

PLAN DE DESARROLLO DEL CAB



PLAN DE SERVUCCIÓ

PLAN DE RRHH

PLAN JURÍDICO

PLAN FINANCIERO



"CAB: PARTICIPA, COLABORA Y DISFRUTA"

SUMARIO

☞ **Plan de Servucción**



ÍNDICE

1	PRESENTACIÓN.....	1
2	INTRODUCCIÓN	2
2.1	La Servucción.....	2
3	ORGANIZACIÓN.....	3
3.1	Introducción	3
3.2	Organigrama.....	3
4	PROCESOS	5
4.1	Mapa de procesos.....	5
4.2	Cronograma de acciones	6
4.3	Procesos clave	7
4.3.1	Pistas Polideportivas.....	7
4.3.2	Bar-Restaurante.....	7
4.3.3	Adquisiciones	8
4.3.4	Comunicación	12
4.3.4.1	Portal WEB.....	12
4.3.4.2	Enlaces en la red	16
4.3.5	Ingreso de nuevos socios	17
4.3.6	Planificación de actividades.....	19
4.3.7	Libración de servicios.....	19
4.3.8	Celebraciones tradicionales.....	20
4.3.9	Grupos artísticos tradicionales.....	20
5	EVALUACIÓN	21
5.1	Introducción	21
5.1.1	Cuestionarios sobre actividades	21
5.1.2	Estadísticas de uso del portal WEB.....	22
5.1.3	Análisis de quejas y sugerencias.....	27
5.1.4	Impacto social	28
6	PROCESO DE DIRECCIÓN	29
6.1	Introducción	29
6.1.1	Cuadro de Directivos.....	29

PLAN DE SERVUCIÓN

PLAN DE DESARROLLO DEL CAB

1 PRESENTACIÓN

Como resultado del desarrollo del plan de marketing se hace necesario definir un procedimiento de control para cada uno de los servicios que se pretende ofertar. Tanto desde el punto de vista de su diseño inicial, del proceso de producción o generación y de la evaluación de su impacto en el mercado al que se dirige.

Los procesos surgen a partir de la existencias de unas necesidades por cubrir tanto internas como externas siendo nuestros principales clientes los socios, como también lo son el resto de usuarios de las instalaciones y la propia Entidad en su organización interna.

A través de la producción de servicios se podrá alcanzar un mayor grado de satisfacción de nuestros clientes en la medida en que se logre cubrir con éxito sus expectativas iniciales, será entonces necesario obtener la valoración de este grado de satisfacción a partir de una serie de indicadores como, por ejemplo: las sugerencias, las reclamaciones, los índices de participación y en general el nivel de notoriedad social de la Entidad.

No hace demasiado tiempo, alguien que se esforzaba por hacer comprender la evolución que ha experimentado la ciencia del Marketing desde sus orígenes, comentaba que al principio lo que se pretendía era vender los productos, en la actualidad, en cambio se desea vender los servicios asociados a los productos y en el futuro, el negocio estará en vender las emociones que sugieren dichos productos.

Pues bien, en el caso que nos ocupa y como hemos visto en el Plan de Marketing, el producto ya existe, incorporando de por sí suficiente calidad, los servicios asociados se están definiendo y redefiniendo de forma continua y los sentimientos que aportan son intrínsecos al producto, pues en gran medida incluyen una considerable carga emotiva para el consumidor.

2 INTRODUCCIÓN

2.1 La servucción

La servucción o proceso de producción de servicios es la herramienta moderna que nos permite aplicar una organización sistemática y coherente de todos los elementos físicos y humanos necesarios para la prestación de un servicio de características comerciales y calidad determinadas.

Se debe por tanto, evitar la tentación de aplicar enfoques artesanales, basados en la improvisación y la imitación de modelos ya conocidos, e intentar redefinir el proceso productivo de forma que en cada caso el servicio se adapte de la mejor forma posible a las características propias del cliente y de la organización.

3 ORGANIZACIÓN

3.1 Introducción

La evolución natural en la estructura de las organizaciones las hacen reducir los niveles verticales, pues las organizaciones apuesta por una mayor participación e implicación de todos sus colaboradores, produciéndose un incremento en la responsabilidad de los mismos, de forma que, por ejemplo, el Personal de Contacto con el Público sea autónomo en la toma de decisiones.

