19	79,2%
Hasta 20	3	12,5%
De 21 a 50	2	8,3%
100	-	-
NS/NC	-	-

Respecto a los clientes de las empresas que se encargan de los equipos de transporte son otras industrias y empresas, siendo en el 100% de las ocasiones en un 62,5% de estas empresas, en algunas situaciones consumidores individuales y rara vez, organismos públicos.

TIPO DE CLIENTE: %

INDUSTRIAS Y EMPRESAS:

Ninguno	-	-
Hasta 20	1	4,2%
De 21 a 50	3	12,5%
De 51 a 99	5	20,8%
100	15	62,5%
NS/NC	-	-

ORGANISMO PÚBLICO:

Ninguno	20	83,3%
Hasta 20	2	8,3%
De 21 a 50	2	8,3%
De 51 a 99	-	-
100	-	-
NS/NC	-	-

CONSUMIDORES INDIVIDUALES:

Ninguno	15	62,5%
Hasta 20	5	20,8%
De 21 a 50	3	12,5%
De 51 a 99	1	4,2%
100	-	-
NS/NC	-	-

JUEGOS Y JUGUETES

De las 39 empresas encuestadas, un elevadísimo porcentaje, el 64,1% (25 empresas) no saben o no contestan lo que facturan al año aproximadamente. De las que contestaron el 28,2% se encuentran por debajo de los 1000 millones facturados. Sólo un 7,7% factura más de 2000 millones.

FACTURACIÓN ANUAL:		%
Hasta 200 millones	5	12,8%
De 201 a 400 millones	3	7,7%
De 401 a 1000 millones	3	7,7%
De 1001 a 2000 millones	0	0%
+ de 2000 millones	3	7,7%
NS/NC	25	64,1%

Se tratan de pequeñas empresas, casi el 75% de dichas empresas tienen de 10 a 50 empleados, únicamente un 20,5% de las empresas tienen más de 100 empleados.

No hay ninguna de las empresas de este sector, que han sido encuestadas, que no tenga algún empleado titulado, sobresaliendo el 20,5% con 3 titulados y, empresas con 20 y más titulados hay 7,7%. El sistema de ventas que adoptan mayoritariamente es por agentes de ventas, seguido por el sistema de venta directa y por último el sistema de venta por distribuidor, no utilizándolo en ningún caso más del 79% de las empresas.

SISTEMA DE VENTAS:		%
DIRECTA:		
Ninguno	16	41,0%
Hasta 20	4	10,3%

De 21 a 50	5	12,8%
De 51 a 99	2	5,1%
100	12	30,8%
NS/NC	0	0%

AGENTE DE VENTA:

Ninguno	13	33,3%
Hasta 20	2	5,1%
De 21 a 50	5	12,8%
De 51 a 99	6	15,4%
100	13	33,3%
NS/NC	0	0%

DISTRIBUIDOR:

Ninguno	31	79,5%
Hasta 20	2	5,1%
De 21 a 50	4	10,3%
De 51 a 99	1	2,6%
100	1	2,6%
NS/NC	-	-

Los clientes de las empresas de juegos y juguetes son primordialmente otras industrias y empresas, siendo casi el 70% de las empresas en el 100% de sus clientes, respecto a los consumidores individuales un 12,8% de las empresas tienen este tipo de clientes al 100%, y por último respecto a los organismos públicos, en raras ocasiones son clientes (un 94,9% de las empresas no tienen como cliente a organismos públicos).

TIPO DE CLIENTE: %

INDUSTRIAS Y EMPRESAS:

Ninguno	5	12,8%
Hasta 20	1	2,6%
De 21 a 50	3	7,7%
De 51 a 99	2	5,1%
100	27	69,2%
NS/NC	1	2,6%

ORGANISMO PÚBLICO:

Ninguno	37	94,9%
Hasta 20	-	-
De 21 a 50	1	2,6%
De 51 a 99	-	-
100	-	-
NS/NC	1	2,6%

CONSUMIDORES INDIVIDUALES:

Ninguno	27	69,2%
Hasta 20	1	2,6%
De 21 a 50	3	7,7%
De 51 a 99	2	5,1%
100	5	12,8%
NS/NC	1	2,6%

PIEDRA, ARCILLA Y HORMIGÓN

De este sector se han encuestado a 37 empresas, que representan el 9,25% del total de la muestra, es decir, de las 400 empresas encuestadas. De estas 37 empresas de piedra, arcilla y hormigón, el 24,3 % de las empresas facturan más de 2000 millones, considerando que casi el 46% facturan más de 1000 millones.

FACTURACIÓN ANUAL:		%
Hasta 200 millones	-	-
De 201 a 400 millones	1	2,7%
De 401 a 1000 millones	7	18,9%
De 1001 a 2000 millones	8	21,6%
+ de 2000 millones	9	24,3%
NS/NC	12	32,4%

Se tratan de medianas y grandes empresas, el 40,5% tienen de 51 a 100 empleados y el 32,4% de dichas empresas tienen más de 100 empleados.

Todas estas empresas cuentan con algún empleado titulado, en mayor proporción el 18,9% de las empresas de 4 a 5 titulados, es mínimo el porcentaje en donde no hay ninguno, el 2,7%.

El sistema de ventas que emplean estas empresas es en primer lugar, por agente de ventas, en segundo lugar destaca el de venta directa y por último utilizarán el de venta por distribuidor.

SISTEMA DE VENTAS:		%
DIRECTA:		
Ninguno	13	35,1%
Hasta 20	6	16,2%

De 21 a 50	13	35,2%
De 51 a 99	3	8,1%
100	2	5,4%
NS/NC	-	-

AGENTE DE VENTA:

Ninguno	6	16,2%
Hasta 20	3	8,1%
De 21 a 50	16	43,2%
De 51 a 99	10	27%
100	2	5,4%
NS/NC	-	-

DISTRIBUIDOR:

Ninguno	15	40,5%
Hasta 20	4	10,8%
De 21 a 50	13	35,1%
De 51 a 99	3	8,1%
100	2	5,4%
NS/NC	-	-
TOTAL	37	100,0%

Respecto a los clientes en estas empresas, al igual que en los anteriores sectores de actividad estudiadas, son la mayoría de las ocasiones otras industrias y empresas, siendo en un 100% de las ocasiones en el 48,6% de las empresas encuestadas, seguido por los consumidores individuales y en último lugar y de forma excepcional organismos públicos.

TIPO DE CLIENTE: %

INDUSTRIAS Y EMPRESAS:

Ninguno	9	24,3%
Hasta 20	1	2,7%
De 21 a 50	1	2,7%
De 51 a 99	7	18,9%
100	18	48,6%
NS/NC	1	2,7%

ORGANISMO PÚBLICO:

Ninguno	35	94,6%
Hasta 20	1	2,7%
De 21 a 50	-	-
De 51 a 99	-	-
100	-	-
NS/NC	1	2,7%

CONSUMIDORES INDIVIDUALES:

Ninguno	18	48,6%
Hasta 20	5	13,5%
De 21 a 50	3	8,1%
De 51 a 99	-	-
100	9	24,3%
NS/NC	2	5,4%

TEXTIL Y CONFECCIÓN

Del total de empresas encuestadas (40 empresas) sólo un 55% de ellas responden a la pregunta de cuanto facturan anualmente, considerando el 20% entre 400 a 1000 millones y el 15% de 1000 a 2000 millones.

FACTURACIÓN ANUAL:		%
Hasta 200 millones	2	5,0%
De 201 a 400 millones	4	10,0%
De 401 a 1000 millones	8	20,0%
De 1001 a 2000 millones	6	15,0%
+ de 2000 millones	2	5,0%
NS/NC	18	45,0%

El tamaño de las empresas de este sector de actividad es mediano, aunque hay un considerable porcentaje el 25% que tienen más de 100 empleados.

Todas estas empresas tienen algún empleado titulado, salvo un 2,7% que no tienen ningún empleado titulado.

El sistema de ventas más utilizado es por agente de ventas (del 50 al 100% por el 45% de las empresas), luego es la venta directa (100% un 22,5%) y por último la venta por distribuidores que sólo la utilizan un 12,5% de las empresas.

SISTEMA DE VENTAS:		%
DIRECTA:		
Ninguno	12	30,0%
Hasta 20	7	17,5%
De 21 a 50	5	12,5%
De 51 a 99	3	7,5%

100	9	7,5%
NS/NC	4	10,0%

AGENTE DE VENTA:

Ninguno	9	22,5%
Hasta 20	2	5,0%
De 21 a 50	7	17,5%
De 51 a 99	9	22,5%
100	9	22,5%
NS/NC	4	10,0%

DISTRIBUIDOR:

Ninguno	31	77,5%
Hasta 20	4	10,0%
De 21 a 50	-	-
De 51 a 99	-	-
100	1	2,5%
NS/NC	4	10,0%

Los clientes de estas empresas son otras industrias y empresas (el 100% de las ocasiones para el 75% de las empresas), otros clientes son consumidores individuales, pero sólo en un 12,5% y por último y en excepciones los organismos públicos, sólo un 5% no siendo en ninguna ocasión en el 85% de las empresas encuestadas de textil y confección.

TIPO DE CLIENTE: %

INDUSTRIAS Y EMPRESAS:

Ninguno	2	5,0%
Hasta 20	-	-

De 21 a 50	2	5,0%
De 51 a 99	2	5,0%
100	30	75%
NS/NC	4	10%

ORGANISMO PÚBLICO:

Ninguno	34	85,0%
Hasta 20	2	5,0%
De 21 a 50	-	-
De 51 a 99	-	-
100	-	-
NS/NC	4	10,0%

CONSUMIDORES INDIVIDUALES:

Ninguno	31	77,5%
Hasta 20	1	2,5%
De 21 a 50	2	5,0%
De 51 a 99	-	-
100	2	5,0%
NS/NC	4	10,0%

CALZADO Y CUERO

Del total de las empresas entrevistadas, 37 pertenecen a calzado y cuero, cuya facturación anual está aproximadamente por debajo de los 1000 millones, sólo un 16,2% de estas empresas facturan por encima de los 1000 millones.

FACTURACIÓN ANUAL:		%
Hasta 200 millones	6	16,2%
De 201 a 400 millones	3	8,1%
De 401 a 1000 millones	6	16,2%
De 1001 a 2000	2	5,4%
+ de 2000 millones	4	10,8%
NS/NC	16	43,2%

La mayoría de dichas empresas tienen de 10 a 25 empleados, el 56,8% son empresas pequeñas, únicamente un 16,2% tienen más de 100 empleados. Además, alguno de estos empleados es titulado, no hay empresa que no tenga al menos un titulado.

Respecto al sistema de venta empleado el más característico es por venta directa, utilizándolo al 100% el 32,4% de las empresas, en segundo lugar el agente de ventas y por último la venta por distribuidor, no utilizándolo en ninguna ocasión más del 62% de las empresas.

SISTEMA DE VENTAS:		%
DIRECTA:		
Ninguno	9	24,3%
Hasta 20	4	10,8%
De 21 a 50	5	13,5%
De 51 a 99	6	16,2%

100	12	32,4%
NS/NC	1	2,7%

AGENTE DE VENTA:

Ninguno	19	51,4%
Hasta 20	2	5,4%
De 21 a 50	4	10,8%
De 51 a 99	4	10,8%
100	7	8,9%
NS/NC	1	2,7%

DISTRIBUIDOR:

Ninguno	23	62,2%
Hasta 20	4	10,8%
De 21 a 50	5	13,5%
De 51 a 99	3	8,1%
100	1	2,7%
NS/NC	1	2,7%
TOTAL	37	100,0%

Como en el resto de los sectores de actividad el tipo de cliente preferente son otras industrias y empresas, siendo en el 100% para más del 75% de las empresas de calzado y cuero; otro tipo de clientes serían los consumidores individuales un 18,9% de las empresas tienen este tipo de cliente en el 100% y en los casos anteriores tienen como cliente algún organismo público, estas empresas no tienen como clientes en ningún caso a organismos públicos.

TIPO DE CLIENTE: %

INDUSTRIAS Y EMPRESAS:

Ninguno	7	18,9%
Hasta 20	-	-
De 21 a 50	-	-
De 51 a 99	-	-
100	28	75,7%
NS/NC	2	5,4%

ORGANISMO PÚBLICO:

Ninguno	35	94,6%
Hasta 20	-	-
De 21 a 50	-	-
De 51 a 99	-	-
100	-	-
NS/NC	2	5,4%

CONSUMIDORES INDIVIDUALES:

Ninguno	28	75,7%
Hasta 20	-	-
De 21 a 50	-	-
De 51 a 99	-	-
100	7	18,9%
NS/NC	2	5,4%

ALIMENTACIÓN

Las empresas de alimentación más del 60% facturan menos de 1000 millones, mientras que un 30%, más o menos, de dichas empresas facturan por encima de los 1000 millones.

FACTURACIÓN ANUAL:		%
Hasta 200 millones	6	16,2%
De 201 a 400 millones	5	13,5%
De 401 a 1000 millones	11	29,7%
De 1001 a 2000 millones	7	18,9%
+ de 2000 millones	4	10,8%
NS/NC	4	10,8%

Se tratan en su mayoría , en un 54,1% de pequeñas empresas teniendo de 10 a 25 empleados, casi el 33% son medianas empresas de 26 a 100 empleados y sólo en 13,5% de estas empresas hay más de 100 empleados.

Hay un alto porcentaje de empresas, el 21,6% que no cuentan entre sus empleados a algún titulado, el resto de las empresas cuenta con algún titulado al menos.

El sistema de ventas que realizan es la venta directa, en primer lugar, luego está la venta por distribuidor y en último lugar por agentes de ventas.

SISTEMA DE VENTAS:		%
DIRECTA:		
Ninguno	8	21,6%
Hasta 20	2	5,4%
De 21 a 50	7	18,9%

De 51 a 99	3	8,1%
100	16	43,2%
NS/NC	1	2,7%

AGENTE DE VENTA:

Ninguno	23	62,2%
Hasta 20	2	5,4%
De 21 a 50	5	13,5%
De 51 a 99	4	10,8%
100	2	5,4%
NS/NC	1	2,7%

DISTRIBUIDOR:

Ninguno	23	62,2%
Hasta 20	2	10,8%
De 21 a 50	6	13,5%
De 51 a 99	2	8,1%
100	3	2,7%
NS/NC	1	2,7%
TOTAL	37	100,0%

Los clientes de las empresas del sector alimenticio son otras industrias y empresas, ocupando el 100% en el 54% de las empresas, otro tipo de cliente son los consumidores individuales que representan el 100% en el 16,2% de estas empresas alimenticias encuestadas, respecto a los organismos públicos un 10 % de las empresas tienen este tipo de cliente pero en muy raras ocasiones.

TIPO DE CLIENTE: %

INDUSTRIAS Y EMPRESAS:

Ninguno	7	18,9%
Hasta 20	1	2,7%
De 21 a 50	7	18,9%
De 51 a 99	1	2,7%
100	20	54,1%
NS/NC	1	2,7%

ORGANISMO PÚBLICO:

Ninguno	32	86,5%
Hasta 20	1	2,7%
De 21 a 50	3	8,1%
De 51 a 99	-	-
100	-	-
NS/NC	1	2,7%

CONSUMIDORES INDIVIDUALES:

Ninguno	20	54,1%
Hasta 20	1	2,7%
De 21 a 50	4	10,8%
De 51 a 99	5	13,5%
100	6	16,2%
NS/NC	1	2,7%

CONSTRUCCIÓN

Casi el 50% de las empresas constructoras de la C.A.V. facturan menos de 1000 millones anualmente, sólo un 13,5% de estas empresas entrevistadas facturan más de 1000 millones.

FACTURACIÓN ANUAL:		%
Hasta 200 millones	4	10,8%
De 201 a 400 millones	5	13,5%
De 401 a 1000 millones	8	21,6%
De 1001 a 2000 millones	3	8,1%
+ de 2000 millones	2	5,4%
NS/NC	15	40,5%

El tamaño de estas empresas, predominante, es de 50 a 100 empleados, en un 60% de estas empresas aproximadamente. Un 18,9% tienen más de 100 empleados. La mayoría son pequeñas y medianas empresas. Todas estas empresas tienen algún titulado entre sus empleados.

En relación al sistema de ventas empleado destaca por venta directa, utilizándolo en el 100% de las ocasiones un 78,4% de las empresas constructoras y luego en muy rara ocasión utilizan agentes de ventas.

SISTEMA DE VENTAS:		%
DIRECTA:		
Ninguno	5	13,5%
Hasta 20	-	-
De 21 a 50	3	8,1
De 51 a 99	-	-

100	29	78,4%
NS/NC	-	-

AGENTE DE VENTA:

Ninguno	31	83,8%
Hasta 20	-	-
De 21 a 50	3	8,1%
De 51 a 99	-	-
100	3	8,1%
NS/NC	-	-

DISTRIBUIDOR:

Ninguno	33	89,2%
Hasta 20	-	-
De 21 a 50	3	8,1%
De 51 a 99	-	-
100	1	2,7%
NS/NC	-	-

El tipo de cliente, en contradicción con el resto de los sectores, en primer lugar son organismos públicos, seguido por los consumidores individuales y en último lugar por otras industrias y empresas.

TIPO DE CLIENTE: %

INDUSTRIAS Y EMPRESAS:

Ninguno	18	48,6%
Hasta 20	-	-
De 21 a 50	12	32,4%
De 51 a 99	-	-

100	7	18,9%
NS/NC	-	-

ORGANISMO PÚBLICO:

Ninguno	16	43,2%
Hasta 20	-	-
De 21 a 50	12	32,4%
De 51 a 99	-	-
100	9	24,3%
NS/NC	-	-

CONSUMIDORES INDIVIDUALES:

Ninguno	17	45,9%
Hasta 20	-	-
De 21 a 50	12	32,4%
De 51 a 99	-	-
100	8	21,6%
NS/NC	-	-

HOSTELERÍA

Las empresas hosteleras facturan por debajo de los 1000 millones anualmente.

FACTURACIÓN ANUAL:		%
Hasta 200 millones	6	16,2%
De 201 a 400 millones	2	5,4%
De 401 a 1000 millones	6	16,2%
De 1001 a 2000 millones	-	-
+ de 2000 millones	-	-
NS/NC	23	62,2%

El 67,5% de estas empresas cuentan entre 10 y 50 empleados, sólo un 13,5% tienen más de 100 empleados. Además todas estas empresas cuentan con algún titulado entre sus empleados.

El sistema de ventas empleado es la venta directa o bien por distribuidor y solo en muy rara ocasión por agente de ventas.

SISTEMA DE VENTAS:		%
DIRECTA:		
Ninguno	2	5,4%
Hasta 20	5	13,5%
De 21 a 50	9	24,3%
De 51 a 99	6	16,2%
100	15	40,5%
NS/NC	-	-

AGENTE DE VENTA:

Ninguno	29	78,4%
Hasta 20	2	5,4%
De 21 a 50	4	10,8%
De 51 a 99	2	5,4%
100	-	-
NS/NC	-	-

DISTRIBUIDOR:

Ninguno	18	48,6%
Hasta 20	3	8,1%
De 21 a 50	8	21,6%
De 51 a 99	6	16,2%
100	2	5,4%
NS/NC	-	-

El tipo de cliente son consumidores individuales prioritariamente y en algunos casos son otras industrias y empresas.

TIPO DE CLIENTE: %**INDUSTRIAS Y EMPRESAS:**

Ninguno	11	29,7%
Hasta 20	2	5,4%
De 21 a 50	8	21,6%
De 51 a 99	13	35,1%
100	3	8,1%
NS/NC	-	-

AGENTE DE VENTA:

Ninguno	32	86,5%
Hasta 20	4	10,8%
De 21 a 50	1	2,7%
De 51 a 99	-	-
100	-	-
NS/NC	-	-

DISTRIBUIDOR:

Ninguno	2	5,4%
Hasta 20	12	32,4%
De 21 a 50	11	29,7%
De 51 a 99	2	5,7%
100	10	27%
NS/NC	-	-

SERVICIOS DE TRANSPORTE

El 52,7% de estas empresas facturan por debajo de los 1000 millones anuales, sólo un 15,8% facturan anualmente por encima de los 1000 millones.

FACTURACIÓN ANUAL.		%
Hasta 200 millones	2	5,3%
De 201 a 400 millones	5	13,2%
De 401 a 1000 millones	13	34,2%
De 1001 a 2000 millones	4	10,5%
+ de 2000 millones	2	5,3%
NS/NC	12	31,6%

Más del 80% de las empresas de este sector cuentan entre 10 y 100 empleados, un 18,7% tienen más de 100 empleados. Estas empresas en su mayoría tienen algún titulado, únicamente un 2,6% no cuentan entre sus empleados con titulados.

Respecto al sistema de ventas el 76,3% de estas empresas es por venta directa en el 100% de las ocasiones. Un 15,7% de las empresas emplean agentes de ventas y en muy rara ocasión por distribuidor.

SISTEMA DE VENTAS:		%
DIRECTA:		
Ninguno	1	2,6%
Hasta 20	-	-
De 21 a 50	2	5,3%
De 51 a 99	4	10,5%
100	29	76,3%
NS/NC	2	5,3%

AGENTE DE VENTA:

Ninguno	30	78,9%
Hasta 20	1	2,6%
De 21 a 50	4	10,5%
De 51 a 99	-	-
100	1	2,6%
NS/NC	2	5,3%

DISTRIBUIDOR:

Ninguno	33	86,8%
Hasta 20	-	-
De 21 a 50	1	2,6%
De 51 a 99	1	2,6%
100	1	2,6%
NS/NC	2	5,3%

Los clientes son principalmente otras industrias y empresas. Sólo un 18,3% tienen como clientes a organismos públicos.

TIPO DE CLIENTE:**%****INDUSTRIAS Y EMPRESAS:**

Ninguno	7	18,4%
Hasta 20	3	7,9%
De 21 a 50	4	10,6%
De 51 a 99	6	15,8%
100	17	44,7%
NS/NC	1	2,6%

ORGANISMO PÚBLICO:

Ninguno	30	78,9%
Hasta 20	4	10,5%
De 21 a 50	2	5,2%
De 51 a 99	1	2,6%
100	-	-
NS/NC	1	2,6%

CONSUMIDORES INDIVIDUALES:

Ninguno	19	50%
Hasta 20	5	13,2%
De 21 a 50	3	7,9%
De 51 a 99	4	10,5%
100	6	15,8%
NS/NC	1	2,6%

MAYORISTAS

Estas empresas, casi el 60%, facturan más de 1000 millones y sólo un 13,5% facturan por encima de 1000 millones.

FACTURACIÓN ANUAL:		%
Hasta 200 millones	-	-
De 201 a 400 millones	6	16,2%
De 401 a 1000 millones	12	32,4%
De 1001 a 2000 millones	2	5,4%
+ de 2000 millones	3	8,1%
NS/NC	14	37,8%

Casi en el 100% de dichas empresas cuentan entre 10 y 50 empleados, sólo un 2,7% tienen más de 100 empleados. Un 5,4% no cuentan entre sus empleados con algún titulado.

Respecto al sistema de ventas en primer lugar se emplea la venta directa, segundo la venta por agentes y por último por distribuidores.

SISTEMA DE VENTAS:		%
DIRECTA:		
Ninguno	11	29,7%
Hasta 20	2	5,4%
De 21 a 50	2	5,4%
De 51 a 99	3	8,1%
100	19	51,4%
NS/NC	-	-

AGENTE DE VENTA:

Ninguno	22	59,5%
Hasta 20	4	10,8%
De 21 a 50	4	10,8%
De 51 a 99	-	-
100	7	18,9%
NS/NC	-	-

DISTRIBUIDOR:

Ninguno	29	78,4%
Hasta 20	-	-
De 21 a 50	3	8,1%
De 51 a 99	2	5,4%
100	3	8,1%
NS/NC	-	-

Los clientes de estas empresas del sector mayorista son otras industrias y empresas y en alguna ocasión para el 21,6% de las empresas consumidores individuales.

TIPO DE CLIENTE: %**INDUSTRIAS Y EMPRESAS:**

Ninguno	3	8,1%
Hasta 20	-	-
De 21 a 50	3	8,1%
De 51 a 99	4	10,8%
100	26	70,3%
NS/NC	1	2,7%

ORGANISMO PÚBLICO:

Ninguno	30	81,1%
Hasta 20	3	8,1%
De 21 a 50	2	5,4%
De 51 a 99	-	-
100	-	-
NS/NC	2	5,4%

CONSUMIDORES INDIVIDUALES:

Ninguno	27	73,0%
Hasta 20	1	2,7%
De 21 a 50	3	8,1%
De 51 a 99	1	2,7%
100	3	8,1%
NS/NC	2	5,4%

**8. FORMACIÓN DE DIRECTIVOS Y TECNICOS EN MATERIA
DE CALIDAD**

8.1. Análisis General.

El análisis de la situación actual de las empresas de la Comunidad Autónoma de Valencia se enfoca para diseñar las acciones formativas en el ámbito del asesoramiento de la calidad, adaptadas a las necesidades reales de dichas empresas.

Realmente es claro casi el total desconocimiento de las normas de aseguramiento de la calidad ISO-9000. Esto nos orientaría hacia las necesidades de formación, siendo conveniente inculcar los conocimientos y actitudes necesarias para mejorar la calidad de los productos y servicios de estas empresas y de esta forma intentar disminuir el número de empresas que no tienen intención de certificarse en los próximos años, que eran aproximadamente 160 empresas.

La formación actualizada de los directivos y técnicos es un tema que cada vez preocupa más a las empresas, porque es una forma de integrar métodos y técnicas en la organización que permitan una mayor productividad y los productos y servicios estén adaptados a las exigencias de los mercados. Por ello, que se pregunte a las empresas si cuentan con planes de formación y aunque la mayoría no cuenta con ellos, hay un alto porcentaje de empresas que cuentan con planes de formación, un 41%, y así poder absorber las distintas situaciones que exigen los nuevos mercados, debido a los grandes avances tecnológicos.

PLANES DE FORMACIÓN:

Si	164	41,0%
No	229	57,3%
NS/NC	7	1,7%

Es clara la preocupación por la formación, porque aunque no cuenten con planes de formación, mandan a sus directivos y técnicos a cursos que son preferentemente de

gestión empresarial, un 50,9% de las empresas, calidad un 32%, tecnologías específicas y producción alrededor del 25% de estas empresas. Se puede deducir la importancia que las empresas dan al tema de calidad, sobre todo los sectores de juego y juguetes, y alimentación.

MANDAN A CURSOS:

Sí	288	72,0%
No	109	27,3%
NS/NC	3	0,7%

TIPO:

Gestión empresarial	148	50,9%
RRHH	68	23,4%
Producción	75	25,8%
Calidad	93	32,0%
Tecnologías específicas	78	26,8%

Las empresas de la C.A.V. si se han encontrado con necesidades de formación las han podido resolver en su propia localidad el 81% de las empresas. El único sector que cuenta con el 40,5% de las empresas que han tenido que acudir fuera de su localidad para solucionar sus necesidades de formación es el de piedra, arcilla y hormigón.

Respecto a los temas que han causado más problemas son tecnologías específicas, producción, gestión empresarial y calidad. El tema de la calidad ha creado grandes problemas en los sectores de hostelería, muebles, y calzado y cuero.

PROBLEMAS DE FORMACIÓN:

Gestión empresarial	18	23,7%
RRHH	12	15,8%
Producción	19	25,0%
Calidad	12	15,8%
Tecnologías específicas	21	27,6%

Á la hora de diseñar y organizar los cursos nos podría orientar saber qué momentos y qué intensidad de formación resultaría más conveniente varias tardes por semana o bien una tarde por semana.

Dadas las limitaciones de espacio y tiempo que pueden tener a la hora de formarse se pensado en otros sistemas de aprendizaje, como pueden ser los programas de formación a distancia. Las respuestas de las empresas encuestadas respecto a este tipo de enseñanza interactiva es que el 33% de las empresas consideran que no la necesitan, pero el resto de las empresas están dispuestas a manejar un PC, independiente, sin estar conectado a ninguna red o bien que esté conectado a un centro.

Ahora, entraremos a estudiar cada sector uno por uno para averiguar sus verdaderas necesidades de formación:

8.2. Análisis Sectorial

MUEBLE

Más del 50% de las empresas no poseen planes de formación propios, a pesar de ello declaran más del 75% que mandan a sus directivos y técnicos a cursos.

PLANES DE FORMACIÓN:

Si	14	37,8%
No.	21	56,8%
NS/NC	2	5,4%
TOTAL	37	100,0%

Los empresarios se inclinan a cubrir sus necesidades formando personal propio, antes que contratarlo.

Los cursos de formación son preferentemente sobre gestión empresarial, ocupando los contenidos de calidad un porcentaje del 25%, la calidad es un tema dominante para la formación al personal, sobre todo en procesos de producción.

MANDAN A CURSOS:

Si	28	75,7%
No	9	24,3%
NS/NC	-	-

TIPO:

Gestión empresarial	13	46,4%
RRHH	6	21,4%
Producción	8	28,6%

Calidad	7	25,0%
Tecnologías específicas	3	10,7%

Casi un 80% de las empresas mobiliarias declaran que resuelven sus necesidades de formación en su propia localidad. Es decir, ellos consideran que resuelven prácticamente sus problemas sin necesidad de acudir a otras posibilidades de formación. Ahora bien, se contradice con la falta de conocimientos respecto a temas como por ejemplo las normas ISO.

De entre las materias que han creado problemas se encuentran en primer lugar la producción y a continuación la calidad.

PROBLEMAS DE FORMACIÓN:

Gestión empresarial	1	12,5%
RRHH	1	12,5%
Producción	3	37,5%
Calidad	2	25%

EQUIPOS DE TRANSPORTE

Más del 66% de dichas empresas no poseen planes de formación, aunque a pesar de ello mandan a sus directivos y técnicos a cursos (el 70,8% de las empresas). Siendo los cursos de formación preferentemente de producción (41,2%) seguidos por los de gestión empresarial, calidad y tecnologías específicas (todas en un 35,3%).

PLANES DE FORMACIÓN:

Sí	8	33,7%
No	16	66,7%
NS/NC	-	-

MANDAN A CURSOS:

Sí	17	70,8%
No	7	29,2%
NS/NC	-	-

TIPO:

Gestión empresarial	6	35,3%
RRHH	3	17,6%
Producción	7	41,2%
Calidad	6	35,3%
Tecnologías específicas	6	35,3%

El 75% de las empresas encuestadas de este sector de actividad satisfacen sus necesidades de formación en su propia localidad, sin tener que acudir a otros métodos de formación.

Entre las materias de formación que han causado más problemas, se encuentran los

de gestión empresarial, recursos humanos, calidad y tecnologías específicas.

PROBLEMAS DE FORMACIÓN:

Gestión empresarial	2	33,3%
RRHH	2	33,3%
Producción	-	-
Calidad	1	16,7%
Tecnologías específicas	1	16,7%

A la hora de observar las preferencias respecto al horario de los cursos, se ve como en el caso anterior que más del 33% prefieren realizarlos durante varias tardes por semana, seguido por un 25% que optan por un día completo por semana.

En relación a los programas de formación a distancia estas empresas muestran más interés que en el caso del sector actividad muebles, un 33,3% opinan que no necesitan esta clase de formación, sin embargo un 25% de dichas empresas estarían dispuestas a utilizar y manejar un PC con disquete, un 7,2% conectado a un centro y un 8,3% con CD-ROM (PC y un lector).

JUEGOS Y JUGUETES

Estas empresas son más del 53% las que no poseen planes de formación, sin embargo les preocupa la formación de sus directivos y técnicos y los mandan a cursos de formación, preferentemente de calidad, gestión empresarial y producción.

PLANES DE FORMACIÓN:

Si	18	46,2%
No	21	53,8%
NS/NC	-	-

MANDAN A CURSOS:

Si	30	76,9%
No	9	23,1%
NS/NC	-	-

TIPO:

Gestión empresarial	17	56,7%
RRHH	4	13,3%
Producción	16	53,3%
Calidad	17	56,7%
Tecnologías específicas	3	10,0%

Casi el 85% de las empresas de este sector resuelven sus problemas y necesidades de formación en su propia localidad. El tipo de formación que ha creado más problemas. El tipo de formación que ha creado más problemas son en gestión empresarial y recursos humanos, pero no se puede olvidar el gran desconocimiento que tienen estas empresas sobre las normas de calidad.

PROBLEMAS DE FORMACIÓN:

Gestión empresarial	3	50,0%
RRHH	2	33,3%
Producción	1	16,7%
Calidad	1	16,7%
Tecnologías específicas	1	16,7%

Respecto al horario de formación el más conveniente sería una tarde por semana (71,8% de las empresas) o bien varias tardes por semana (20,5%).

En relación a los programas de formación a distancia no han despertado gran interés, un 43,6% no necesita, sólo un 23,1% estarían dispuestos a manejar un PC con disquete.

PIEDRA, ARCILLA Y HORMIGÓN

Estas empresas en un 48,6% poseen planes de formación propios para sus directivos y técnicos y además los mandan a cursos. Estos cursos son preferentemente de gestión empresarial, tecnologías específicas y producción. Los contenidos de calidad ocupan un 19,4% frente a un 35,5% en gestión empresarial.

PLANES DE FORMACIÓN:

Si	18	48,6%
No	17	45,9%
NS/NC	2	5,4%
TOTAL	37	100,0%

MANDAN A CURSOS:

Si	31	83,8%
No	6	16,2%
NS/NC	-	-

TIPO:

Gestión empresarial	11	35,5%
RRHH	7	22,6%
Producción	7	22,6%
Calidad	6	19,4%
Tecnologías específicas	10	32,3%

La mayoría de las empresas de este sector dicen que han podido resolver sus necesidades de formación en su propia localidad.

El tipo de formación que los ha creado problemas son gestión empresarial, tecnologías específicas y producción, que son precisamente a los cursos que mandan

a sus directivos y técnicos.

PROBLEMAS DE FORMACIÓN:

Gestión empresarial	4	26,7%
RRHH	3	20,0%
Producción	3	20,0%
Calidad	1	6,7%
Tecnologías específicas	4	26,7%

Para la formación de sus directivos y técnicos el horario más conveniente sería para tardes por semana, votado por el 35% de las empresas, aunque el 24,3% han votado que sea fuera de horas de trabajo.

En relación a los programas de formación a distancia, sin necesidad de desplazarse a los centros de formación, al contrario a los casos anteriores habría un porcentaje mayor, un 35,1%, que estaría dispuesto a este tipo de formación interactiva con PC (disquete) frente a un 24,3% que considera que no lo necesita.

TEXTIL Y CONFECCIÓN

No tienen planes de formación propios un 50% de las empresas, el 47,5% tienen planes de formación para sus directivos y técnicos.

PLANES DE FORMACIÓN:

Si	19	47,5%
No	20	50%
NS/NC	1	2,5%

Y además la mayoría de las empresas mandan a sus directivos y técnicos a cursos, sobre todo de producción, gestión empresarial, sistemas de información y calidad.

MANDAN A CURSOS:

Si	26	65,0%
No	12	30,0%
NS/NC	2	5,0%

TIPO:

Gestión empresarial	10	35,7%
RRHH	4	14,3%
Producción	11	39,3%
Calidad	9	32,1%
Tecnologías específicas	10	35,7%

Casi el 80% de estas empresas de textil y confección declaran que resuelven sus problemas en su propia localidad.

La formación que ha creado más problemas a estas empresas ha sido en tecnologías

específicas y en producción.

PROBLEMAS DE FORMACIÓN:

Gestión empresarial	-	-
RRHH	1	11,1%
Producción	2	22,2%
Calidad	1	11,1%
Tecnologías específicas	5	55,6%

Para la formación de sus directivos y técnicos prefieren que los cursos se impartan una tarde por semana o bien varias tardes por semana. Respecto al sistema de enseñanza con programas de formación a distancia, un 32,5% estarían dispuestos de forma independiente con un disquete, sin embargo un 30% considera que no necesitan estos programas.

CALZADO Y CUERO

De estas empresas sólo el 18,9% tienen planes de formación propios. pero aunque no tengan planes de formación o los tengan, también mandan a sus directivos y técnicos a cursos de formación, que suelen ser preferentemente de gestión empresarial, producción y calidad.

PLANES DE FORMACIÓN:

Si	7	18,9%
No	29	78,4%
NS/NC	1	2,7%

MANDAN A CURSOS:

Si	21	56,8%
No	16	43,2%
NS/NC	-	-

TIPO:

Gestión empresarial	9	42,9%
RRHH	3	14,3%
Producción	9	42,9%
Calidad	7	33,3%
Tecnologías específicas	6	28,6%

Estas empresas declaran que han podido resolver sus problemas en su propia localidad, y el tipo de formación que le ha creado más problemas han sido producción, gestión empresarial, tecnologías específicas y calidad.

PROBLEMAS DE FORMACIÓN:

Gestión empresarial	3	30,0%
---------------------	---	-------

RRHH	1	10,0%
Producción	4	40,0%
Calidad	2	20,0%
Tecnologías específicas	3	30,0%

En relación al horario que prefieren de los cursos sería o bien varias tardes por semana o una tarde por semana.

Los programas de formación a distancia tienen una cierta adaptación, el 37,8% están dispuestas a utilizar un ordenador independiente, y el porcentaje de la respuesta no necesita es un 27%.

ALIMENTACIÓN

Un 64,9% de estas empresas no tienen planes de formación propia, pero más del 75% de las empresas mandan a sus directivos y técnicos a algunos cursos de formación. Siendo estos cursos de calidad, gestión empresarial y producción.

PLANES DE FORMACIÓN:

Si	13	35,1%
No	24	64,9%
NS/NC	-	-

MANDAN A CURSOS:

Si	28	75,7%
No	9	24,3%
NS/NC	-	-

TIPO:

Gestión empresarial	13	46,4%
RRHH	4	14,3%
Producción	9	32,1%
Calidad	13	46,4%
Tecnologías específicas	5	17,9%

Estas empresas declaran que resuelven sus problemas en su propia localidad, sin necesidad de acudir fuera.

El tipo de formación que le ha creado más problemas son producción y calidad.

PROBLEMAS DE FORMACIÓN:

Gestión empresarial	-	-
RRHH	-	-
Producción	2	66,7%
Calidad	1	33,3%
Tecnologías específicas	-	-

El horario que resulta más conveniente y prefieren estas empresas para los cursos de formación de sus directivos y técnicos es una tarde por semana o bien varias tardes por semana.

Los programas de formación a distancia, que se pueden seguir sin desplazarse y escogiendo las horas a conveniencia de cada alumno son bien acogidos por estas empresas, en general, aunque existe un 30% de dichas empresas que creen y consideran que no los necesitan.

CONSTRUCCIÓN

En el caso de estas empresas la mayoría no tienen planes de formación propios. Pero se preocupan por la formación de sus empleados y los mandan a algunos cursos. Estos cursos son preferentemente de gestión empresarial y de calidad.

PLANES DE FORMACIÓN:

Si	13	35,1%
No	23	62,2%
NS/NC	1	0,7%

MANDAN A CURSOS:

Si	25	67,6%
No	12	32,4%
NS/NC	-	-

TIPO:

Gestión empresarial	15	60,0%
RRHH	4	16,0%
Producción	2	8,0%
Calidad	7	28,0%
Tecnologías específicas	3	12,0%

Estas empresas declaran que han podido resolver sus problemas en su propia localidad, sin necesidad de acudir fuera, siendo el tipo de formación que les ha causado más problemas la producción y tecnologías específicas.

PROBLEMAS DE FORMACIÓN:

Gestión empresarial	1	20,0%
---------------------	---	-------

RRHH	-	-
Producción	2	40,0%
Calidad	2	40,0%
Tecnologías específicas	-	-

A la hora de organizarse los cursos el horario que prefieren es una tarde por semana o varias tardes por semana.