Se evoluciona pues, hacia organizaciones en que sus miembros son polivalentes, y comparten las responsabilidades en su conjunto. Creando equipos de trabajo multifuncionales que actúan como células de mejora y decisión de los procesos que aportan el valor al servicio. Para que este cambio tenga éxito, es imprescindible que las organizaciones pasen a gestionarse a través de los procesos en lugar de las funciones.

3.2 Organigrama

El organigrama funcional del **CAB** corresponde al de una estructura horizontal. Consta de un área de administración y seis áreas operativas de la que dependen las distintas actividades.

Organigrama del *Centro Asturiano de Barcelona*

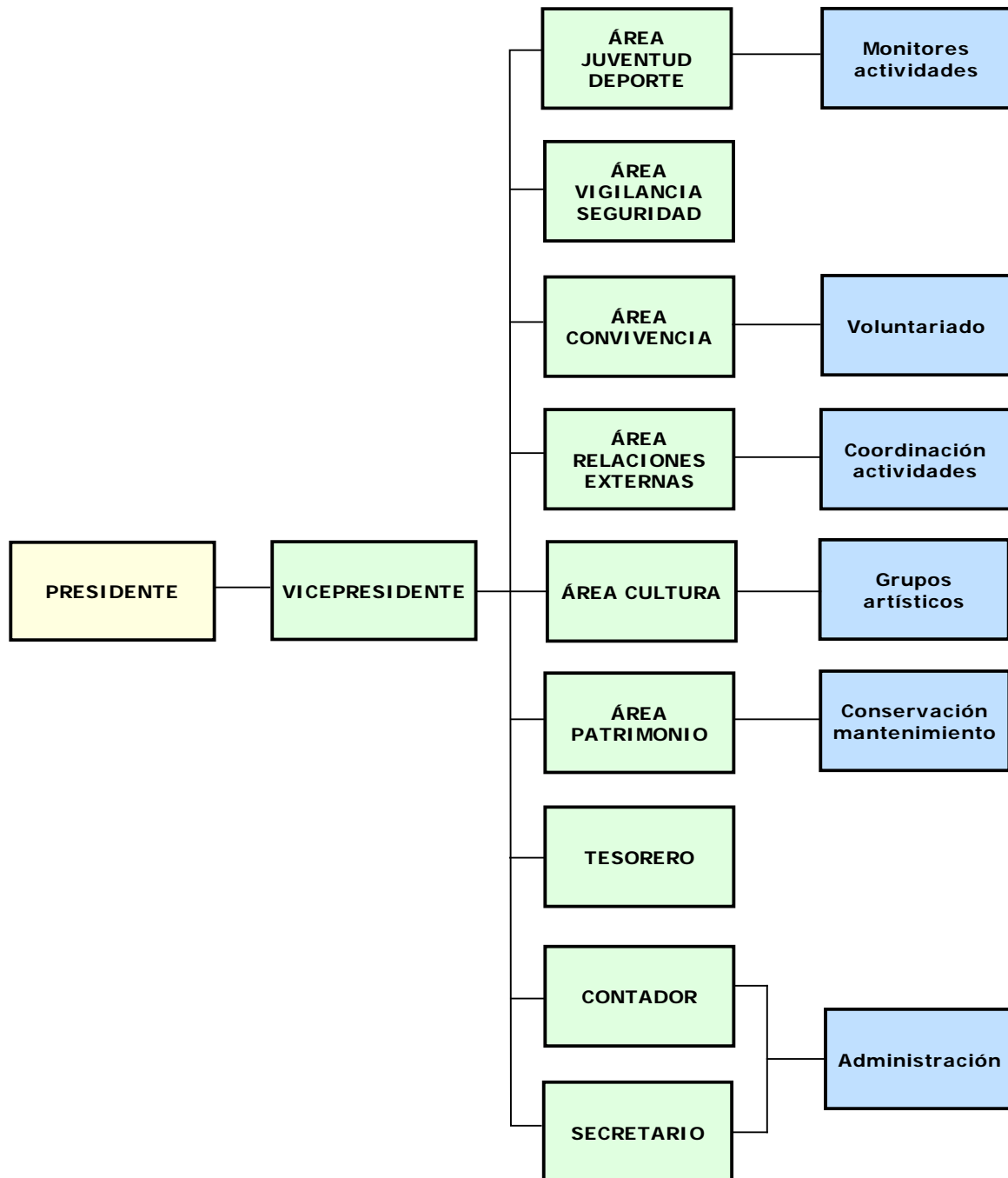


Figura 3.1.- Organigrama funcional del CAB.