Con respecto a los programas de formación a distancia son bien acogidos, un 38% aproximadamente estarían dispuestos a manejar un PC, con disquete. Aunque casi el 30% no saben o no conocen estos programas.

HOSTELERÍA

Estas empresas cuentan con planes de formación propios para sus directivos y técnicos y también los mandan a cursos, sobre todo de gestión empresarial, recursos humanos y de calidad.

PLANES DE FORMACIÓN:

Si	24	64,9%
No	13	35,1%
NS/NC	-	-

MANDAN A CURSOS:

Si	31	83,8%
No	6	16,2%
NS/NC	-	-

TIPO:

Gestión empresarial	23	74,2%
RRHH	22	71,0%
Producción	1	3,2%
Calidad	16	51,6%
Tecnologías específicas	9	29,0%

Si se han encontrado con necesidades de formación las han solucionado en su propia localidad. La formación que le ha creado problemas es en los temas de calidad y gestión empresarial.

PROBLEMAS DE FORMACIÓN:

Gestión empresarial	2	66,7%
---------------------	---	-------

RRHH	1	33,3%
Producción	2	66,7%
Calidad	1	33,3%
Tecnologías específicas	1	33,3%

De cara al horario de estos cursos estas empresas prefieren varias tardes por semana. Por último, en relación a los cursos de formación a distancia un 40,5% de estas empresas estarían dispuestas a manejar un PC, existe casi el 30% de estas empresas que no saben ni conocen estos programas de formación a distancia.

SERVICIOS DE TRANSPORTE

El 47,4% de estas empresas de servicios de transporte cuentan con planes de formación propio.

PLANES DE FORMACIÓN:

Si	18	47,4%
No	20	52,6%
NS/NC	-	-

Además el 73,7% mandan a sus directivos y técnicos a algunos cursos, sobre todo, de gestión empresarial, tecnologías específicas y recursos humanos.

MANDAN A CURSOS:

Si	28	73,7%
No	9	23,7%
NS/NC	1	2,6%

TIPO:

Gestión empresarial	18	62,1%
RRHH	7	24,1%
Producción	2	6,9%
Calidad	2	6,9%
Tecnologías específicas	14	48,3%

Este sector, como en el resto, cuando se han encontrado con problemas de formación los han podido solucionar en su propia localidad. El tipo de formación que ha creado más problemas es en gestión empresarial, calidad y tecnologías específicas.

PROBLEMAS DE FORMACIÓN:

Gestión empresarial	1	20,0%
RRHH	-	-
Producción	1	20,0%
Calidad	3	30,0%
Tecnologías específicas	1	20,0%

A la hora de organizarse los cursos de formación el horario que prefieren es un día completo por semana o varias tardes por semana.

En relación a los programas de formación a distancia el 36,8% están dispuestos a trabajar con un disquete (un PC), aunque el 30% creen que no los necesitan.

MAYORISTAS

Casi un 68% de las empresas no disponen de planes de formación propios, pero si mandan a sus directivos y técnicos a cursos preferentemente de gestión empresarial, tecnologías específicas y calidad.

PLANES DE FORMACIÓN:

Sí	12	32,4%
No	25	67,6%
NS/NC	-	-

MANDAN A CURSOS:

Sí	23	62,2%
No	14	37,8%
NS/NC	-	-

TIPO:

Gestión empresarial	13	56,5%
RRHH	4	17,4%
Producción	3	13,0%
Calidad	3	13,0%
Tecnologías específicas	9	39,1%

Estas empresas declaran que si tienen problemas de formación los han podido solucionar en su propia localidad. El tipo de formación que le ha creado mayores problemas han sido producción, calidad, tecnologías específicas y gestión empresarial.

PROBLEMAS DE FORMACIÓN:

Gestión empresarial	1	16,7%
---------------------	---	-------

RRHH	1	16,7%
Producción	1	16,7%
Calidad	2	33,3%
Tecnologías específicas	1	16,7%

Respecto al horario de los cursos prefieren que sea fuera de horas de trabajo o bien varias tardes por semana.

Los programas de formación a distancia no son muy bien acogidos, el 51,4% consideran que no los necesitan, sólo un 24,3% estaría dispuesto a manejar un PC.

**9. NECESIDADES EMPRESARIALES EN MATERIA DE
CALIDAD**

9.1. Análisis General.

Este conjunto de preguntas están orientadas para valorar la situación de las empresas de la Comunidad Autónoma Valenciana respecto al aseguramiento de la calidad en sus productos y servicios.

Además, podremos saber que nivel de conocimiento tienen sobre las normas de calidad y si las aplican porque lo piden sus clientes o porque tienen la convicción que es necesario y conveniente para sus empresas.

Los elementos que se han estudiado en la encuesta hacen referencia a normas, documentación escrita y certificación. A partir de los datos obtenidos podemos tener una visión general de los distintos aspectos que determinan la gestión de la calidad en las empresas de la C.A.V.

Muchas de las empresas, un 80% aproximadamente, se han visto obligadas a cumplir una serie de exigencias técnicas en sus productos y servicios. Los sectores que destacan son juguetes y juegos, piedra, arcilla y hormigón y construcción.

EXIGENCIAS TÉCNICAS:		%
Si	304	76,0%
No	95	23,8%
NS/NC	1	0,2%

Estas exigencias se encuentran determinadas por especificaciones o normas, que pueden ser de carácter interno o externo, y dentro de estas últimas nacionales o internacionales.

Esta distinción va orientada a saber si estas empresas cumplen esas exigencias debido

a la propia organización de la empresa o bien si son de carácter externo se debe a la relación de la empresa con el medio (mercado, sociedad, economía, organización política...).

En las empresas de la C.A.V. las normas que predominan son las de carácter interno, sobre todo en el sector servicios de transporte, esto se debe a que las empresas en general de la C.A.V. intentan organizar sus procesos de trabajo y su funcionamiento diario, en función de su propia estructura interna.

Dentro de las normas externas destacan las de carácter internacional, lo que nos permite saber que la visión de estas empresas se orientan a mercados internacionales.

Para que estas normas puedan alcanzar un mayor o menor grado de desarrollo deben estar plasmadas en documentos de trabajo, en general alrededor del 65% de las empresas de la C.A.V. poseen documentación escrita donde se encuentran las normas para organizar el funcionamiento de las empresas, son los documentos básicos que permiten desarrollar la certificación.

Aquellas empresas que poseen documentación escrita deben completar la respuesta indicando las materias que comprenden que podrán abarcar: procedimientos generales, procedimientos de fabricación, programas y planes de producto y manuales de calidad. Esto nos informa sobre que importancia dan a las distintas fases de producción, fabricación, calidad, venta de sus productos o servicios.

En el caso de las empresas de la C.A.V. predominan los procedimientos generales, seguido por los procedimientos de fabricación y manuales de calidad y por último los programas y planes de producto. Los manuales de calidad tienen una gran importancia para las empresas que deseen garantizar a sus clientes la calidad de sus productos o servicios.

El siguiente aspecto que se trata en la entrevista es el tema de la certificación que es un elemento clave en el tema de la gestión de calidad, porque es la actividad que nos permite dar la conformidad de productos o servicios con la correspondiente norma.

La certificación de empresas puede venir dada porque la exigen los clientes o por el propio deseo de la empresa. Respecto a si los clientes piden a las empresas que estén certificadas se observa un elevado porcentaje, el 75% aproximadamente, de empresas cuyos clientes no las exigen que estén certificadas.

CERTIFICACIÓN PEDIDA POR LOS CLIENTES:

Si	99	24,8%
No	299	74,8%
NS/NC	2	0,5%

Aunque los clientes no encuentran necesario que estén certificadas, las propias empresas, un 38,5% consideran que es conveniente, aunque existe un 22,7% de empresas que consideran que es innecesario.

LAS EMPRESAS LO CREEN:

Necesario	52	17,4%
Conveniente	115	38,5%
Innecesario	68	22,7%
NS/NC	64	21,4%

Avanzando sobre la situación real de las empresas se les pregunta si están certificadas o tienen intención de hacerlo. Sólo un 12,5% de las empresas están certificadas, lo que significa alrededor de 50 empresas. Cerca del 15% están en proceso de certificarse, lo que significa cerca de 60 empresas.

Existe el 17% de las empresas que están pensando en ello. Pero es cierto que el mayor número, 160 empresas, no tienen intención de certificarse en los próximos años.

CERTIFICACIÓN DE EMPRESAS:

Empresas certificadas	50	12,5%
Emp. en proceso de certificación	59	14,8%
Empresas pensando en ello	68	17,0%
Emp. que no tienen intención	159	39,8%
NS/NC	64	16,0%

A la hora de preguntar a las empresas respecto a que norma ISO están certificadas existe un elevadísimo porcentaje, el 56% que no contesta, lo que nos hace suponer el gran desconocimiento que existe sobre las normas ISO. Las más utilizadas son la ISO-9001 e ISO-9002, son las referentes a diseño, producción, instalación y venta.

Los sectores que cuentan con el mayor número de empresas certificadas son juegos y juguetes, equipos de transporte y muebles. Por el contrario, los sectores que cuentan con el mayor número de empresas que no tienen intención de certificarse en los próximos años son mayorista, hostelería y calzado y cuero.

9.2. Análisis Sectorial

A continuación, trataremos detalladamente cada uno de los sectores:

MUEBLE

Un alto porcentaje de empresas, 73% cumplen exigencias técnicas en base a determinadas normas, sobre todo de carácter interno el 46,4%, además también cumplen normas externas de carácter nacional e internacional.

EXIGENCIAS TÉCNICAS:

Si	27	73,0%
No	9	24,3%
NS/NC	1	2,7%
TOTAL	37	100%

Estas normas no serían eficaces si no estuvieran recogidas en diferentes documentos de trabajo para así ponerlos al alcance del personal y que todos los conozcan. Conscientes de esta necesidad el 84% de las empresas de este sector de actividad poseen este tipo de documentación. Dichos documentos recogen casi todos los procedimientos de fabricación (90,3%) y en menor proporción, el 38,7%, normas de calidad.

Sólo un 21,6% de los clientes de empresas mobiliarias exigen la certificación de las mismas. A pesar de no ser una exigencia de los clientes, un gran porcentaje aprecian que es conveniente la certificación, un 55,2% del total de empresas.

CERTIFICACIÓN PEDIDA POR CLIENTES:

Si	8	21,6%
No	29	78,4%
NS/NC	2	6,9%

LAS EMPRESAS LO CREEN:

Necesario	1	3,4%
Conveniente	16	55,2%
Innecesario	10	34,5%
NS/NC	2	6,9%

En realidad sólo un 30% de las empresas están certificadas o en proceso, pero también otro porcentaje similar, el 35% no tienen intención de certificarse en los próximos años.

CERTIFICACIÓN DE EMPRESAS:

Empresas certificadas	6	16,2%
Emp. en proceso de certificación	5	13,5%
Empresas pensando en ello	7	18,9%
Emp. que no tienen intención	13	35,1%
NS/NC	6	16,2%

EQUIPOS DE TRANSPORTE

Muchas de las empresas de este sector de actividad, más del 79% tienen que cumplir exigencias técnicas, que están determinadas por normas, siendo estas normas en un 68,4% de carácter internacional, también cumplen normas internas en un 36,8%.

EXIGENCIAS TÉCNICAS:		%
Si	19	79,2%
No	5	20,8%
NS/NC	-	-
TOTAL	24	100,0%

Más del 83% de estas empresas han plasmado estas normas en documentos escritos, que comprenden en un 60% manuales de calidad, seguido con un 50% procedimientos generales, 45% procedimientos de fabricación y por último con un 35% programas y planes de producto. La mayoría de los clientes de estas empresas no piden que estén certificadas, sólo un 33% aproximadamente pide la certificación, además las empresas de los equipos de transporte lo encuentran innecesario (más del 33%), aunque un 53,4% encuentran la certificación necesaria y conveniente.

CERTIFICACIÓN PEDIDA POR CLIENTES:

Si	8	33,3%
No	15	62,5%
NS/NC	1	4,2%

LAS EMPRESAS LO CREEN:

Necesario	4	26,7%
Conveniente	4	26,7%
Innecesario	5	33,3%

NS/NC	2	13,3%
-------	---	-------

Sólo un 30% más o menos de las empresas están certificadas o en proceso, pero también más del 37% de las empresas no tienen intención de certificarse en los próximos años.

CERTIFICACIÓN DE EMPRESAS:

Empresas certificadas	5	20,8%
Emp. en proceso de certificación	3	12,5%
Empresas pensando en ello	4	16,7%
Emp. que no tienen intención	9	37,5%
NS/NC	3	12,5%

En relación al tipo de las normas, las más utilizadas son las normas ISO-9001, normas de aseguramiento (diseño, instalación, producción y venta), en un 40%, luego las normas ISO-9002 y 9003 con un 20% cada una, el resto de las empresas no saben o no contestan.

JUEGOS Y JUGUETES

Estas empresas en casi el 100% (97,4%) tienen que cumplir exigencias técnicas, que se encuentran en especificaciones o normas que son de carácter internacional en un 71,1% y luego de carácter internas en un 26,3%.

EXIGENCIAS TÉCNICAS:

Si	38	97,4%
No	1	2,6%
NS/NC	-	-
TOTAL	39	100,0%

Para organizar los procesos y el funcionamiento diario plasman estas normas en documentos escritos, para que puedan estar al alcance de todo el personal, estas empresas adoptan esta medida en casi el 60%. Comprendiendo estos documentos en su mayoría programas y planes de producto y manuales de calidad.

Los clientes de las empresas del sector actividad de juguetes que están certificadas en un 41%, considerando el resto que no es preciso la certificación. Aún así las propias empresas consideran que es conveniente (40,9%).

CERTIFICACIÓN PEDIDA POR CLIENTES:

Si	16	41,9%
No	22	56,4%
NS/NC	1	2,6%

LAS EMPRESAS LO CREEN:

Necesario	3	13,6%
Conveniente	9	40,9%

Innecesario	3	13,6%
NS/NC	7	31,8%

Sólo un 23,1% de las empresas están certificadas y un 33,3% en proceso de certificación, pero además el 15% aproximadamente no tienen intención de certificarse en los próximos años.

CERTIFICACIÓN DE EMPRESAS:

Empresas certificadas	9	23,1%
Emp. en proceso de certificación	13	33,3%
Empresas pensando en ello	4	10,3%
Emp. que no tienen intención	6	15,4%
NS/NC	7	17,9%

En estas empresas, al igual que en las mobiliarias existe un gran desconocimiento de las normas de aseguramiento de calidad, sólo un 33,3% de las empresas dicen que están certificadas respecto a la norma ISO-9002 (producción e instalación).

PIEDRA, ARCILLA Y HORMIGÓN

Casi el total de los productos o servicios ofrecidos por estas empresas, el 94,6%, cumplen unas exigencias técnicas basadas en determinadas normas, estas en su mayoría de carácter internacional y en segundo lugar de carácter interno.

EXIGENCIAS TÉCNICAS:

Si	35	94,6%
No	2	5,4%
NS/NC	-	-
TOTAL	37	100,0%

Para que sea posible el conocimiento de estas normas por el personal deben estar recogidas en documentos escritos, en este caso más del 67% de las empresas tienen documentos escritos para organizar sus procesos y funcionamiento. Estos documentos comprenden en la mayoría de los casos manuales de calidad, procedimientos de fabricación y programas y planes de producto.

Los clientes de las empresas de piedra, arcilla y hormigón no piden que estén certificadas, sólo en un 18,9% lo piden los clientes. Aún así, las empresas, en un 60%, lo consideran necesario y conveniente.

CERTIFICACIÓN PEDIDA POR CLIENTES:

Si	7	18,9%
No	30	81,1%
NS/NC	-	-

LAS EMPRESAS LO CREEN:

Necesario	9	30,0%
-----------	---	-------

Conveniente	9	30,0%
Innecesario	2	6,7%
NS/NC	10	33,3%

Sólo un 10,8% de las empresas están certificadas respecto a las normas ISO-9000, el 24,3% está en proceso de certificación y un 21,6% está pensando en ello. Pero hay un gran desconocimiento sobre esto, el 37,8% no sabe o no contesta. Las que están certificadas el 50% es respecto a la norma ISO-9002 (producción e instalación) y un 25% respecto a la norma ISO-9001 (diseño, producción, instalación y venta).

CERTIFICACIÓN DE EMPRESAS:

Empresas certificadas	4	10,8%
Emp. en proceso de certificación	9	24,3%
Empresas pensando en ello	8	21,6%
Emp. que no tienen intención	2	5,4%
NS/NC	14	37,8%

TEXTIL Y CONFECCIÓN

Respecto a las exigencias técnicas que tienen que cumplir sus productos es uno de los sectores que no cumplen en la mayoría de sus productos o servicios exigencias técnicas, sólo en un 57,5%.

EXIGENCIAS TÉCNICAS:

Si	23	57,5%
No	17	42,5%
NS/NC	-	-
TOTAL	40	100,0%

Las normas que cumplen son de carácter internas en un 47,8% y de carácter internacional en un 34,8%. Un 75% de las empresas encuestadas tienen documentos escritos para el cumplimiento de las normas en los procesos de trabajo y puedan estar al alcance de todo el personal. Estos documentos comprenden procedimientos de fabricación, sobre todo, y procedimientos generales y en último lugar contienen procedimientos de calidad.

Los clientes de estas empresas no piden que estén certificadas, sólo en un 12,5% , aún así lo consideran conveniente un 60% de las empresas encuestadas, aunque hay un 28,6% que lo cree innecesario.

CERTIFICACIÓN PEDIDA POR CLIENTES:

Si	5	12,5%
No	35	87,5%
NS/NC	-	-

LAS EMPRESAS LO CREEN:

Necesario	-	-
Conveniente	21	60,0%
Innecesario	10	28,6%
NS/NC	4	11,4%

En relación a la situación de su empresa respecto a la norma ISO-9000 es que en un 42,5% las empresas no tienen intención de certificarse en los próximos años, sólo un 7,5% están certificadas y estas en un 33,3% respecto a la norma ISO-9002.

CERTIFICACIÓN DE EMPRESAS:

Empresas certificadas	3	7,5%
Emp. en proceso de certificación	4	10,0%
Empresas pensando en ello	11	27,5%
Emp. que no tienen intención	17	42,5%
NS/NC	5	12,5%

CALZADO Y CUERO

Más del 50% de las empresas encuestadas tienen que cumplir exigencias técnicas, especificaciones o normas en sus productos o servicios. Estas normas en un 45% son de carácter interno y el 35% son internacionales.

EXIGENCIAS TÉCNICAS:

Si	20	54,1%
No	17	45,9%
NS/NC	-	-
TOTAL	37	100,0%

La mayoría de estas empresas, el 56,8%, plasman sus procesos de trabajo y su funcionamiento en documentos de trabajo escrito. Estos documentos comprenden en primer lugar procedimientos generales, procedimientos de fabricación y manuales de calidad.

En el caso de estas empresas, en más del 80%, sus clientes no piden que estén certificadas. Aunque sus clientes no pidan la certificación lo consideran conveniente más del 33% de las empresas, y necesario un 26,7%. Pero un elevado porcentaje de empresas, el 20% , piensan que es innecesario.

CERTIFICACIÓN PEDIDA POR CLIENTES:

Si	7	18,9%
No	30	81,1%
NS/NC	-	-

LAS EMPRESAS LO CREEN:

Necesario	8	26,7%
-----------	---	-------

Conveniente	10	33,3%
Innecesario	6	20,0%
NS/NC	6	20,0%

La situación de las empresas de calzado y cuero de la C.A.V. respecto a la norma ISO-9000 es, que casi el 60% de las empresas no tiene intención de certificarse en los próximos años, solamente un 13,5% de dichas empresas están certificadas. El 20% de estas empresas están certificadas respecto a la norma ISO-9001 (diseño, producción, instalación y venta), pero el resto de las empresas, el 80%, no sabe respecto a que norma ISO está certificada, esto nos demuestra el total desconocimiento de estas empresas de las normas ISO, aún cuando están certificadas.

CERTIFICACIÓN DE EMPRESAS:

Empresas certificadas	5	13,5%
Emp. en proceso de certificación	4	8,1%
Empresas pensando en ello	3	10,8%
Emp. que no tienen intención	22	59,5%
NS/NC	3	8,1%

ALIMENTACIÓN

Más del 90% de estas empresas tienen que cumplir en sus productos y servicios exigencias técnicas, especificaciones o normas. Estas normas son en su mayoría internacionales y en inferior grado de carácter interno.

EXIGENCIAS TÉCNICAS:

Si	34	91,9%
No	3	8,1
NS/NC	-	-
TOTAL	37	100,0%

Estas empresas, casi el 55%, para organizar su funcionamiento y procesos de trabajo lo plasman en documentos escritos. Estos documentos comprenden en primer lugar manuales de calidad, seguido de procedimientos de fabricación y por último procedimientos generales.

Los clientes de las empresas del sector de alimentación, más del 75% no piden que estén certificadas.

CERTIFICACIÓN PEDIDA POR CLIENTES:

Si	9	24,3%
No	28	75,7%
NS/NC	-	-

Aún así, más del 60% de estas empresas lo consideran conveniente y necesario, aunque existe un alto porcentaje, el 32,1%, que lo ve innecesario.

LAS EMPRESAS LO CREEN:

Necesario	6	21,4%
Conveniente	11	39,3%
Innecesario	9	32,1%
NS/NC	2	7,1%

Respecto a su situación con relación a la norma ISO-9000, estas empresas no tienen intención de certificarse en los próximos años, casi un 30% de estas piensan certificarse. Sólo un 5,4% de las empresas están certificadas pero ninguna de ellas conoce respecto a que norma, de esto se deduce que en realidad no saben lo que significa la certificación, o cuál es la finalidad, no saben que son las normas ISO-9000.

CERTIFICACIÓN DE EMPRESAS:

Empresas certificadas	2	5,4%
Emp. en proceso de certificación	3	8,1%
Empresas pensando en ello	11	29,7%
Emp. que no tienen intención	18	48,6%
NS/NC	3	8,1%

CONSTRUCCIÓN

Estas empresas casi en el 95% de sus productos y servicios tienen que cumplir exigencias técnicas, que están determinadas por especificaciones o normas de carácter nacional, sobre todo.

EXIGENCIAS TÉCNICAS:

Si	35	94,6%
No	2	5,4%
NS/NC	-	-
TOTAL	37	100,0%

Casi en un 60% de estas empresas se encuentran recogidos en documentos los procesos de trabajo. Esta documentación comprende en la mayoría de las empresas programas y planes de producto, seguido por los manuales de calidad en el 50% de las empresas.

En el 56,8% de estas empresas sus clientes no piden que estén certificadas.

CERTIFICACIÓN PEDIDA POR CLIENTES:

Si	16	43,2%
No	21	56,8%
NS/NC	-	-

Sin embargo, el 71,4% de estas empresas constructoras lo consideran necesario y conveniente, aunque un 23,8% cree que es innecesaria la certificación.

LAS EMPRESAS LO CREEN:

Necesario	8	38,1%
-----------	---	-------

Conveniente	7	33,3%
Innecesario	5	23,8%
NS/NC	1	4,8%

Sólo un 13,5% de las empresas están certificadas, aunque un 35,1% de ellas están en proceso de certificación o pensando en ello. Pero hay un alto porcentaje, un 35%, que no tienen intención de certificarse los próximos años. Las empresas que están certificadas es respecto a las normas ISO-9001 y 9002.

CERTIFICACIÓN DE EMPRESAS:

Empresas certificadas	5	13,5%
Emp. en proceso de certificación	8	21,6%
Empresas pensando en ello	5	13,5%
Emp. que no tienen intención	13	35,1%
NS/NC	6	16,2%

HOSTELERÍA

En casi el 100% de los productos y servicios de las empresas hosteleras deben cumplir exigencias técnicas, que están determinadas o bien por normas de carácter nacional o de carácter interno.

EXIGENCIAS TÉCNICAS:

Si	34	91,9%
No	3	8,1%
NS/NC	-	-
TOTAL	37	100,0%

Estas empresas disponen de documentación dónde se recogen procesos de trabajo y del funcionamiento diario. Esta documentación comprende en todas las empresas procedimientos generales y en segundo lugar manuales de calidad.

Los clientes de las empresas hosteleras no consideran necesario que estén certificadas. Aunque un 41,2% de dichas empresas piensan que es necesario y conveniente la certificación.

CERTIFICACIÓN PEDIDA POR CLIENTES:

Si	3	8,1%
No	34	91,9%
NS/NC	-	-

LAS EMPRESAS LO CREEN:

Necesario	5	14,7%
Conveniente	9	26,5%
Innecesario	4	11,8%

NS/NC	16	47,1%
-------	----	-------

Aún así sólo un 8% están certificadas y casi un 55% no tienen intención de certificarse los próximos años. Las empresas se encuentran respecto a la norma ISO-9003, pero se puede observar un importante desconocimiento de estas normas, porque más del 66% no saben ni siquiera respecto a que norma están certificados.

CERTIFICACIÓN DE EMPRESAS:

Empresas certificadas	3	8,1%
Emp. en proceso de certificación	1	2,7%
Empresas pensando en ello	2	5,4%
Emp. que no tienen intención	20	54,1%
NS/NC	11	29,7%

SERVICIOS DE TRANSPORTE

Casi el 70% de estas empresas tienen que cumplir sus productos y servicios exigencias técnicas, que se encuentran determinadas por normas de carácter interno o bien de carácter internacional.

EXIGENCIAS TÉCNICAS:

Si	26	68,4%
No	12	31,6%
NS/NC	-	-
TOTAL	37	100,0%

La mayoría de estas empresas organizan sus procedimientos en documentación escrita, que comprende preferentemente procedimientos generales y manuales de calidad.

Sólo en un 30% de estas empresas sus clientes les piden que estén certificados. Considerando el 44,4% de estas empresas que es conveniente la certificación, pero un 22,2% lo considera innecesario:

CERTIFICACIÓN PEDIDA POR CLIENTES:

Si	11	28,9%
No	27	71,1%
NS/NC	-	-

LAS EMPRESAS LO CREEN:

Necesario	4	14,8%
Conveniente	12	44,4%
Innecesario	6	22,2%

NS/NC	5	18,5%
-------	---	-------

Un 13,2% de estas empresas se encuentran certificadas, estando en proceso un 15,8%, aún así existe un alto porcentaje, casi el 40%, que no tienen intención de certificarse en los próximos años. Las empresas que se encuentran certificadas es respecto a la norma ISO-9001 y 9002 (diseño, instalación, producción y venta).

CERTIFICACIÓN DE EMPRESAS:

Empresas certificadas	5	13,2%
Emp. en proceso de certificación	6	15,8%
Empresas pensando en ello	9	23,7%
Emp. que no tienen intención	15	39,5%
NS/NC	3	7,9%

MAYORISTAS

Únicamente el 35% de dichas empresas cuentan con productos y servicios que cumplen exigencias técnicas, que se encuentran determinadas por normas de carácter internacional.

EXIGENCIAS TÉCNICAS:

Si	13	35,1%
No	24	64,9%
NS/NC	-	-
TOTAL	37	100,0%

El 48,6% de estas empresas tienen organizados sus procedimientos de trabajo en documentación escrita que comprende en la mayoría de las empresas procedimientos generales y manuales de calidad.

A estas empresas sus clientes no piden que estén certificadas. Aún así las propias empresas, un 25% consideran que es conveniente y un 14,3% que es necesario, pero en mayor porcentaje casi el 30% piensan que es innecesaria la certificación.

CERTIFICACIÓN PEDIDA POR CLIENTES:

Si	9	24,3%
No	28	75,7%
NS/NC	-	-

LAS EMPRESAS LO CREEN:

Necesario	4	14,3%
Conveniente	7	25,0%
Innecesario	8	28,6%

NS/NC	9	32,1%
-------	---	-------

En consecuencia, sólo un 8% de dichas empresas están certificadas, siendo respecto a la norma ISO-9001 y 9003, y el 64,9% de las empresas no tienen intención de certificarse.

CERTIFICACIÓN DE EMPRESAS:

Empresas certificadas	3	8,1%
Emp. en proceso de certificación	4	10,8%
Empresas pensando en ello	3	8,1%
Emp. que no tienen intención	24	64,9%
NS/NC	3	8,1%

9.3. Conclusiones sobre acciones formativas en la C.A.V.

Analizar las necesidades de las empresas de la Comunidad Autónoma Valenciana conduce a definir y diseñar las acciones formativas en el ámbito del Aseguramiento de la Calidad.

Con estas acciones formativas se pretende que tanto los clientes como las propias empresas se conciencen de la importancia de la calidad, como un factor determinante en la competitividad de las empresas en los mercados. Sobre todo, en las PYMES que consideran que introducir controles e inspecciones en sus productos aumentarían sus costes y no les proporcionaría ninguna ventaja práctica.

El objetivo es presentar las ventajas competitivas de una gestión basada en una estrategia de calidad, inculcando las técnicas para implantar Sistemas de Aseguramiento de Calidad.

Después de estudiar detenidamente las singularidades de cada sector podemos distinguir las acciones formativas en tres grupos:

1. Un curso de formación genérico dirigido a los siguientes sectores:

- Muebles
- Juegos y Juguetes
- Calzado y Cuero
- Textil y Confección
- Piedra, Arcilla y Hormigón

Se tratan de sectores industriales de transformación y tienen características similares, no es necesario ni conveniente realizar un curso para cada sector, las técnicas de calidad que deben aplicar a sus productos y bienes producidos no precisan distinguir especialidades.

2. Tres cursos de formación específicos destinados a los sectores de:

- Alimentación
- Hostelería
- Construcción

Son sectores que están interesados en formar a sus directivos y técnicos en calidad, encontrándose con grandes dificultades de formación en su localidad.

Entre su documentación escrita cuentan con manuales de calidad, dándonos a entender la importancia que dan a la calidad los productos.

El sector de Hostelería presta servicios mientras que el resto de los sectores producen

bienes tangibles, y las técnicas y métodos de Aseguramiento de la Calidad deben ser diferentes.

El sector Hostelero tiene un importante número de consumidores individuales como clientes, motivo para hacer hincapié en materia de Recursos Humanos, propiciando procesos orientados al cliente y al mercado.

3. Además, y aunque no se ha tratado en este informe de manera exhaustiva el sector Servicios (Administraciones Públicas, Comercio, Instituciones Financieras y bancarias..) consideramos adecuado y conveniente establecer y diseñar un curso de formación para este sector que representa, aproximadamente, el 60% del PIB de la región (esto da idea que la estructura económica de la Comunidad Autónoma Valenciana está terciarizada).

El sector Servicios ha estabilizado su participación en la producción en los últimos años, debido entre otras razones al crecimiento del PIB industrial y de la Construcción.

En conclusión, los cursos de formación que propugnamos para la C.A.V. son:

1. Curso de Aseguramiento de la Calidad para PYMES industriales.
2. Curso de Aseguramiento de la Calidad para PYMES de servicios.
3. Curso de Aseguramiento de la Calidad para HOSTELERIA.
4. Curso de Aseguramiento de la Calidad para empresas CONSTRUCTORAS.
5. Curso de Aseguramiento de la Calidad para empresas AGROALIMENTARIAS.

10. CONCLUSIONES

10. CONCLUSIONES

El presente capítulo es exactamente el mismo para los estudios sobre "Análisis de Necesidades y diseño de Acciones formativas en el ámbito del Aseguramiento de la Calidad en las Comunidades Autónomas Valenciana y de Castilla La Mancha", ha sido realizado conjuntamente por los equipos que realizaron los dos estudios anteriores.

Su objetivo es analizar las conclusiones de cada Comunidad (en cuanto a tipo de cursos a desarrollar) y concretar las posibilidades de extrapolación a nivel nacional.

De acuerdo con la Introducción del estudio correspondiente a la Comunidad Valenciana, parece lógico en principio encuadrar las C.C.A.A. en cuatro clases, en función de su desarrollo industrial.

Las cuatro clases podrían ser las siguientes:

1. Comunidades con alto grado de desarrollo industrial:

- País Vasco
- Cataluña
- Madrid

2. Comunidades con nivel medio de desarrollo:

- Valencia
- Murcia
- La Rioja
- Navarra
- Aragón

- Baleares
- Cantabria

3. Comunidades con bajo nivel de desarrollo:

- Castilla La Mancha
- Extremadura
- Andalucía
- Galicia

4. Comunidades con características específicas:

- Asturias
- Canarias

Se han analizado dos Comunidades Autónomas, sectorizando las necesidades de formación en materia de calidad, llegándose a definir en el próximo capítulo los PROGRAMAS DETALLADOS POR SECTORES.

El objetivo de este capítulo es opinar sobre:

- Si los programas son de ámbito nacional o no.
- Si es necesario realizar estudios de más C.C.A.A., a fin de tener todos los cursos que demanda el total nacional.

10.1. Castilla La Mancha

Los sectores analizados han sido:

- Alimentación, Bebidas y Tabacos.
- Textiles, Cuero y Confección.
- Productos metálicos y Maquinaria eléctrica.
- Minerales no metálicos.
- Productos químicos.
- Construcción y Obras.
- Hostelería y Restauración.
- Transporte y Comunicaciones
- Instituciones Financieras.

Los programas de formación a desarrollar consistirán en sectorizar la formación en materia de Aseguramiento y Gestión de la Calidad, a fin de dotar del máximo de especificidad a los mismos.

Los cursos específicos seleccionados para la Comunidad son:

- Curso de Aseguramiento de la Calidad para TALLERES DE TRANSFORMACIÓN.
- Curso de Aseguramiento de la Calidad para empresas CONSTRUCTORAS.
- Curso de Aseguramiento de la Calidad para empresas AGROALIMENTARIAS.

Así mismo se recomienda que existan dos cursos genéricos en materia de Aseguramiento de Calidad:

- Curso de Aseguramiento de Calidad para PYMES industriales.
- Curso de Aseguramiento de Calidad para PYMES de servicios.

Siendo el objetivo de estos últimos cursos, cubrir las necesidades puntuales para PYMES que no estén encuadradas en los sectores específicos anteriores.

10.2. Comunidad Valenciana

Los sectores analizados han sido:

- Muebles.
- Equipos de Transporte.
- Juegos y Juguetes.
- Piedra, Arcilla y Hormigón.
- Textil y Confección.
- Calzado y Cuero.
- Alimentación.
- Construcción.
- Hostelería.
- Servicios de Transporte.
- Mayoristas.

Los cursos de formación, sobre los que se desarrollaran los programas correspondientes, seleccionados para la Comunidad son:

- Curso de Aseguramiento d la Calidad para HOSTELERÍA.
- Curso de Aseguramiento de la Calidad para empresas CONSTRUCTORAS.
- Curso de Aseguramiento de la Calidad para empresas AGROALIMENTARIAS.

Y análogamente a lo establecido en Castilla- La Mancha se plantea como aconsejable que existan dos cursos de Aseguramiento de la Calidad, no específicos para ningún subsector, el primero específico para PYMES industriales y el segundo para Pymes de servicios.

10.3. Extraplación al Total Nacional

Si analizamos el conjunto de los estudios desde el punto de vista de sectores en ellos incluidos, hemos de concluir que están representados la práctica totalidad de las PYMES españolas.

No parece oportuno desde este punto de vista analizar más Comunidades Autónomas, dado que probablemente no aportarán ningún nuevo sector.

Dado que la tecnología, recursos humanos, inversiones etc..., de las PYMES, una vez sectorializadas éstas no presentan diferencias significativas, por pertenecer a cualquier Comunidad Autónoma, parece lógico concluir que los cursos han de ser diseñados para tener **ÁMBITO NACIONAL**, es decir, aunque las necesidades en cuanto al número de cursos sean mayores en unas Comunidades que en otras, los cursos han

de ser básicamente los mismos en cuanto a sus contenidos.

Entendemos que con el conjunto de programas que se plantean (y desarrollan en el siguiente capítulo) se cubren más del 70% de las necesidades nacionales.

En el caso de tener que realizarse un curso especialmente adaptado para un sector, no contemplado en los presentes estudios, se tomará como base los programas genéricos para PYMES industriales o de servicios.

II. ACCIONES FORMATIVAS A DESARROLLAR.

11. ACCIONES DE FORMACIÓN

11.1. Preámbulo

Los cursos de formación planteados en capítulos anteriores en materia de Aseguramiento de Calidad se clasifican en:

1. Cursos Generales comunes para ambas CC.AA.:
 - Curso de Aseguramiento de la Calidad para PYMES industriales
 - Curso de Aseguramiento de la Calidad para PYMES de servicios
2. Cursos específicos para Castilla-La Mancha:
 - Curso de Aseguramiento de la Calidad para talleres de transformación
 - Curso de Aseguramiento de la Calidad para empresas constructoras
 - Curso de Aseguramiento de la Calidad para empresas agroalimentarias
3. Cursos específicos para la CAV:
 - Curso de Aseguramiento de la Calidad para hostelería
 - Curso de Aseguramiento de la Calidad para empresas constructoras
 - Curso de Aseguramiento de la Calidad para empresas agroalimentarias

Finalmente, los programas de formación necesarios a desarrollar a nivel nacional se engloban de la siguiente manera, de acuerdo con las conclusiones del capítulo 10.

1. Curso de Gestión de Calidad en empresas industriales
2. Curso de Gestión de Calidad en empresas de servicios
3. Curso de Calidad en la industria turística
4. Curso de Calidad en la industria agroalimentaria
5. Curso de Calidad en la industria de la construcción
6. Curso de Calidad en talleres de transformación

En este capítulo se incluyen los programas detallados de cada uno de los cursos de Aseguramiento de la Calidad, a nivel nacional, y no solo los correspondientes a la CAV.

Los cursos se integran dentro de la línea de cursos de Gestión Industrial FSE-EOI, con las características de duración y contenidos de formación que se detallan a continuación.

11.2. Programas detallados de las acciones

Siguiendo la tónica de las acciones que están demostrando más éxito en la realidad del entorno español actual, se proponen acciones del tipo formación-acción, con una parte dedicada a enseñanza teórico-práctica en aula, complementada por un proyecto ideado y desarrollado para ser puesto en práctica, analizado y evaluado según este criterio básico de su operatividad real.

Dado que las deficiencias en la formación y las carencias en la oferta afectan tanto a la formación gerencial y personal, como a los conocimientos y técnicas de calidad, y dado que la calidad, en su aplicación práctica, debe entenderse como una estrategia empresarial de diferenciación y de racionalización de los procesos de gestión, los cursos que se proponen a continuación cubren estos dos tipos de necesidades mediante una estructura de tres módulos, uno dedicado al Desarrollo personal, uno segundo que cubre los aspectos gerenciales de Empresa y los concretos de la Especialidad a la que se destine el curso, y el tercero que cubre el Desarrollo de los proyectos.

Para poder transmitir y practicar con la suficiente profundidad todos los conceptos y técnicas de estos cursos, y complementarlos con la realización de un proyecto de empresa, se ha previsto una duración de 500 horas para cada uno de estos cursos.

A continuación se exponen los cursos que satisfarían estas necesidades, con una breve descripción de sus objetivos, programa de los módulos lectivos y del proyecto, y contenidos de las materias, con más énfasis en los módulos de conocimientos específicos y de proyecto de cada curso.