4 PROCESOS

4.1 Mapa de procesos

MAPA PROCESOS CAB

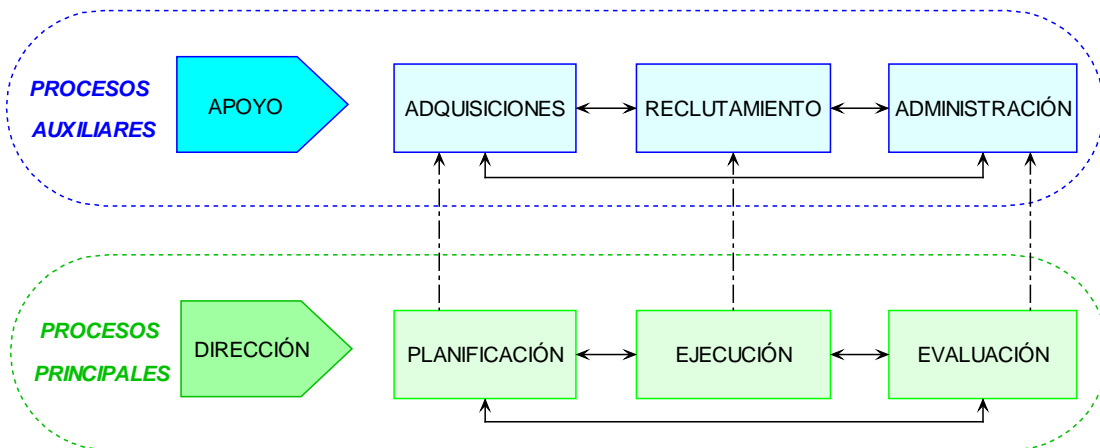
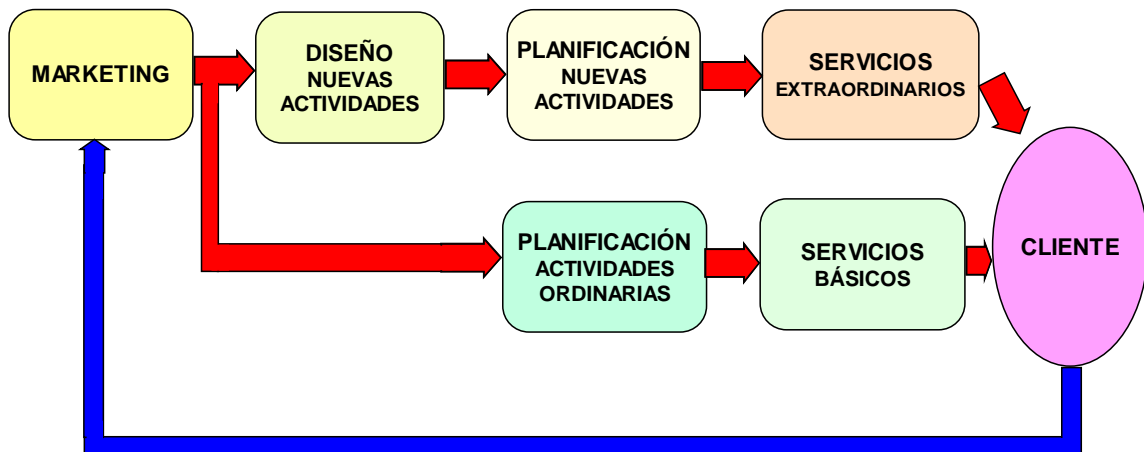


Figura 4.1.- Representación del mapa de procesos.