11.2.1. Curso de Gestión de la Calidad en Empresas Industriales

**** Objetivos generales***

Este curso pretende:

- Reorientar a los titulados universitarios españoles hacia las características que en estos momentos y para los próximos años están demandando las empresas españolas, que requieren profesionales con una visión global e integrada de la gestión de la empresa industrial.
- Proporcionar a los participantes la preparación teórica y práctica adecuada para poder establecer, desarrollar y gestionar un sistema de gestión de la calidad en sus propias empresas, o para ser capaces actuar como consultores, asesorando en estas tareas a otras empresas industriales, especialmente a PYMES.
- Elaborar un proyecto o plan de sistema de calidad, bien para la empresa que se va a establecer o desarrollar, bien para una empresa existente que desee implantar un sistema de garantía de calidad o de calidad total dentro de los sectores de empresas industriales

**** Descripción del programa y de los proyectos***

El curso consta de tres módulos principales, de Desarrollo Personal, de Empresa / Especialidad y de Desarrollo de Proyectos. Las características de estos módulos son:

- **Módulo de Desarrollo personal**: Está dedicado a transmitir y practicar técnicas y habilidades necesarias para el desempeño personal en el mundo profesional y empresarial. Una parte de este módulo se destinará a facilitar el diagnóstico de las propias fortalezas y debilidades como empresarios y profesionales, y a la simulación de situaciones en que los participantes se entrenen para reforzar sus fortalezas y atenuar sus debilidades.

- Módulo de Empresa / Especialidad: Este módulo se propone transmitir y practicar dos áreas de conocimientos complementarios para la gestión de empresa:

De un lado, aquellos aspectos de gestión empresarial cuya comprensión y manejo adecuados son precisos para el ejercicio como gestor y para la comprensión de la empresa en su conjunto.

De otro lado los principios de la gestión de calidad, las políticas para el despliegue de un sistema de calidad y las técnicas y herramientas específicas que facilitan su implantación y desarrollo. En los puntos en que resulte adecuado, este módulo se centrará específicamente de las técnicas aplicables a empresas industriales.

- Módulo de Desarrollo de Proyectos: Se puede orientar a la realización de proyectos de uno de estos dos tipos:

Elaboración de programas globales o parciales de implantación y despliegue de sistemas de garantía o de gestión de calidad para casos concretos y reales de empresas, o

Elaboración de proyectos empresariales en el ámbito de la consultoría de calidad

Estos proyectos serán elaborados por los participantes en los cursos, agrupados en equipos de trabajo, dirigidos por un tutor especializado.

* Contenidos de los módulos y distribución de las horas de formación

A continuación se señalan los contenidos propuestos para el curso, junto con la estimación del reparto de las 500 horas propuestas para el mismo.

	<u>% del total</u>	<u>Nº de horas</u>
<u>Módulo de Desarrollo Personal</u>	14	72
Orientación profesional		16
Informática personal		32
Técnicas de Dirección		24
<u>Módulo de Empresa / Especialidad</u>	46	228
Política de empresa		8
Recursos humanos		14
Marketing y Comercial		28
Logística y Operaciones		16
Finanzas		28
Creación de empresas. Derecho mercantil y fiscal		20
Visitas a empresas con sistema de calidad implantado		14
Gestión de calidad		100
<u>Módulo de Desarrollo de Proyectos</u>	40	200
Metodología de Proyectos		25
Desarrollo Tutorizado de Proyectos		150
Presentación de Proyectos		25
<u>TOTALES</u>	<u>100</u>	<u>500</u>

* Desarrollo detallado de los módulos del curso

Módulo lectivo:

Objetivos

Transmitir y practicar los conocimientos actuales relativos a los principios de la gestión de calidad, las políticas para el despliegue de un sistema de calidad y las técnicas y herramientas específicas que facilitan su implantación y desarrollo.

Estos conocimientos se orientarán de modo que resulten de fácil aplicación a las PYMES, en especial en lo relativo a las políticas para el despliegue de un sistema de calidad.

El módulo se orientará, en los capítulos en que resulte conveniente, hacia los sistemas aplicables a empresas industriales.

Estos conocimientos y técnicas facilitarán el diseño de proyectos, a través de los cuales se podrán implantar sistemas de gestión de calidad o crear empresas de consultoría en este campo.

** Contenidos y distribución de las horas de formación*

1. Módulo de desarrollo personal *72 horas*

ORIENTACIÓN PROFESIONAL **16 horas**

Autoanálisis de intereses y capacidades

Imagen de la propia capacidad

Análisis evolutivo

Factores más valorados en un puesto

Imagen del puesto ideal

Contraste entre la imagen y la realidad

Abanico de intereses profesionales

Desarrollo de la propia carrera profesional

Aplicación del concepto de ancla de carrera

Evaluación del esfuerzo de desarrollo

Análisis coste beneficio

Evaluación de ofertas

Análisis de la situación económica

Análisis de la situación evolutiva

Análisis de la cultura de empresa

INFORMÁTICA PERSONAL **32 horas**

Conceptos básicos

Elementos de un ordenador

Dispositivos de almacenamiento permanente

Dispositivos de almacenamiento transitorio

Periféricos más usuales

Comunicación entre ordenadores

Gestión del espacio de almacenamiento

Optimización del espacio

Estructura de directivos y ficheros

Gestión de archivos informatizados

Seguridad de los datos

Confidencialidad

Seguridad frente a pérdida accidental de datos

Seguridad frente a virus

Descripción y uso de las principales herramientas ofimáticas

Entornos gráficos: Windows

Procesadores de textos

Hojas de cálculo

Paquetes para presentaciones y diseño gráfico

Bases de datos

Correo electrónico y fax

Paquetes integrados

TÉCNICAS DE DIRECCIÓN

24 horas

Técnicas de presentación

Preparación de contenidos

Elementos logísticos

Utilización de elementos audiovisuales

Participación de los asistentes

Técnicas de comunicación

Análisis transaccional

Conductas verbales y comunicación no verbal

Programación neurolingüística

2.a.Módulo de Empresa

228 horas

POLÍTICA DE EMPRESA

8 horas

Análisis sectorial

Estrategias competitivas genéricas

La cartera de productos

Análisis estratégico de costes

La estructura organizativa

RECURSOS HUMANOS

14 horas

Diseño de los procesos básicos para el negocio

Estructura / Procesos / distribución de tareas

Análisis de la gestión de recursos en la nueva empresa

Planificación de recursos humanos

Descripción y valoración de puestos de trabajo

Su utilidad en planificación y en política de retribuciones

Evaluación del rendimiento

Análisis de saturación de puestos

Criterios y técnicas de selección

Sus efectos en futuro de la empresa

Efectos secundarios de la utilización de técnicas

El futuro: Los problemas del tamaño crítico

Conceptos básicos de Derecho Laboral y Seguridad Social

MARKETING Y COMERCIAL

28 horas

Conceptos comerciales

Estrategia de empresa

Elementos del marketing mix

La función comercial y el marketing

El mercado

Segmentación e investigación de mercados

Labor comercial y maduración de mercados

La demanda. El consumidor. Análisis del cliente

Análisis de la competencia

Posicionamiento: segmentación y diferenciación

El producto

Decisiones de producto. gama de productos

Marcas y sus tipos

Política de productos y de marca

Proceso de desarrollo de producto

El precio

Decisiones de fijación de precios. Su análisis

El proceso de fijación de precios. Márgenes

La distribución

Tipos de canales de distribución

Sus características: margen, motivación, control, poder

Decisiones en política de distribución

Comunicación comercial

El proceso de decisión de compra

Publicidad. Relaciones públicas

Fuerza de ventas. Estilos de ventas. Promociones

El Plan Comercial

La exportación

Estrategias de salida

Los canales. Consorcio de exportación

FINANZAS

28 horas

Contabilidad

Principios contables

Conceptos básicos de contabilidad

Plan General de Contabilidad

Balance. Cuenta de pérdidas y ganancias

Análisis financiero

Ratios de control

Ciclo de maduración

Fondo de maniobra

Origen y aplicación de fondos

Inversiones

Payback actualizado

TIR y VAN

Retorno de la inversión

Contabilidad de costes

Control de gestión

Conceptos de control presupuestario

Sistemas de previsión de ventas

Plan de tesorería

LOGÍSTICA Y OPERACIONES

16 horas

Logística integral

Alcance y objetivos

Planificación flexible

Compras y aprovisionamientos

Gestión de compras

Selección de proveedores y negociación con los mismos

Coste integral de aprovisionamientos

Relación con el M R P

Gestión de materiales

Lotes y momento de compra

Gestión con inventarios mínimos

Gestión "JustinTime"

Distribución

Políticas de distribución

Centralización vs cercanía al cliente

Política de entregas y reposiciones

Estrategia de operaciones

Modelos de planificación

Métodos de análisis

Control de las fases de producción

Preparación del trabajo

Programación

Lanzamiento y seguimiento

Departamentos de apoyo a la producción

Gestión de la producción. Factores críticos

Producción en serie

Producción por procesos continuos

Producción bajo proyecto

Formas jurídico mercantiles de empresa

Empresa individual

Agrupaciones sin personalidad jurídica

Sociedad Comanditaria, Anónima o Limitada

Sociedad Anónima Laboral y Cooperativa

El profesional libre. Formas organizativas

Profesional independiente

Despachos colectivos

Sociedades de profesionales

Cuestiones básicas del inicio de actividad

Elección de la forma jurídico mercantil

Declaraciones censales

Alta en el I A E

Otras gestiones previas

Calendario y gastos de constitución

Fiscalidad de la fase operativa de la actividad

El impuesto sobre el valor añadido

Facturación del I V A

I R P F. Retención a cuenta

Seguridad Social y retenciones

Fiscalidad de resultados

Fiscalidad de personas físicas y de sociedades

Tributación por I R P F. Distintos tipos

La afectación de bienes a la actividad

Tributación por impuestos sobre Sociedades Anónimas

Tributación de la Sociedad versus los socios

Transparencia fiscal

2.b. Módulo de especialidad. La gestión de calidad

100 horas

LA CALIDAD TOTAL

15 horas

La calidad

Su significado, su evolución, sus principios

La calidad como función gerencial estratégica

La estructura de la organización de la calidad

Culturas organizativas, su ventajas e inconvenientes

Dirección para la gestión de calidad

Implantación de una mentalidad de calidad

DESPLIEGUE DE POLÍTICAS DE CALIDAD

15 horas

El cliente, fundamento de la empresa

Satisfacción del cliente

Fidelidad del cliente

Marketing relacional

La voz del cliente

Su importancia en el desarrollo de nuevos productos y servicios

La carta de la calidad (Q F D)

Niveles de aplicación del Q F D

Políticas y objetivos de una organización

Puntos clave

El plan de calidad

Mejora planificada de procesos

Grupos de mejora

TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS Y MEJORA

45 horas

Control estadístico de procesos

Sus fundamentos

Capacidad del proceso

Estabilidad y control del proceso

Análisis de varianza

Análisis y mejora de procesos

Formación de grupos de trabajo

Desarrollo de grupos de trabajo

Estudio sistemático de los procesos

Alternativas de mejora

Análisis de problemas dentro de los procesos

Eliminación de problemas

Indicadores de mejora

Costes de calidad

Calidad del producto y del proceso

Costes de gestión de la calidad y costes de mala calidad

Reducción de las causas de costes

Programa de gestión de los costes de calidad

Análisis modal de fallos y efectos

Análisis inicial

Estudio de causas de fallos

Diseño de alternativas

Análisis de funciones

Definición del árbol y jerarquía de funciones

Cuadro de funciones / costes

Sistemática de toma de decisiones

Benchmarking

Características de la estrategia de benchmarking

Creación del equipo de benchmarking

Análisis de situación. Elección del proceso crítico

Búsqueda y elección del modelo

Contactos, entrevistas y visita al modelo

Estudio de resultados

Elaboración del plan de mejora del proceso

SISTEMAS DE CALIDAD

25 horas

Reconocimiento de sistemas de gestión de la calidad

Normativa europea y española

Serie de normas EN / ISO 9000

Sistemas de calidad para la empresa

Manual de calidad, procedimientos e instrucciones

Gestión de un sistema de la calidad

Proceso de certificación de empresa

Auditorías de calidad

Guías para la auditoría

Preparación, realización e informe de la auditoría

3. Desarrollo de proyectos

*** Características de la elaboración de proyectos**

Los participantes elaborarán y desarrollarán de forma ordenada un proyecto de gestión de la calidad empresarial, incluyendo su viabilidad, es decir acompañado de su impacto económico.

Estos proyectos podrán realizarse en equipo o de forma individual, siguiendo un programa de trabajo predefinido, y estarán dirigidos por un profesor tutor.

Los proyectos se presentarán públicamente ante diversos interesados y/o posibles inversores.

Tipos de proyecto a realizar:

Manual y procedimientos de calidad para una empresa de tamaño mediano

Manual y procedimientos de calidad para una empresa de tamaño pequeño

Calendario de implantación de un sistema de calidad para una PYME

Plan de certificación de empresa para una PYME del sector industrial

Creación de una empresa de consultoría en el campo de la calidad orientada, bien hacia la ayuda a la certificación, bien a la asesoría para la mejora de procesos y resultados

11.2.2. Curso de Gestión de la Calidad en Empresas de Servicios

*** Objetivos generales**

Este curso pretende:

- Reorientar a los titulados universitarios españoles hacia las características que en estos momentos y para los próximos años están demandando las empresas españolas, que requieren profesionales con una visión global e integrada de la gestión de la empresa industrial.
- Proporcionar a los participantes la preparación teórica y práctica adecuada para poder establecer, desarrollar y gestionar un sistema de gestión de la calidad en sus propias empresas, o para ser capaces actuar como consultores, asesorando en estas tareas a otras empresas de servicios, especialmente a PYMES.
- Elaborar un proyecto o plan de sistema de calidad, bien para la empresa que se va a establecer o desarrollar, bien para una empresa existente que desee implantar un sistema de garantía de calidad o de calidad total. dentro de los sectores de empresas de servicios

*** Descripción del programa y de los proyectos**

El curso consta de tres módulos principales, de Desarrollo Personal, de Empresa / Especialidad y de Desarrollo de Proyectos. Las características de estos módulos son:

- Módulo de Desarrollo personal: Está dedicado a transmitir y practicar técnicas y habilidades necesarias para el desempeño personal en el mundo profesional y empresarial. Una parte de este módulo se destinará a facilitar el diagnóstico de las propias fortalezas y debilidades como empresarios y profesionales, y a la simulación de situaciones en que los participantes se entrenen para reforzar sus fortalezas y atenuar sus debilidades.

- Módulo de Empresa / Especialidad: Este módulo se propone transmitir y practicar dos áreas de conocimientos complementarios para la gestión de empresa:

De un lado, aquellos aspectos de gestión empresarial cuya comprensión y manejo adecuados son precisos para el ejercicio como gestor y para la comprensión de la empresa en su conjunto.

De otro lado los principios de la gestión de calidad, las políticas para el despliegue de un sistema de calidad y las técnicas y herramientas específicas que facilitan su implantación y desarrollo. En los puntos en que resulte adecuado, este módulo se centrará específicamente de las técnicas aplicables a empresas de servicios.

- Módulo de Desarrollo de Proyectos: Se puede orientar a la realización de proyectos de uno de estos dos tipos:

Elaboración de programas globales o parciales de implantación y despliegue de sistemas de garantía o de gestión de calidad para casos concretos y reales de empresas, o

Elaboración de proyectos empresariales en el ámbito de la consultoría de calidad

Estos proyectos serán elaborados por los participantes en los cursos, agrupados en equipos de trabajo, dirigidos por un tutor especializado.

* Contenidos de los módulos y distribución de las horas de formación

A continuación se señalan los contenidos propuestos para el curso, junto con la estimación del reparto de las 500 horas propuestas para el mismo.

	<u>% del total</u>	<u>Nº de horas</u>
<u>Módulo de Desarrollo Personal</u>	14	72
Orientación profesional		16
Informática personal		32
Técnicas de Dirección		24
<u>Módulo de Empresa / Especialidad</u>	46	228
Política de empresa		8
Recursos humanos		14
Marketing y Comercial		28
Logística y Operaciones		16
Finanzas		28
Creación de empresas. Derecho mercantil y fiscal		20
Visitas a empresas con sistema de calidad implantado		14
Gestión de calidad		100
<u>Módulo de Desarrollo de Proyectos</u>	40	200
Metodología de Proyectos		25
Desarrollo Tutorizado de Proyectos		150
Presentación de Proyectos		25
<u>T O T A L E S</u>	<u>100</u>	<u>500</u>

* Desarrollo detallado de los módulos del curso

Módulo lectivo:

Objetivos

Transmitir y practicar los conocimientos actuales relativos a los principios de la gestión de calidad, las políticas para el despliegue de un sistema de calidad y las técnicas y herramientas específicas que facilitan su implantación y desarrollo.

Estos conocimientos se orientarán de modo que resulten de fácil aplicación a las PYMES, en especial en lo relativo a las políticas para el despliegue de un sistema de calidad.

El módulo se orientará, en los capítulos en que resulte conveniente, hacia los sistemas aplicables a empresas de servicios.

Estos conocimientos y técnicas facilitarán el diseño de proyectos, a través de los cuales se podrán implantar sistemas de gestión de calidad o crear empresas de consultoría en este campo.

*** Contenidos y distribución de las horas de formación**

I. Módulo de desarrollo personal

72 horas

ORIENTACIÓN PROFESIONAL

16 horas

Autoanálisis de intereses y capacidades

Imagen de la propia capacidad

Análisis evolutivo

Factores más valorados en un puesto

Imagen del puesto ideal

Contraste entre la imagen y la realidad

Abanico de intereses profesionales

Desarrollo de la propia carrera profesional

Aplicación del concepto de ancla de carrera

Evaluación del esfuerzo de desarrollo

Análisis coste - beneficio

Evaluación de ofertas

Análisis de la situación económica

Análisis de la situación evolutiva

Análisis de la cultura de empresa

Conceptos básicos

Elementos de un ordenador

Dispositivos de almacenamiento permanente

Dispositivos de almacenamiento transitorio

Periféricos más usuales

Comunicación entre ordenadores

Gestión del espacio de almacenamiento

Optimización del espacio

Estructura de directivos y ficheros

Gestión de archivos informatizados

Seguridad de los datos

Confidencialidad

Seguridad frente a pérdida accidental de datos

Seguridad frente a virus

Descripción y uso de las principales herramientas ofimáticas

Entornos gráficos: Windows

Procesadores de textos

Hojas de cálculo

Paquetes para presentaciones y diseño gráfico

Bases de datos

Correo electrónico y fax

Paquetes integrados

TÉCNICAS DE DIRECCIÓN

24 horas

Técnicas de presentación

Preparación de contenidos

Elementos logísticos

Utilización de elementos audiovisuales

Participación de los asistentes

Técnicas de comunicación

Análisis transaccional

Conductas verbales y comunicación no verbal

Programación neurolingüística

2.a.Módulo de Empresa

228 horas

POLÍTICA DE EMPRESA

8 horas

Análisis sectorial

Estrategias competitivas genéricas

La cartera de productos

Análisis estratégico de costes

La estructura organizativa

RECURSOS HUMANOS

14 horas

Diseño de los procesos básicos para el negocio

Estructura / Procesos / distribución de tareas

Análisis de la gestión de recursos en la nueva empresa

Planificación de recursos humanos

Descripción y valoración de puestos de trabajo

Su utilidad en planificación y en política de retribuciones

Evaluación del rendimiento

Análisis de saturación de puestos

Criterios y técnicas de selección

Sus efectos en futuro de la empresa

Efectos secundarios de la utilización de técnicas

El futuro: Los problemas del tamaño crítico

Conceptos básicos de Derecho Laboral y Seguridad Social

MARKETING Y COMERCIAL

28 horas

Conceptos comerciales

Estrategia de empresa

Elementos del marketing mix

La función comercial y el marketing

El mercado

Segmentación e investigación de mercados

Labor comercial y maduración de mercados

La demanda. El consumidor. Análisis del cliente

Análisis de la competencia

Posicionamiento: segmentación y diferenciación

El producto

Decisiones de producto. gama de productos

Marcas y sus tipos

Política de productos y de marca

Proceso de desarrollo de producto

El precio

Decisiones de fijación de precios. Su análisis

El proceso de fijación de precios. Márgenes

La distribución

Tipos de canales de distribución

Sus características: margen, motivación, control, poder

Decisiones en política de distribución

Comunicación comercial

El proceso de decisión de compra

Publicidad. Relaciones públicas

Fuerza de ventas. Estilos de ventas. Promociones

El Plan Comercial

La exportación

Estrategias de salida

Los canales. Consorcio de exportación

FINANZAS

28 horas

Contabilidad

Principios contables

Conceptos básicos de contabilidad

Plan General de Contabilidad

Balance. Cuenta de pérdidas y ganancias

Análisis financiero

Ratios de control

Ciclo de maduración

Fondo de maniobra

Origen y aplicación de fondos

Inversiones

Payback actualizado

TIR y VAN

Retorno de la inversión

Contabilidad de costes

Control de gestión

Conceptos de control presupuestario

Sistemas de previsión de ventas

Plan de tesorería

LOGÍSTICA Y OPERACIONES

16 horas

Logística integral

Alcance y objetivos

Planificación flexible

Compras y aprovisionamientos

Gestión de compras

Selección de proveedores y negociación con los mismos

Coste integral de aprovisionamientos

Relación con el M R P

Gestión de materiales

Lotes y momento de compra

Gestión con inventarios mínimos

Gestión "JustinTime"

Distribución

Políticas de distribución

Centralización vs cercanía al cliente

Política de entregas y reposiciones

Estrategia de operaciones

Modelos de planificación

Métodos de análisis

Control de las fases de producción

Preparación del trabajo

Programación

Lanzamiento y seguimiento

Departamentos de apoyo a la producción

Gestión de la producción. Factores críticos

Producción en serie

Producción por procesos continuos

Producción bajo proyecto

Formas jurídicomercantiles de empresa

Empresa individual

Agrupaciones sin personalidad jurídica

Sociedad Comanditaria, Anónima o Limitada

Sociedad Anónima Laboral y Cooperativa

El profesional libre. Formas organizativas

Profesional independiente

Despachos colectivos

Sociedades de profesionales

Cuestiones básicas del inicio de actividad

Elección de la forma jurídicomercantil

Declaraciones censales

Alta en el I A E

Otras gestiones previas

Calendario y gastos de constitución

Fiscalidad de la fase operativa de la actividad

El impuesto sobre el valor añadido

Facturación del I V A

I R P F. Retención a cuenta

Seguridad Social y retenciones

Fiscalidad de resultados

Fiscalidad de personas físicas y de sociedades

Tributación por I R P F. Distintos tipos

La afectación de bienes a la actividad

Tributación por impuestos sobre Sociedades Anónimas

Tributación de la Sociedad versus los socios

Transparencia fiscal

2.b. Módulo de especialidad. La gestión de calidad
horas

100

LA CALIDAD TOTAL

15 horas

La calidad

Su significado, su evolución, sus principios

La calidad como función gerencial estratégica

La estructura de la organización de la calidad

Culturas organizativas, su ventajas e inconvenientes

Dirección para la gestión de calidad

Implantación de una mentalidad de calidad

DESPLIEGUE DE POLÍTICAS DE CALIDAD

25 horas

El cliente, fundamento de la empresa

Satisfacción del cliente

Fidelidad del cliente

Marketing relacional

Técnicas cualitativas de marketing

Técnicas cuantitativas de marketing

La voz del cliente

Su importancia en el desarrollo de nuevos servicios

La carta de la calidad (QFD)

Niveles de aplicación del QFD

Políticas y objetivos de una organización

Puntos clave

El plan de calidad

Mejora planificada de procesos

Grupos de mejora

TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS Y MEJORA

35 horas

Control estadístico de procesos

Sus fundamentos

Capacidad y estabilidad del proceso

Análisis y mejora de procesos

Formación de grupos de trabajo

Desarrollo de grupos de trabajo

Estudio sistemático de los procesos

Alternativas de mejora

Análisis de problemas dentro de los procesos

Eliminación de problemas

Indicadores de mejora

Costes de calidad

Calidad del producto y del proceso

Costes de gestión de la calidad y costes de mala calidad

Reducción de las causas de costes

Programa de gestión de los costes de calidad

Análisis modal de fallos y efectos

Análisis inicial

Estudio de causas de fallos

Diseño de alternativas

Benchmarking

Características de la estrategia de benchamrking .

Creación del equipo de benchamrking

Análisis de situación. Elección del proceso crítico

Búsqueda y elección del modelo

Contactos, entrevistas y visita al modelo

Estudio de resultados

Elaboración del plan de mejora del proceso

SISTEMAS DE CALIDAD

25 horas

Reconocimiento de sistemas de gestión de la calidad

Normativa europea y española

Serie de normas EN / ISO 9000.

Norma ISO 9004, parte 2: "Guía de servicios"

Sistemas de calidad para la empresa

Manual de calidad, procedimientos e instrucciones

Gestión de un sistema de la calidad

Proceso de certificación de empresa

Auditorías de calidad

Guías para la auditoría

Preparación, realización e informe de la auditoría

3. Desarrollo de proyectos

*** Características de la elaboración de proyectos**

Los participantes elaborarán y desarrollarán de forma ordenada un proyecto de gestión de la calidad empresarial, incluyendo su viabilidad, es decir acompañado de su impacto económico.

Estos proyectos podrán realizarse en equipo o de forma individual, siguiendo un programa de trabajo predefinido, y estarán dirigidos por un profesor tutor.

Los proyectos se presentarán públicamente ante diversos interesados y/o posibles inversores.

Tipos de proyecto a realizar:

Manual y procedimientos de calidad para una empresa de tamaño mediano

Manual y procedimientos de calidad para una empresa de tamaño pequeño

Calendario de implantación de un sistema de calidad para una PYME

Plan de certificación de empresa para una PYME del sector de servicios

Creación de una empresa de consultoría en el campo de la calidad orientada, bien hacia la ayuda a la certificación, bien a la asesoría para la mejora de procesos y resultados

11.2.3. Curso de Calidad en la Industria Turística

*** Objetivos generales**

Este curso pretende:

- Reorientar a los titulados universitarios españoles hacia las características que en estos momentos y para los próximos años están demandando las empresas españolas, que requieren profesionales con una visión global e integrada de la gestión de la empresa.
- Proporcionar a los participantes la preparación teórica y práctica adecuada para poder establecer, desarrollar y gestionar un sistema de gestión de la calidad en empresas del sector del turismo, bien sean sus propias empresas, bien actúen como consultores, asesorando en estas tareas a otras empresas, especialmente a PYMES.
- Elaborar un proyecto o plan de sistema de calidad, bien para la empresa que se va a establecer o desarrollar, bien para una empresa existente que desee implantar un sistema de garantía de calidad o de calidad total.

*** Descripción del programa y de los proyectos**

El curso consta de tres módulos principales, de Desarrollo Personal, de Empresa/
/ Especialidad y de Desarrollo de Proyectos. Las características de estos módulos son:

- **Módulo de Desarrollo personal:** Está dedicado a transmitir y practicar técnicas y habilidades necesarias para el desempeño personal en el mundo profesional y empresarial. Una parte de este módulo se destinará a facilitar el diagnóstico de las propias fortalezas y debilidades como empresarios y profesionales, y a la simulación de situaciones en que los participantes se entrenen para reforzar sus fortalezas y atenuar sus debilidades.
- **Módulo de Empresa / Especialidad:** Este módulo se propone transmitir y practicar dos áreas de conocimientos complementarios para la gestión de empresa:

De un lado, aquellos aspectos de gestión empresarial cuya comprensión y manejo adecuados son precisos para el ejercicio como gestor y para la comprensión de la empresa en su conjunto.

De otro lado, los principios de la gestión de calidad, las políticas para el despliegue de un sistema de calidad y las técnicas y herramientas específicas que facilitan su implantación y desarrollo, todo ello orientado al sector de empresas de turismo. El módulo incluirá sistemas aplicables a empresas de este sector.

- **Módulo de Desarrollo de Proyectos:** Se puede orientar a la realización de proyectos de uno de estos dos tipos:

Elaboración de programas globales o parciales de implantación y despliegue de sistemas de garantía o de gestión de calidad para casos concretos y reales de empresas, o

Elaboración de proyectos empresariales en el ámbito de la consultoría de calidad

Estos proyectos serán elaborados por los participantes en los cursos, agrupados en equipos de trabajo, dirigidos por un tutor especializado.

* Contenidos de los módulos y distribución de las horas de formación

A continuación se señalan los contenidos propuestos para el curso, junto con la estimación del reparto de las 500 horas propuestas para el mismo.

	<u>% del total</u>	<u>Nº de horas</u>
<u>Módulo de Desarrollo Personal</u>	14	72
Orientación profesional		16
Informática personal		32
Técnicas de Dirección		24
<u>Módulo de Empresa / Especialidad</u>	46	228
Política de empresa		8
Recursos humanos		10
Marketing y Comercial		16
Logística y Operaciones		16
Finanzas		20
Creación de empresas. Derecho mercantil y fiscal		16
Visitas a empresas con sistema de calidad implantado		14
Características del sector turístico		38
Gestión de calidad		90
<u>Módulo de Desarrollo de Proyectos</u>	40	200
Metodología de Proyectos		25
Desarrollo Tutorizado de Proyectos		150
Presentación de Proyectos		25
<u>TOTALES</u>	<u>100</u>	<u>500</u>

*** Desarrollo detallado de los módulos de "Sistemas de Gestión de la Calidad"**

Módulo lectivo:

Objetivos

Transmitir y practicar los conocimientos actuales relativos a los principios de la gestión de calidad, las políticas para el despliegue de un sistema de calidad y las técnicas y herramientas concretas que facilitan su implantación y desarrollo es pecíficamente orientado al sector de empresas de turismo.

Estos conocimientos se orientarán de modo que resulten de fácil aplicación a las PYMES, en especial en lo relativo a las políticas para el despliegue de un sistema de calidad.

Estos conocimientos y técnicas facilitarán el diseño de proyectos, a través de los cuales se podrán implantar sistemas de gestión de calidad o crear empresas de consultoría en este campo.

*** Contenidos y distribución de las horas de formación**

1. Módulo de desarrollo personal ***72 horas***

ORIENTACIÓN PROFESIONAL **16 horas**

Autoanálisis de intereses y capacidades

Imagen de la propia capacidad

Análisis evolutivo

Factores más valorados en un puesto

Imagen del puesto ideal

Contraste entre la imagen y la realidad

Abanico de intereses profesionales

Desarrollo de la propia carrera profesional

Aplicación del concepto de ancla de carrera

Evaluación del esfuerzo de desarrollo

Análisis coste - beneficio

Evaluación de ofertas

Análisis de la situación económica

Análisis de la situación evolutiva

Análisis de la cultura de empresa

INFORMÁTICA PERSONAL

32 horas

Conceptos básicos

Elementos de un ordenador

Dispositivos de almacenamiento permanente

Dispositivos de almacenamiento transitorio

Periféricos más usuales

Comunicación entre ordenadores

Gestión del espacio de almacenamiento

Optimización del espacio

Estructura de directivos y ficheros

Gestión de archivos informatizados

Seguridad de los datos

Confidencialidad

Seguridad frente a pérdida accidental de datos

Seguridad frente a virus

Descripción y uso de las principales herramientas ofimáticas

Entornos gráficos: Windows

Procesadores de textos

Hojas de cálculo

Paquetes para presentaciones y diseño gráfico

Bases de datos

Correo electrónico y fax

Paquetes integrados

TÉCNICAS DE DIRECCIÓN

24 horas

Técnicas de presentación

Preparación de contenidos

Elementos logísticos

Utilización de elementos audiovisuales

Participación de los asistentes

Técnicas de comunicación

Análisis transaccional

Conductas verbales y comunicación no verbal

Programación neurolingüística

2a. Módulo de Empresa

228 horas

POLÍTICA DE EMPRESA

8 horas

Análisis sectorial

Estrategias competitivas genéricas

La cartera de productos

Análisis estratégico de costes

La estructura organizativa

RECURSOS HUMANOS

10 horas

Diseño de los procesos básicos para el negocio

Estructura / Procesos / distribución de tareas

Análisis de la gestión de recursos en la nueva empresa

Planificación de recursos humanos

Descripción y valoración de puestos de trabajo

Su utilidad en planificación y en política de retribuciones

Evaluación del rendimiento

Análisis de saturación de puestos

Criterios y técnicas de selección

Sus efectos en futuro de la empresa

Efectos secundarios de la utilización de técnicas

El futuro: Los problemas del tamaño crítico

Conceptos básicos de Derecho Laboral y Seguridad Social

MARKETING Y COMERCIAL

16 horas

Conceptos comerciales

Estrategia de empresa

Elementos del marketing mix

La función comercial y el marketing

El mercado

- Segmentación e investigación de mercados**
- Labor comercial y maduración de mercados**
- La demanda. El consumidor. Análisis del cliente**
- Análisis de la competencia**
- Posicionamiento: segmentación y diferenciación**

El producto

- Decisiones de producto. gama de productos**
- Marcas y sus tipos**
- Política de productos y de marca**
- Proceso de desarrollo de producto**

El precio

- Decisiones de fijación de precios. Su análisis**
- El proceso de fijación de precios. Márgenes**

La distribución

- Tipos de canales de distribución**
- Sus características: margen, motivación, control, poder**
- Decisiones en política de distribución**

Comunicación comercial

- El proceso de decisión de compra**
- Publicidad. Relaciones públicas**
- Fuerza de ventas. Estilos de ventas. Promociones**

El Plan Comercial

La exportación

- Estrategias de salida**
- Los canales. Consorcio de exportación**

FINANZAS

20 horas

Contabilidad

Principios contables

Conceptos básicos de contabilidad

Plan General de Contabilidad

Balance. Cuenta de pérdidas y ganancias

Análisis financiero

Ratios de control

Ciclo de maduración

Fondo de maniobra

Origen y aplicación de fondos

Inversiones

Payback actualizado

TIR y VAN

Retorno de la inversión

Contabilidad de costes

Control de gestión

Conceptos de control presupuestario

Sistemas de previsión de ventas

Plan de tesorería

LOGÍSTICA Y OPERACIONES

16 horas

Logística integral

Alcance y objetivos

Planificación flexible

Compras y aprovisionamientos

Gestión de compras

Selección de proveedores y negociación con los mismos

Coste integral de aprovisionamientos

Relación con el M R P

Gestión de materiales

Lotes y momento de compra

Gestión con inventarios mínimos

Gestión "JustinTime"

Distribución

Políticas de distribución

Centralización vs cercanía al cliente

Política de entregas y reposiciones

Estrategia de operaciones

Modelos de planificación

Métodos de análisis

Control de las fases de producción

Preparación del trabajo

Programación

Lanzamiento y seguimiento

Departamentos de apoyo a la producción

Gestión de la producción. Factores críticos

Producción en serie

Producción por procesos continuos

Producción bajo proyecto

Formas jurídicomercantiles de empresa

Empresa individual

Agrupaciones sin personalidad jurídica

Sociedad Comanditaria, Anónima o Limitada

Sociedad Anónima Laboral y Cooperativa

El profesional libre. Formas organizativas

Profesional independiente

Despachos colectivos

Sociedades de profesionales

Cuestiones básicas del inicio de actividad

Elección de la forma jurídicomercantil

Declaraciones censales

Alta en el I A E

Otras gestiones previas

Calendario y gastos de constitución

Fiscalidad de la fase operativa de la actividad

El impuesto sobre el valor añadido

Facturación del I V A

I R P F. Retención a cuenta

Seguridad Social y retenciones

Fiscalidad de resultados

Fiscalidad de personas físicas y de sociedades

Tributación por I R P F. Distintos tipos

La afectación de bienes a la actividad

Tributación por impuestos sobre Sociedades Anónimas

Tributación de la Sociedad versus los socios

Transparencia fiscal

CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR TURÍSTICO

38 horas

Mercados turísticos en relación al producto turístico

Necesidades a cubrir

Tipos de oferta en relación a objetivos

Tipos de oferta en relación a número

Necesidades de los clientes

Oferta territorial del espacio turístico

Características regionales

Segmentación del mercado

Tácticas de refuerzo de ofertas turísticas

Estructura de las empresas turísticas

Organización para el turismo continuo

Organización para el turismo de temporada

Especialización en el turismo masivo

Especialización en la oferta individualizada

2.b. Módulo de especialidad. Gestión de calidad en las empresas turísticas 90 horas

LA CALIDAD TOTAL

15 horas

La calidad

Su significado, su evolución, sus principios

La calidad como función gerencial estratégica

La estructura de la organización de la calidad

Culturas organizativas, su ventajas e inconvenientes

Dirección para la gestión de calidad

Implantación de una mentalidad de calidad

La importancia de las personas y de su preparación

Motivación del personal

DESPLIEGUE DE POLÍTICAS DE CALIDAD

15 horas

El cliente, fundamento de la empresa

Satisfacción del cliente

Fidelidad del cliente

Medidas de la satisfacción

Gestión de las medidas de satisfacción

La voz del cliente

Su importancia en el desarrollo de servicios

La carta de la calidad (QFD)

Políticas y objetivos de una organización

Puntos clave

El plan de calidad

Mejora planificada de procesos

Participación en grupos de mejora

Análisis y mejora de procesos

Formación y desarrollo de grupos de trabajo

Estudio sistemático de los procesos

Alternativas de mejora

Análisis de problemas dentro de los procesos

Eliminación de problemas

Indicadores de mejora

Costes de calidad

Calidad del proceso

Costes de mala calidad y costes sin valor añadido

Programa de gestión de los costes de calidad

Análisis modal de fallos y efectos

Análisis inicial

Estudio de causa de fallos

Diseño de alternativas

Benchmarking

Características de la estrategia de benchamrking

Creación del equipo de benchamrking

Análisis de situación. Elección del proceso crítico

Búsqueda y elección del modelo

Contactos, entrevistas y visita al modelo

Estudio de resultados

Elaboración del plan de mejora del proceso

Reconocimiento de sistemas de gestión de la calidad

Normativa europea y española

Serie de normas EN / ISO 9000

Norma ISO 9004, parte 2. "Guía de servicios"

Sistemas de calidad para la empresa de servicios

Manual de calidad, procedimientos e instrucciones

Gestión de un sistema de la calidad

Proceso de certificación de empresa

Auditorías de calidad

Guías para la auditoría

Preparación, realización e informe de la auditoría

*** Características de la elaboración de proyectos**

Los participantes elaborarán y desarrollarán de forma ordenada un proyecto de gestión de la calidad empresarial, incluyendo su viabilidad, es decir acompañado de su impacto económico.

Estos proyectos podrán realizarse en equipo o de forma individual, siguiendo un programa de trabajo predefinido, y estarán dirigidos por un profesor tutor.

Los proyectos se presentarán públicamente ante diversos interesados y/o posibles inversores.

Tipos de proyecto a realizar:

Manual y procedimientos de calidad para una empresa de hostelería

Manual y procedimientos de calidad para una cadena de restaurantes

Calendario de implantación de un sistema de calidad para una PYME

Plan de formación y motivación del personal para una empresa de ocio

Plan de certificación de empresa para una PYME del sector de servicios

Creación de una empresa de consultoría en el campo de la calidad orientada, bien hacia la ayuda a la certificación, bien a la asesoría para la mejora de procesos y resultados

11.2.4. Curso de Calidad en la Industria Agroalimentaria

*** Objetivos generales**

Este curso pretende:

- Reorientar a los titulados universitarios españoles hacia las características que en estos momentos y para los próximos años están demandando las empresas españolas, que requieren profesionales con una visión global e integrada de la gestión de la empresa.
- Proporcionar a los participantes la preparación teórica y práctica adecuada para poder establecer, desarrollar y gestionar un sistema de gestión de la calidad en empresas del sector agroalimentario, bien sean sus propias empresas, bien actúen como consultores, asesorando en estas tareas a otras empresas, especialmente a PYMES.
- Elaborar un proyecto o plan de sistema de calidad, bien para la empresa que se va a establecer o desarrollar, bien para una empresa existente que desee implantar un sistema de garantía de calidad o de calidad total.