4.2 Cronograma de Acciones

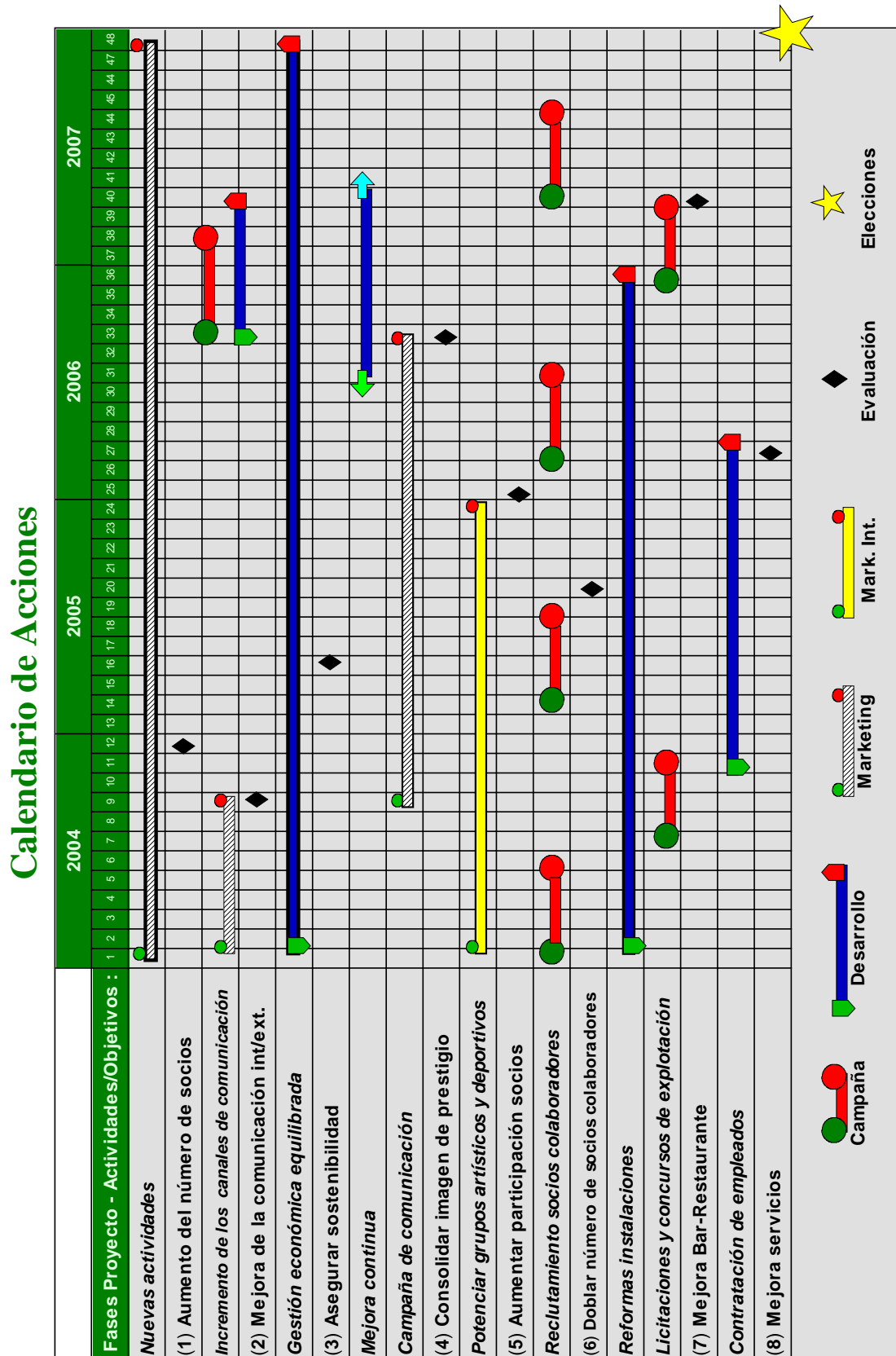


Figura 4.2.- Diagrama de Gantt.

4.3 Procesos Clave

Un proceso engloba todas aquellas actividades con sus correspondientes tareas que aportan valor añadido sobre un “*Input*”, con el objetivo de que el resultado a conseguir satisfaga los requerimientos del cliente y las especificaciones previamente diseñadas (*Output*).

Los Procesos Clave son aquellos que se perciben como los más importantes de la organización dadas las características de ésta y el entorno en que se desenvuelve. El equipo de gestión debe hacer un inventario de dichos procesos.

4.3.1 Pistas Polideportivas

Este proceso, se encuentra actualmente externalizado, a través la concesión de la explotación a la sociedad C.S. mediante contrato de arrendamiento.(Véase **apartado 8.3 - Plan Jurídico**)

Inputs: Usuarios de las instalaciones (Clientes C.S.)
Output: Grado de satisfacción clientes.

Indicadores: Sugerencias/Quejas, Uso, Rentabilidad.