*** Descripción del programa y de los proyectos**

El curso consta de tres módulos principales, de Desarrollo Personal, de Empresa / Especialidad y de Desarrollo de Proyectos. Las características de estos módulos son:

- **Módulo de Desarrollo personal:** Está dedicado a transmitir y practicar técnicas y habilidades necesarias para el desempeño personal en el mundo profesional y empresarial. Una parte de este módulo se destinará a facilitar el diagnóstico de las propias fortalezas y debilidades como empresarios y profesionales, y a la simulación de situaciones en que los participantes se entrenen para reforzar sus fortalezas y atenuar sus debilidades.
- **Módulo de Empresa / Especialidad:** Este módulo se propone transmitir y practicar dos áreas de conocimientos complementarios para la gestión de empresa:

De un lado, aquellos aspectos de gestión empresarial cuya comprensión y manejo adecuados son precisos para el ejercicio como gestor y para la comprensión de la empresa en su conjunto.

De otro lado, los principios de la gestión de calidad, las políticas para el despliegue de un sistema de calidad y las técnicas y herramientas específicas que facilitan su implantación y desarrollo, todo ello orientado al sector de empresas agroalimentarias. El módulo incluirá los sistemas aplicables a empresas de este sector.

- **Módulo de Desarrollo de Proyectos:** Se puede orientar a la realización de proyectos de uno de estos dos tipos:

Elaboración de programas globales o parciales de implantación y despliegue de sistemas de garantía o de gestión de calidad para casos concretos y reales de empresas, o

Elaboración de proyectos empresariales en el ámbito de la consultoría de calidad

Estos proyectos serán elaborados por los participantes en los cursos, agrupados en equipos de trabajo, dirigidos por un tutor especializado.

** Contenidos de los módulos y distribución de las horas de formación*

A continuación se señalan los contenidos propuestos para el curso, junto con la estimación del reparto de las 500 horas propuestas para el mismo.

	<u>% del total</u>	<u>Nº de horas</u>
<u>Módulo de Desarrollo Personal</u>	14	72
Orientación profesional		16
Informática personal		32
Técnicas de Dirección		24
<u>Módulo de Empresa / Especialidad</u>	46	228
Política de empresa		8
Recursos humanos		10
Marketing y Comercial		16
Logística y Operaciones		16
Finanzas		20
Creación de empresas. Derecho mercantil y fiscal		16
Visitas a empresas con sistema de calidad implantado		14
Características del sector agroalimentario		33
Gestión de calidad		95
<u>Módulo de Desarrollo de Proyectos</u>	40	200
Metodología de Proyectos		25
Desarrollo Tutorizado de Proyectos		150
Presentación de Proyectos		25
<u>TOTALES</u>	<u>100</u>	<u>500</u>

* Desarrollo detallado de los módulos de "Sistemas de Gestión de la Calidad"

Módulo lectivo:

Objetivos

Transmitir y practicar los conocimientos actuales relativos a los principios de la gestión de calidad, las políticas para el despliegue de un sistema de calidad y las técnicas y herramientas concretas que facilitan su implantación y desarrollo. específicamente orientado al sector de empresas agroalimentarias.

Estos conocimientos se orientarán de modo que resulten de fácil aplicación a las PYMES, en especial en lo relativo a las políticas para el despliegue de un sistema de calidad.

Estos conocimientos y técnicas facilitarán el diseño de proyectos. a través de los cuales se podrán implantar sistemas de gestión de calidad o crear empresas de consultoría en este campo.

* Contenidos y distribución de las horas de formación

1. Módulo de desarrollo personal *72 horas*

ORIENTACIÓN PROFESIONAL **16 horas**

Autoanálisis de intereses y capacidades

Imagen de la propia capacidad

Análisis evolutivo

Factores más valorados en un puesto

Imagen del puesto ideal

Contraste entre la imagen y la realidad

Abanico de intereses profesionales

Desarrollo de la propia carrera profesional

Aplicación del concepto de ancia de carrera

Evaluación del esfuerzo de desarrollo

Análisis coste beneficio

Evaluación de ofertas

Análisis de la situación económica

Análisis de la situación evolutiva

Análisis de la cultura de empresa

INFORMÁTICA PERSONAL

32 horas

Conceptos básicos

Elementos de un ordenador

Dispositivos de almacenamiento permanente

Dispositivos de almacenamiento transitorio

Periféricos más usuales

Comunicación entre ordenadores

Gestión del espacio de almacenamiento

Optimización del espacio

Estructura de directivos y ficheros

Gestión de archivos informatizados

Seguridad de los datos

Confidencialidad

Seguridad frente a pérdida accidental de datos

Seguridad frente a virus

Descripción y uso de las principales herramientas ofimáticas

Entornos gráficos: Windows

Procesadores de textos

Hojas de cálculo

Paquetes para presentaciones y diseño gráfico

Bases de datos

Correo electrónico y fax

Paquetes integrados

TÉCNICAS DE DIRECCIÓN

24 horas

Técnicas de presentación

Preparación de contenidos

Elementos logísticos

Utilización de elementos audiovisuales

Participación de los asistentes

Técnicas de comunicación

Análisis transaccional

Conductas verbales y comunicación no verbal

Programación neurolingüística

2.a. Módulo de Empresa

228 horas

POLÍTICA DE EMPRESA

8 horas

Análisis sectorial

Estrategias competitivas genéricas

La cartera de productos

Análisis estratégico de costes

La estructura organizativa

RECURSOS HUMANOS

10 horas

Diseño de los procesos básicos para el negocio

Estructura / Procesos / distribución de tareas

Análisis de la gestión de recursos en la nueva empresa

Planificación de recursos humanos

Descripción y valoración de puestos de trabajo

Su utilidad en planificación y en política de retribuciones

Evaluación del rendimiento

Análisis de saturación de puestos

Criterios y técnicas de selección

Sus efectos en futuro de la empresa

Efectos secundarios de la utilización de técnicas

El futuro: Los problemas del tamaño crítico

Conceptos básicos de Derecho Laboral y Seguridad Social

Conceptos comerciales

- Estrategia de empresa**
- Elementos del marketing mix**
- La función comercial y el marketing**

El mercado

- Segmentación e investigación de mercados**
- Labor comercial y maduración de mercados**
- La demanda. El consumidor. Análisis del cliente**
- Análisis de la competencia**
- Posicionamiento: segmentación y diferenciación**

El producto

- Decisiones de producto. gama de productos**
- Marcas y sus tipos**
- Política de productos y de marca**
- Proceso de desarrollo de producto**

El precio

- Decisiones de fijación de precios. Su análisis**
- El proceso de fijación de precios. Márgenes**

La distribución

- Tipos de canales de distribución**
- Sus características: margen, motivación, control, poder**
- Decisiones en política de distribución**

Comunicación comercial

El proceso de decisión de compra

Publicidad. Relaciones públicas

Fuerza de ventas. Estilos de ventas. Promociones

El Plan Comercial

La exportación

Estrategias de salida

Los canales. Consorcio de exportación

FINANZAS

20 horas

Contabilidad

Principios contables

Conceptos básicos de contabilidad

Plan General de Contabilidad

Balance. Cuenta de pérdidas y ganancias

Análisis financiero

Ratios de control

Ciclo de maduración

Fondo de maniobra

Origen y aplicación de fondos

Inversiones

Payback actualizado

TIR y VAN

Retorno de la inversión

Contabilidad de costes

Control de gestión

Conceptos de control presupuestario

Sistemas de previsión de ventas

Plan de tesorería

LOGÍSTICA Y OPERACIONES

16 horas

Logística integral

Alcance y objetivos

Planificación flexible

Compras y aprovisionamientos

Gestión de compras

Selección de proveedores y negociación con los mismos

Coste integral de aprovisionamientos

Relación con el M R P

Gestión de materiales

Lotes y momento de compra

Gestión con inventarios mínimos

Gestión "JustinTime"

Distribución

Políticas de distribución

Centralización vs cercanía al cliente

Política de entregas y reposiciones

Estrategia de operaciones

Modelos de planificación

Métodos de análisis

Control de las fases de producción

Preparación del trabajo

Programación

Lanzamiento y seguimiento

Departamentos de apoyo a la producción

Gestión de la producción. Factores críticos

Producción en serie

Producción por procesos continuos

Producción bajo proyecto

CREACIÓN DE EMPRESAS. DERECHO MERCANTIL Y FISCAL 16 horas

Formas jurídicomercantiles de empresa

Empresa individual

Agrupaciones sin personalidad jurídica

Sociedad Comanditaria, Anónima o Limitada

Sociedad Anónima Laboral y Cooperativa

El profesional libre. Formas organizativas

Profesional independiente

Despachos colectivos

Sociedades de profesionales

Cuestiones básicas del inicio de actividad

Elección de la forma jurídica mercantil

Declaraciones censales

Alta en el I A E

Otras gestiones previas

Calendario y gastos de constitución

Fiscalidad de la fase operativa de la actividad

El impuesto sobre el valor añadido

Facturación del I V A

I R P F. Retención a cuenta

Seguridad Social y retenciones

Fiscalidad de resultados

Fiscalidad de personas físicas y de sociedades

Tributación por I R P F. Distintos tipos

La afectación de bienes a la actividad

Tributación por impuestos sobre Sociedades Anónimas

Tributación de la Sociedad versus los socios

Transparencia fiscal

CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR AGROALIMENTARIO

33 horas

Seguridad e higiene

Reglamentación aplicable al sector

La seguridad del consumidor

Aditivos y conservantes

Puntos de vista del fabricante y del consumidor

Evolución de la reglamentación y de la tecnología

El control de los puntos clave de los procesos

Importancia de la fiabilidad de los procesos

Influencia de los manipuladores de alimentos

Las denominaciones de origen, la imagen de marca

Estrategia para su creación

Factores clave de diferenciación

Alimentos biológicoecológicos

2..b. Módulo de especialidad. La gestión de calidad

95 horas

LA CALIDAD TOTAL

15 horas

La calidad

Su significado, su evolución, sus principios

La calidad como función gerencial estratégica

La estructura de la organización de la calidad

Culturas organizativas, su ventajas e inconvenientes

Dirección para la gestión de calidad

Implantación de una mentalidad de calidad

DESPLIEGUE DE POLÍTICAS DE CALIDAD

15 horas

El cliente, fundamento de la empresa

Satisfacción del cliente

Fidelidad del cliente

Marketing relacional

La voz del cliente

Su importancia en el desarrollo de nuevos productos y servicios

La carta de la calidad (QFD)

Niveles de aplicación del QFD

Políticas y objetivos de una organización

Puntos clave

El plan de calidad

Mejora planificada de procesos

Grupos de mejora

TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS Y MEJORA

40 horas

Control estadístico de procesos

Sus fundamentos

Capacidad del proceso

Estabilidad y control del proceso

Análisis de varianza

Análisis y mejora de procesos

Formación de grupos de trabajo

Desarrollo de grupos de trabajo

Estudio sistemático de los procesos

Alternativas de mejora

Análisis de problemas dentro de los procesos

Eliminación de problemas

Indicadores de mejora

Costes de calidad

Calidad del producto y del proceso

Costes de gestión de la calidad y costes de mala calidad

Reducción de las causas de costes

Programa de gestión de los costes de calidad

Análisis modal de fallos y efectos

Análisis inicial

Estudio de causas de fallos

Diseño de alternativas

Análisis de funciones

Definición del árbol y jerarquía de funciones

Cuadro de funciones / costes

Sistemática de toma de decisiones

Benchmarking

Características de la estrategia de benchmarking

Creación del equipo de benchmarking

Análisis de situación. Elección del proceso crítico

Búsqueda y elección del modelo

Contactos, entrevistas y visita al modelo

Estudio de resultados

Elaboración del plan de mejora del proceso

SISTEMAS DE CALIDAD

25 horas

Reconocimiento de sistemas de gestión de la calidad

Normativa europea y española

Serie de normas EN / ISO 9000

Sistemas de calidad para la empresa agroalimentaria

Manual de calidad, procedimientos e instrucciones

Gestión de un sistema de la calidad

Proceso de certificación de empresa

Auditorías de calidad

Guías para la auditoría

Preparación, realización e informe de la auditoría

*** Características de la elaboración de proyectos**

Los participantes elaborarán y desarrollarán de forma ordenada un proyecto de gestión de la calidad empresarial, incluyendo su viabilidad, es decir acompañado de su impacto económico.

Estos proyectos podrán realizarse en equipo o de forma individual, siguiendo un programa de trabajo predefinido, y estarán dirigidos por un profesor tutor.

Los proyectos se presentarán públicamente ante diversos interesados y/o posibles inversores.

Tipos de proyecto a realizar:

Manual y procedimientos de calidad para una empresa de transformación hortofrutícola

Manual y procedimientos de calidad para una bodega

Calendario de implantación de un sistema de calidad para una PYME

Plan de racionalización de procesos para una empresa agroalimentaria

Plan de certificación de empresa para una PYME conservera

Creación de una empresa de consultoría en el campo de la calidad orientada, bien hacia la ayuda a la certificación, bien a la asesoría para la mejora de procesos y resultados.

11.2.5. Curso de Calidad en la Industria de la Construcción

**** Objetivos generales***

Este curso pretende:

- Reorientar a los titulados universitarios españoles hacia las características que en estos momentos y para los próximos años están demandando las empresas españolas, que requieren profesionales con una visión global e integrada de la gestión de la empresa.
- Proporcionar a los participantes la preparación teórica y práctica adecuada para poder establecer, desarrollar y gestionar un sistema de gestión de la calidad en empresas del sector de la construcción, bien sean sus propias empresas, constructoras u oficinas de proyectos, bien actúen como consultores, asesorando en estas tareas a otras empresas, especialmente a PYMES.
- Elaborar un proyecto o plan de sistema de calidad, bien para la empresa que se va a establecer o desarrollar, bien para una empresa existente que desee implantar un sistema de garantía de calidad o de calidad total.

**** Descripción del programa y de los proyectos***

El curso consta de tres módulos principales, de Desarrollo Personal, de Empresa / Especialidad y de Desarrollo de Proyectos. Las características de estos módulos son:

- **Módulo de Desarrollo personal:** Está dedicado a transmitir y practicar técnicas y habilidades necesarias para el desempeño personal en el mundo profesional y empresarial. Una parte de este módulo se destinará a facilitar el diagnóstico de las propias fortalezas y debilidades como empresarios y profesionales, y a la simulación de situaciones en que los participantes se entrenen para reforzar sus fortalezas y atenuar sus debilidades.

- **Módulo de Empresa / Especialidad:** Este módulo se propone transmitir y practicar dos áreas de conocimientos complementarios para la gestión de empresa:

De un lado, aquellos aspectos de gestión empresarial cuya comprensión y manejo adecuados son precisos para el ejercicio como gestor y para la comprensión de la empresa en su conjunto.

De otro lado los principios de la gestión de calidad, las políticas para el despliegue de un sistema de calidad y las técnicas y herramientas específicas que facilitan su implantación y desarrollo, todo ello orientado al sector de empresas de la construcción. El módulo incluirá los sistemas aplicables a empresas de este sector.

- **Módulo de Desarrollo de Proyectos:** Se puede orientar a la realización de proyectos de uno de estos dos tipos:

Elaboración de programas globales o parciales de implantación y despliegue de sistemas de garantía o de gestión de calidad para casos concretos y reales de empresas, o

Elaboración de proyectos empresariales en el ámbito de la consultoría de calidad

Estos proyectos serán elaborados por los participantes en los cursos, agrupados en equipos de trabajo, dirigidos por un tutor especializado.

** Contenidos de los módulos y distribución de las horas de formación*

A continuación se señalan los contenidos propuestos para el curso, junto con la estimación del reparto de las 500 horas propuestas para el mismo.

	<u>% del total</u>	<u>Nº de horas</u>
<u>Módulo de Desarrollo Personal</u>	14	72
Orientación profesional		16
Informática personal		32
Técnicas de Dirección		24
<u>Módulo de Empresa / Especialidad</u>	46	228
Política de empresa		8
Recursos humanos		10
Marketing y Comercial		16
Logística y Operaciones		16
Finanzas		20
Creación de empresas. Derecho mercantil y fiscal		16
Estudio del sistema de calidad de una empresa de construcción		8
Características del sector de la construcción		34
Gestión de calidad		100

<u>Módulo de Desarrollo de Proyectos</u>	40	200
Metodología de Proyectos		25
Desarrollo Tutorizado de Proyectos		150
Presentación de Proyectos		25
<u>TOTALES</u>	<u>100</u>	<u>500</u>

*** Desarrollo detallado de los módulos de "Sistemas de Gestión de la Calidad"**

Módulo lectivo:

Objetivos

Transmitir y practicar los conocimientos actuales relativos a los principios de la gestión de calidad, las políticas para el despliegue de un sistema de calidad y las técnicas y herramientas concretas que facilitan su implantación y desarrollo. específicamente orientado al sector de empresas de la construcción.

Estos conocimientos se orientarán de modo que resulten de fácil aplicación a las PYMES, en especial en lo relativo a las políticas para el despliegue de un sistema de calidad.

Estos conocimientos y técnicas facilitarán el diseño de proyectos. a través de los cuales se podrán implantar sistemas de gestión de calidad o crear empresas de consultoría en este campo.

*** Contenidos y distribución de las horas de formación**

1. Módulo de desarrollo personal *72 horas*

ORIENTACIÓN PROFESIONAL **16 horas**

Autoanálisis de intereses y capacidades

Imagen de la propia capacidad

Análisis evolutivo

Factores más valorados en un puesto

Imagen del puesto ideal

Contraste entre la imagen y la realidad

Abanico de intereses profesionales

Desarrollo de la propia carrera profesional

Aplicación del concepto de ancla de carrera

Evaluación del esfuerzo de desarrollo

Análisis coste - beneficio

Evaluación de ofertas

Análisis de la situación económica

Análisis de la situación evolutiva

Análisis de la cultura de empresa

INFORMÁTICA PERSONAL **32 horas**

Conceptos básicos

Elementos de un ordenador

Dispositivos de almacenamiento permanente

Dispositivos de almacenamiento transitorio

Periféricos más usuales

Comunicación entre ordenadores

Gestión del espacio de almacenamiento
Optimización del espacio
Estructura de directivos y ficheros
Gestión de archivos informatizados

Seguridad de los datos
Confidencialidad
Seguridad frente a pérdida accidental de datos
Seguridad frente a virus

Descripción y uso de las principales herramientas ofimáticas
Entornos gráficos: Windows
Procesadores de textos
Hojas de cálculo
Paquetes para presentaciones y diseño gráfico
Bases de datos
Correo electrónico y fax
Paquetes integrados

TÉCNICAS DE DIRECCIÓN

24 horas

Técnicas de presentación
Preparación de contenidos
Elementos logísticos
Utilización de elementos audiovisuales
Participación de los asistentes

<p>Técnicas de comunicación</p> <p> Análisis transaccional</p> <p> Conductas verbales y comunicación no verbal</p> <p> Programación neurolingüística</p>	
<i>2.a.Módulo de Empresa</i>	<i>228 horas</i>
POLÍTICA DE EMPRESA	8 horas
<p> Análisis sectorial</p> <p> Estrategias competitivas genéricas</p> <p> La cartera de productos</p> <p> Análisis estratégico de costes</p> <p> La estructura organizativa</p>	
RECURSOS HUMANOS	10 horas
<p> Diseño de los procesos básicos para el negocio</p> <p> Estructura / Procesos / distribución de tareas</p> <p> Análisis de la gestión de recursos en la nueva empresa</p> <p> Planificación de recursos humanos</p> <p> Descripción y valoración de puestos de trabajo</p> <p> Su utilidad en planificación y en política de retribuciones</p> <p> Evaluación del rendimiento</p> <p> Análisis de saturación de puestos</p>	

Criterios y técnicas de selección

Sus efectos en futuro de la empresa

Efectos secundarios de la utilización de técnicas

El futuro: Los problemas del tamaño crítico

Conceptos básicos de Derecho Laboral y Seguridad Social

MARKETING Y COMERCIAL

16 horas

Conceptos comerciales

Estrategia de empresa

Elementos del marketing-mix

La función comercial y el marketing

El mercado

Segmentación e investigación de mercados

Labor comercial y maduración de mercados

La demanda. El consumidor. Análisis del cliente

Análisis de la competencia

Posicionamiento: segmentación y diferenciación

El producto

Decisiones de producto. gama de productos

Marcas y sus tipos

Política de productos y de marca

Proceso de desarrollo de producto

El precio

Decisiones de fijación de precios. Su análisis

El proceso de fijación de precios. Márgenes

La distribución

Tipos de canales de distribución

Sus características: margen, motivación, control, poder

Decisiones en política de distribución

Comunicación comercial

El proceso de decisión de compra

Publicidad. Relaciones públicas

Fuerza de ventas. Estilos de ventas. Promociones

El Plan Comercial

La exportación

Estrategias de salida

Los canales. Consorcio de exportación

FINANZAS

20 horas

Contabilidad

Principios contables

Conceptos básicos de contabilidad

Plan General de Contabilidad

Balance. Cuenta de pérdidas y ganancias

Análisis financiero

Ratios de control

Ciclo de maduración

Fondo de maniobra

Origen y aplicación de fondos

Inversiones

- Payback actualizado
- TIR y VAN
- Retorno de la inversión

Contabilidad de costes

Control de gestión

- Conceptos de control presupuestario
- Sistemas de previsión de ventas
- Plan de tesorería

LOGÍSTICA Y OPERACIONES

16 horas

Logística integral

- Alcance y objetivos
- Planificación flexible

Compras y aprovisionamientos

- Gestión de compras
- Selección de proveedores y negociación con los mismos
- Coste integral de aprovisionamientos
- Relación con el M R P

Gestión de materiales

- Lotes y momento de compra
- Gestión con inventarios mínimos
- Gestión "JustinTime"

Distribución

Políticas de distribución

Centralización vs cercanía al cliente

Política de entregas y reposiciones

Estrategia de operaciones

Modelos de planificación

Métodos de análisis

Control de las fases de producción

Preparación del trabajo

Programación

Lanzamiento y seguimiento

Departamentos de apoyo a la producción

Gestión de la producción. Factores críticos

Producción en serie

Producción por procesos continuos

Producción bajo proyecto

CREACIÓN DE EMPRESAS. DERECHO MERCANTIL Y FISCAL

16 horas

Formas jurídicomercantiles de empresa

Empresa individual

Agrupaciones sin personalidad jurídica

Sociedad Comanditaria, Anónima o Limitada

Sociedad Anónima Laboral y Cooperativa

El profesional libre. Formas organizativas

Profesional independiente

Despachos colectivos

Sociedades de profesionales

Cuestiones básicas del inicio de actividad

Elección de la forma jurídica mercantil

Declaraciones censales

Alta en el I A E

Otras gestiones previas

Calendario y gastos de constitución

Fiscalidad de la fase operativa de la actividad

El impuesto sobre el valor añadido

Facturación del I V A

I R P F. Retención a cuenta

Seguridad Social y retenciones

Fiscalidad de resultados

Fiscalidad de personas físicas y de sociedades

Tributación por I R P F. Distintos tipos

La afectación de bienes a la actividad

Tributación por impuestos sobre Sociedades Anónimas

Tributación de la Sociedad versus los socios

Transparencia fiscal

CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN

34 horas

Separación y dispersión de responsabilidades

Los distintos agentes en el desarrollo de una obra

Dispersión de responsabilidades

Responsabilidad legal de estos agentes

El control de los puntos clave de los procesos

El proyecto de obra

Las especificaciones del proyecto

Las inspecciones en la obra

La recepción de la obra

Aspectos legales

Reglamentación en el mercado europeo

Las Directivas de contratos públicos

Oportunidades y amenazas del nuevo mercado

Posibilidades de las empresas constructoras

La calificación previa de subcontratistas

2.b. Módulo de especialidad. La gestión de la calidad en la construcción 100 horas

LA CALIDAD TOTAL

15 horas

La calidad

Su significado, su evolución, sus principios

La calidad como función gerencial estratégica

La estructura de la organización de la calidad

Culturas organizativas, su ventajas e inconvenientes

Dirección para la gestión de calidad

Implantación de una mentalidad de calidad

La importancia de las personas y de su preparación

DESPLIEGUE DE POLÍTICAS DE CALIDAD

15 horas

El cliente, fundamento de la empresa

Satisfacción del cliente

Fidelidad del cliente

Marketing relacional

La voz del cliente

Su importancia en el desarrollo de proyectos y servicios

La carta de la calidad (Q F D)

Niveles de aplicación del Q F D

Políticas y objetivos de una organización

Puntos clave

El plan de calidad

Mejora planificada de procesos

Grupos de mejora

Análisis y mejora de procesos

Formación de grupos de trabajo

Desarrollo de grupos de trabajo

Estudio sistemático de los procesos

Alternativas de mejora

Análisis de problemas dentro de los procesos

Eliminación de problemas

Indicadores de mejora

Gestión de proyectos

Equipo de proyecto

Fases del proyecto

Costes de calidad

Calidad del proceso

Costes de gestión de la calidad y costes de mala calidad

Programa de gestión de los costes de calidad

Análisis modal de fallos y efectos

Análisis inicial

Estudio de causas de fallos

Diseño de alternativas

Análisis de funciones

Definición del árbol y jerarquía de funciones

Cuadro de funciones / costes

Sistemática de toma de decisiones

Benchmarking

- Características de la estrategia de benchmarking
- Creación del equipo de benchmarking
- Análisis de situación. Elección del proceso crítico
- Búsqueda y elección del modelo
- Contactos, entrevistas y visita al modelo
- Estudio de resultados
- Elaboración del plan de mejora del proceso

SISTEMAS DE CALIDAD

25 horas

Reconocimiento de sistemas de gestión de la calidad

- Normativa europea y española
- Serie de normas EN / ISO 9000

Sistemas de calidad para la empresa agroalimentaria

- Manual de calidad, procedimientos e instrucciones
- Gestión de un sistema de la calidad

Proceso de certificación de empresa

- Auditorías de calidad
- Guías para la auditoría
- Preparación, realización e informe de la auditoría

* Características de la elaboración de proyectos

Los participantes elaborarán y desarrollarán de forma ordenada un proyecto de gestión de la calidad empresarial, incluyendo su viabilidad, es decir acompañado de su impacto económico.

Estos proyectos podrán realizarse en equipo o de forma individual, siguiendo un programa de trabajo predefinido, y estarán dirigidos por un profesor tutor.

Los proyectos se presentarán públicamente ante diversos interesados y/o posibles inversores.

Tipos de proyecto a realizar:

Manual y procedimientos de calidad para una empresa constructora

Manual y procedimientos de calidad para una oficina de proyectos

Calendario de implantación de un sistema de calidad para una PYME

Plan de racionalización de procesos para una oficina de proyectos

Plan de racionalización de procesos para la ejecución de una obra

Plan de certificación de empresa para una PYME dedicada a obras

Plan de certificación de empresa para una PYME dedicada a proyectos

Creación de una empresa de consultoría en el campo de la calidad orientada, bien hacia la ayuda a la certificación, bien a la asesoría para la mejora de procesos y resultados

11.2.6. Curso de Calidad en Talleres de Transformación

**** Objetivos generales***

Este curso pretende:

- Reorientar a los titulados universitarios españoles hacia las características que en estos momentos y para los próximos años están demandando las empresas españolas, que requieren profesionales con una visión global e integrada de la gestión de la empresa.
- Proporcionar a los participantes la preparación teórica y práctica adecuada para poder establecer, desarrollar y gestionar un sistema de gestión de la calidad en talleres de transformación, principalmente de metal o madera, bien sean sus propios talleres, bien actúen como consultores, asesorando en estas tareas a otras empresas, especialmente a PYMES.
- Elaborar un proyecto o plan de sistema de calidad, bien para la empresa que se va a establecer o desarrollar, bien para una empresa existente que desee implantar un sistema de garantía de calidad o de calidad total.

**** Descripción del programa y de los proyectos***

El curso consta de tres módulos principales, de Desarrollo Personal, de Empresa / Especialidad y de Desarrollo de Proyectos. Las características de estos módulos son:

- **Módulo de Desarrollo personal:** Está dedicado a transmitir y practicar técnicas y habilidades necesarias para el desempeño personal en el mundo profesional y empresarial. Una parte de este módulo se destinará a facilitar el diagnóstico de las propias fortalezas y debilidades como empresarios y profesionales, y a la simulación de situaciones en que los participantes se entrenen para reforzar sus fortalezas y atenuar sus debilidades.

- **Módulo de Empresa / Especialidad:** Este módulo se propone transmitir y practicar dos áreas de conocimientos complementarios para la gestión de empresa:

De un lado, aquellos aspectos de gestión empresarial cuya comprensión y manejo adecuados son precisos para el ejercicio como gestor y para la comprensión de la empresa en su conjunto.

De otro lado los principios de la gestión de calidad, las políticas para el despliegue de un sistema de calidad y las técnicas y herramientas específicas que facilitan su implantación y desarrollo, todo ello orientado al sector de talleres de transformación. El módulo incluirá los sistemas aplicables a empresas de este sector.

- **Módulo de Desarrollo de Proyectos:** Se puede orientar a la realización de proyectos de uno de estos dos tipos:

Elaboración de programas globales o parciales de implantación y despliegue de sistemas de garantía o de gestión de calidad para casos concretos y reales de talleres, o

Elaboración de proyectos empresariales en el ámbito de la consultoría de calidad

Estos proyectos serán elaborados por los participantes en los cursos, agrupados en equipos de trabajo, dirigidos por un tutor especializado.

** Contenidos de los módulos y distribución de las horas de formación*

A continuación se señalan los contenidos propuestos para el curso, junto con la estimación del reparto de las 500 horas propuestas para el mismo.

	<u>% del total</u>	<u>Nº de horas</u>
<u>Módulo de Desarrollo Personal</u>	14	72
Orientación profesional		16
Informática personal		32
Técnicas de Dirección		24
<u>Módulo de Empresa / Especialidad</u>	46	228
Política de empresa		8
Recursos humanos		10
Marketing y Comercial		28
Lógica y Operaciones		16
Finanzas		20
Creación de empresas. Derecho mercantil y fiscal		16
Visitas a talleres con sistema de calidad implantado		14
Características del sector de talleres de transformación		33
Gestión de calidad		95
<u>Módulo de Desarrollo de Proyectos</u>	40	200
Metodología de Proyectos		25
Desarrollo Tutorizado de Proyectos		150
Presentación de Proyectos		25
<u>TOTALES</u>	<u>100</u>	<u>500</u>

*** Desarrollo detallado de los módulos de "Sistemas de Gestión de la Calidad"**

Módulo lectivo:

Objetivos

Transmitir y practicar los conocimientos actuales relativos a los principios de la gestión de calidad, las políticas para el despliegue de un sistema de calidad y las técnicas y herramientas concretas que facilitan su implantación y desarrollo. específicamente orientado al sector de talleres de transformación.

Estos conocimientos se orientarán de modo que resulten de fácil aplicación a las PYMES, en especial en lo relativo a las políticas para el despliegue de un sistema de calidad.

Estos conocimientos y técnicas facilitarán el diseño de proyectos, a través de los cuales se podrán implantar sistemas de gestión de calidad o crear empresas de consultoría en este campo.

*** Contenidos y distribución de las horas de formación**

1. Módulo de desarrollo personal ***72 horas***

ORIENTACIÓN PROFESIONAL **16 horas**

Autoanálisis de intereses y capacidades

Imagen de la propia capacidad

Análisis evolutivo

Factores más valorados en un puesto

Imagen del puesto ideal

Contraste entre la imagen y la realidad

Abanico de intereses profesionales

Desarrollo de la propia carrera profesional

Aplicación del concepto de ancla de carrera

Evaluación del esfuerzo de desarrollo

Análisis coste beneficio

Evaluación de ofertas

Análisis de la situación económica

Análisis de la situación evolutiva

Análisis de la cultura de empresa

INFORMÁTICA PERSONAL

32 horas

Conceptos básicos

Elementos de un ordenador

Dispositivos de almacenamiento permanente

Dispositivos de almacenamiento transitorio

Periféricos más usuales

Comunicación entre ordenadores

Gestión del espacio de almacenamiento

Optimización del espacio

Estructura de directivos y ficheros

Gestión de archivos informatizados

Seguridad de los datos

Confidencialidad

Seguridad frente a pérdida accidental de datos

Seguridad frente a virus

Descripción y uso de las principales herramientas ofimáticas	
Entornos gráficos: Windows	
Procesadores de textos	
Hojas de cálculo	
Paquetes para presentaciones y diseño gráfico	
Bases de datos	
Correo electrónico y fax	
Paquetes integrados	
TÉCNICAS DE DIRECCIÓN	24 horas
Técnicas de presentación	
Preparación de contenidos	
Elementos logísticos	
Utilización de elementos audiovisuales	
Participación de los asistentes	
Técnicas de comunicación	
Análisis transaccional	
Conductas verbales y comunicación no verbal	
Programación neurolingüística	
<i>2.a.Módulo de Empresa</i>	<i>228 horas</i>
POLÍTICA DE EMPRESA	8 horas
Análisis sectorial	
Estrategias competitivas genéricas	
La cartera de productos	

Análisis estratégico de costes

La estructura organizativa

RECURSOS HUMANOS

10 horas

Diseño de los procesos básicos para el negocio

Estructura / Procesos / distribución de tareas

Análisis de la gestión de recursos en la nueva empresa

Planificación de recursos humanos

Descripción y valoración de puestos de trabajo

Su utilidad en planificación y en política de retribuciones

Evaluación del rendimiento

Análisis de saturación de puestos

Criterios y técnicas de selección

Sus efectos en futuro de la empresa

Efectos secundarios de la utilización de técnicas

El futuro: Los problemas del tamaño crítico

Conceptos básicos de Derecho Laboral y Seguridad Social

MARKETING Y COMERCIAL

28 horas

Conceptos comerciales

Estrategia de empresa

Elementos del marketing mix

La función comercial y el marketing

FINANZAS

20 horas

Contabilidad

Principios contables

Conceptos básicos de contabilidad

Plan General de Contabilidad

Balance. Cuenta de pérdidas y ganancias

Análisis financiero

Ratios de control

Ciclo de maduración

Fondo de maniobra

Origen y aplicación de fondos

Inversiones

Payback actualizado

TIR y VAN

Retorno de la inversión

Contabilidad de costes

Control de gestión

Conceptos de control presupuestario

Sistemas de previsión de ventas

Plan de tesorería

LOGÍSTICA Y OPERACIONES

16 horas

Logística integral

Alcance y objetivos

Planificación flexible

Compras y aprovisionamientos

Gestión de compras

Selección de proveedores y negociación con los mismos

Coste integral de aprovisionamientos

Relación con el M R P

Gestión de materiales

Lotes y momento de compra

Gestión con inventarios mínimos

Gestión "JustinTime"

Distribución

Políticas de distribución

Centralización vs cercanía al cliente

Política de entregas y reposiciones

Estrategia de operaciones

Modelos de planificación

Métodos de análisis

Control de las fases de producción

Preparación del trabajo

Programación

Lanzamiento y seguimiento

Departamentos de apoyo a la producción

Gestión de la producción. Factores críticos

Producción en serie

Producción por procesos continuos

Producción bajo proyecto

Formas jurídicomercantiles de empresa

Empresa individual

Agrupaciones sin personalidad jurídica

Sociedad Comanditaria, Anónima o Limitada

Sociedad Anónima Laboral y Cooperativa

El profesional libre. Formas organizativas

Profesional independiente

Despachos colectivos

Sociedades de profesionales

Cuestiones básicas del inicio de actividad

Elección de la forma jurídicamercantil

Declaraciones censales

Alta en el I A E

Otras gestiones previas

Calendario y gastos de constitución

Fiscalidad de la fase operativa de la actividad

El impuesto sobre el valor añadido

Facturación del I V A

I R P F. Retención a cuenta

Seguridad Social y retenciones

Fiscalidad de resultados

Fiscalidad de personas físicas y de sociedades

Tributación por I R P F. Distintos tipos

La afectación de bienes a la actividad

Tributación por impuestos sobre Sociedades Anónimas

Tributación de la Sociedad versus los socios

Transparencia fiscal

CARACTERÍSTICAS DE LOS TALLERES DE TRANSFORMACIÓN 33 horas

El control del valor añadido

- Rotación de producto acabado**
- Disposición de la planta**
- Transportes internos y esperas**
- Necesidades de espacio de almacén**

El control de los puntos clave de los procesos

- Cuellos de botella**
- Operaciones críticas**
- Estabilidad de los procesos**
- Tiempos de preparación**

La importancia de los proveedores

- Influencia en el coste del producto acabado**
- Cumplimiento de los plazos de entrega**
- Respeto a las especificaciones**
- Inspección de entrada. Calidad garantizada**

El flujo de materiales en los procesos de transformación

- Preparación de la materia prima**
- Encadenamiento de actividades**
- Almacenes intermedios**
- Plazos de ejecución**
- Gestión de los residuos**

2.b. *Módulo de especialidad. La gestión de calidad* 95 horas

LA CALIDAD TOTAL 15 horas

La calidad

Su significado, su evolución, sus principios

La calidad como función gerencial estratégica

La estructura de la organización de la calidad

Culturas organizativas, su ventajas e inconvenientes

Dirección para la gestión de calidad

Implantación de una mentalidad de calidad

DESPLIEGUE DE POLÍTICAS DE CALIDAD 15 horas

El cliente, fundamento de la empresa

Satisfacción del cliente

Fidelidad del cliente

Marketing relacional

La voz del cliente

Su importancia en el desarrollo de nuevos productos y servicios

La carta de la calidad (Q F D)

Niveles de aplicación del Q F D

Políticas y objetivos de una organización

Puntos clave

El plan de calidad

Mejora planificada de procesos

Grupos de mejora

Control estadístico de procesos

Sus fundamentos

Capacidad del proceso

Estabilidad y control del proceso

Análisis de varianza

Análisis y mejora de procesos

Formación de grupos de trabajo

Desarrollo de grupos de trabajo

Estudio sistemático de los procesos

Alternativas de mejora

Análisis de problemas dentro de los procesos

Eliminación de problemas

Indicadores de mejora

Costes de calidad

Calidad del producto y del proceso

Costes de gestión de la calidad y costes de mala calidad

Reducción de las causas de costes

Programa de gestión de los costes de calidad

Análisis modal de fallos y efectos

Análisis inicial

Estudio de causas de fallos

Diseño de alternativas

Análisis de funciones

- Definición del árbol y jerarquía de funciones**
- Cuadro de funciones / costes**
- Sistemática de toma de decisiones**

Benchmarking

- Características de la estrategia de benchamrking**
- Creación del equipo de benchamrking**
- Análisis de situación. Elección del proceso crítico**
- Búsqueda y elección del modelo**
- Contactos, entrevistas y visita al modelo**
- Estudio de resultados**
- Elaboración del plan de mejora del proceso**

SISTEMAS DE CALIDAD

25 horas

Reconocimiento de sistemas de gestión de la calidad

- Normativa europea y española**
- Serie de normas EN / ISO 9000**

Sistemas de calidad para la empresa

- Manual de calidad, procedimientos e instrucciones**
- Gestión de un sistema de la calidad**

Proceso de certificación de empresa

- Auditorías de calidad**
- Guías para la auditoría**
- Preparación, realización e informe de la auditoría**

*** Características de la elaboración de proyectos**

Los participantes elaborarán y desarrollarán de forma ordenada un proyecto de gestión de la calidad empresarial, incluyendo su viabilidad, es decir acompañado de su impacto económico.

Estos proyectos podrán realizarse en equipo o de forma individual, siguiendo un programa de trabajo predefinido, y estarán dirigidos por un profesor tutor.

Los proyectos se presentarán públicamente ante diversos interesados y/o posibles inversores.

Tipos de proyecto a realizar:

Manual y procedimientos de calidad para un taller de transformación de metal

Manual y procedimientos de calidad para un taller de transformación de madera

Plan de racionalización de procesos para un taller de transformación

Creación de una empresa de consultoría en el campo de la calidad orientada, bien hacia la ayuda a la certificación, bien a la asesoría para la mejora de procesos y resultados

Plan de certificación de empresa para una PYME consultora.