Val. estado: 9/10

4.3.2 Bar-Restaurante

Proceso, actualmente externalizado, debido a la concesión de la explotación a un empresario contrato de arrendamiento. (Véase **apartado 8.2 - Plan Jurídico**)

Inputs: Socios y usuarios .
Output: Grado de satisfacción clientes.

Indicadores: Sugerencias/Quejas, Asistencia, Rentabilidad.

Val. estado: 5/10

4.3.3 Adquisiciones

Proceso interno, realizado por la Junta Directiva de forma colegiada, incluye tanto el aprovisionamiento de bienes materiales como de Recursos Humanos. Cuando el proceso lo requiera se lanzarán actividades auxiliares como licitaciones, ofertas públicas o subcontrataciones.

Input: Necesidades de la gestión interna.

Output: Alcanzar los objetivos de gestión.

Indicadores: Sugerencias/Quejas, Eficiencia.

Val. estado: 7/10

A modo de ejemplo analizamos un proceso de adquisición

Tipo: Proceso interno

Input: Necesidad de cubrir un puesto de trabajo.
(Monitor de actividades deportivas)

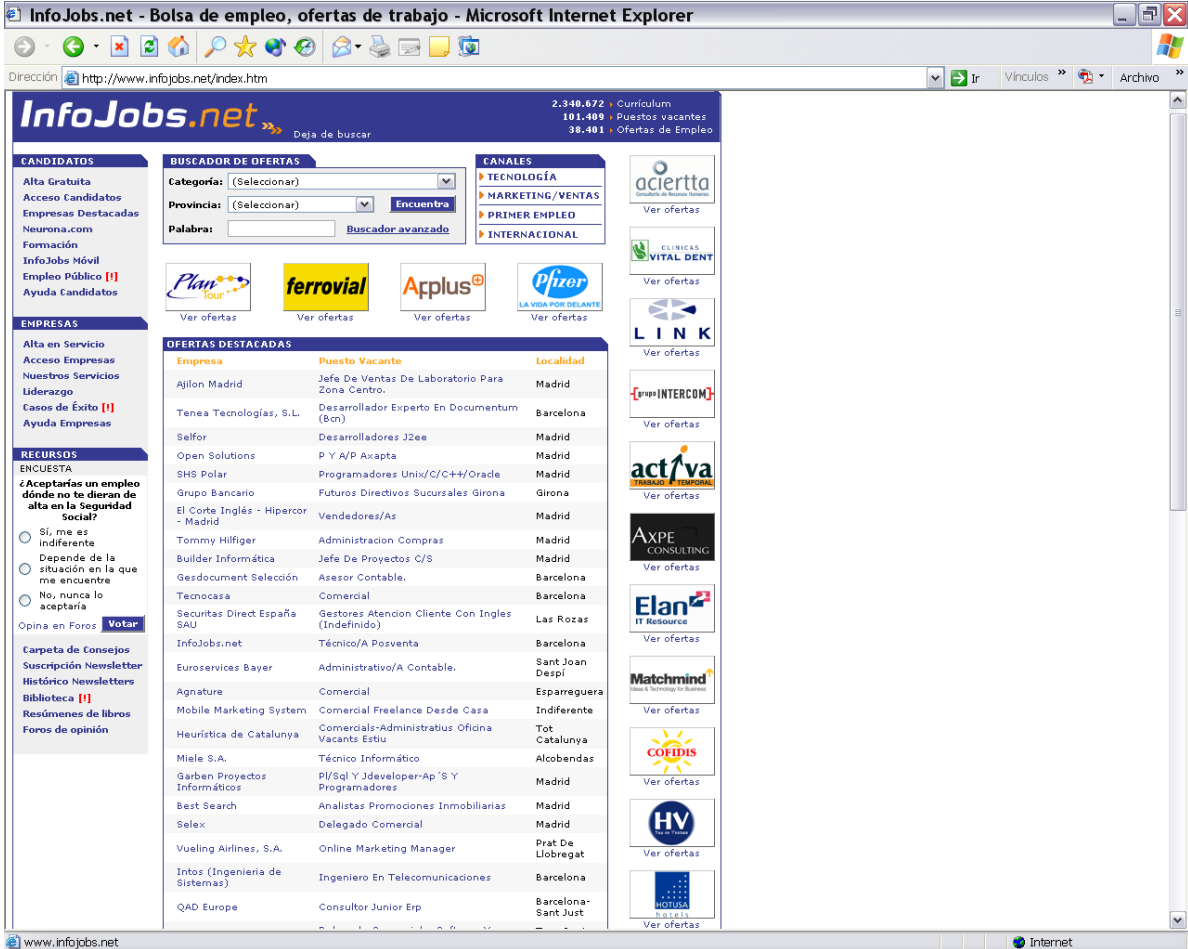
Proceso: Adquisición (RRHH)

Actividades y tareas lanzadas:

- 1.- Consulta BBDD empleo
- 2.- Publicación de oferta
- 3.- Selección

Output: Contratación

Indicadores: Absentismo, Motivación, Sugerencias/Quejas.



InfoJobs.net - Bolsa de empleo, ofertas de trabajo - Microsoft Internet Explorer

Dirección: <http://www.infojobs.net/index.htm>

2.340.672 Curriculum
101.409 Puestos vacantes
38.401 Ofertas de Empleo

BUSCADOR DE OFERTAS

Categorías: (Seleccionar) Encuentra
Provincia: (Seleccionar) Encuentra
Palabra: Buscador avanzado

CANALES

- TECNOLOGÍA
- MARKETING/VENTAS
- PRIMER EMPLEO
- INTERNACIONAL

CANDIDATOS

- Alta Gratuita
- Acceso Candidatos
- Empresas Destacadas
- Neurona.com
- Formación
- InfoJobs Móvil
- Empleo Público
- Ayuda Candidatos

EMPRESAS

- Alta en Servicio
- Acceso Empresas
- Nuestros Servicios
- Liderazgo
- Casos de Éxito
- Ayuda Empresas

RECURSOS

ENCUESTA

¿Aceptarías un empleo donde no te dieran de alta en la Seguridad Social?

Si, me es indiferente

Depende de la situación en la que me encuentre

No, nunca lo aceptaría

Opina en Foros **Votar**

Carpeta de Consejos
Suscripción Newsletter
Histórico Newsletters
Biblioteca
Resúmenes de libros
Foros de opinión

OFERTAS DESTACADAS

Empresa	Puesto Vacante	Localidad
Ajilon Madrid	Jefe De Ventas De Laboratorio Para Zona Centro.	Madrid
Tenea Tecnologías, S.L.	Desarrollador Experto En Documentum (Bcn)	Barcelona
Selfor	Desarrolladores J2ee	Madrid
Open Solutions	P Y A/D Axapta	Madrid
SHS Polar	Programadores Unix/C/C++/Oracle	Madrid
Grupo Bancario	Futuros Directivos Sucursales	Girona
El Corte Inglés - Hipercor - Madrid	Vendedores/As	Madrid
Tommy Hilfiger	Administracion Compras	Madrid
Builder Informática	Jefe De Proyectos C/S	Madrid
Gesdocument Selección	Asesor Contable.	Barcelona
Tecnocasa	Comercial	Barcelona
Securitas Direct España SAU	Gestores Atencion Cliente Con Ingles (Indefinido)	Las Rozas
InfoJobs.net	Técnico/A Posventa	Barcelona
Euroservicios Bayer	Administrativo/A Contable.	Sant Joan Despi
Agnature	Comercial	Esparreguera
Mobile Marketing System	Comercial Freelance Desde Casa	Indiferente
Heuristica de Catalunya	Comercials-Administrativs Oficina Vacants Estiu	Tot Catalunya
Miele S.A.	Técnico Informático	Alcobendas
Garben Proyectos Informáticos	Pl/Sql Y Jdeveloper-Ap'S Y Programadores	Madrid
Best Search	Analistas Promociones Inmobiliarias	Madrid
Selex	Delegado Comercial	Madrid
Vueling Airlines, S.A.	Online Marketing Manager	Prat De Llobregat
Intos (Ingenieria de Sistemas)	Ingeniero En Telecomunicaciones	Barcelona
QAD Europe	Consultor Junior Eip	Barcelona-Sant Just

Logos de empresas: Plan Your, ferrovial, Applus, Pfizer, aciertta, CLINICES VITAL DENT, LINK, INTERCOM, act'va, AXPE CONSULTING, Elan IT Resource, Matchmind, COFIDIS, HV, HETEROLOGO

Figura 4.3.- Proceso Adquisición. Consulta Bases de Datos.

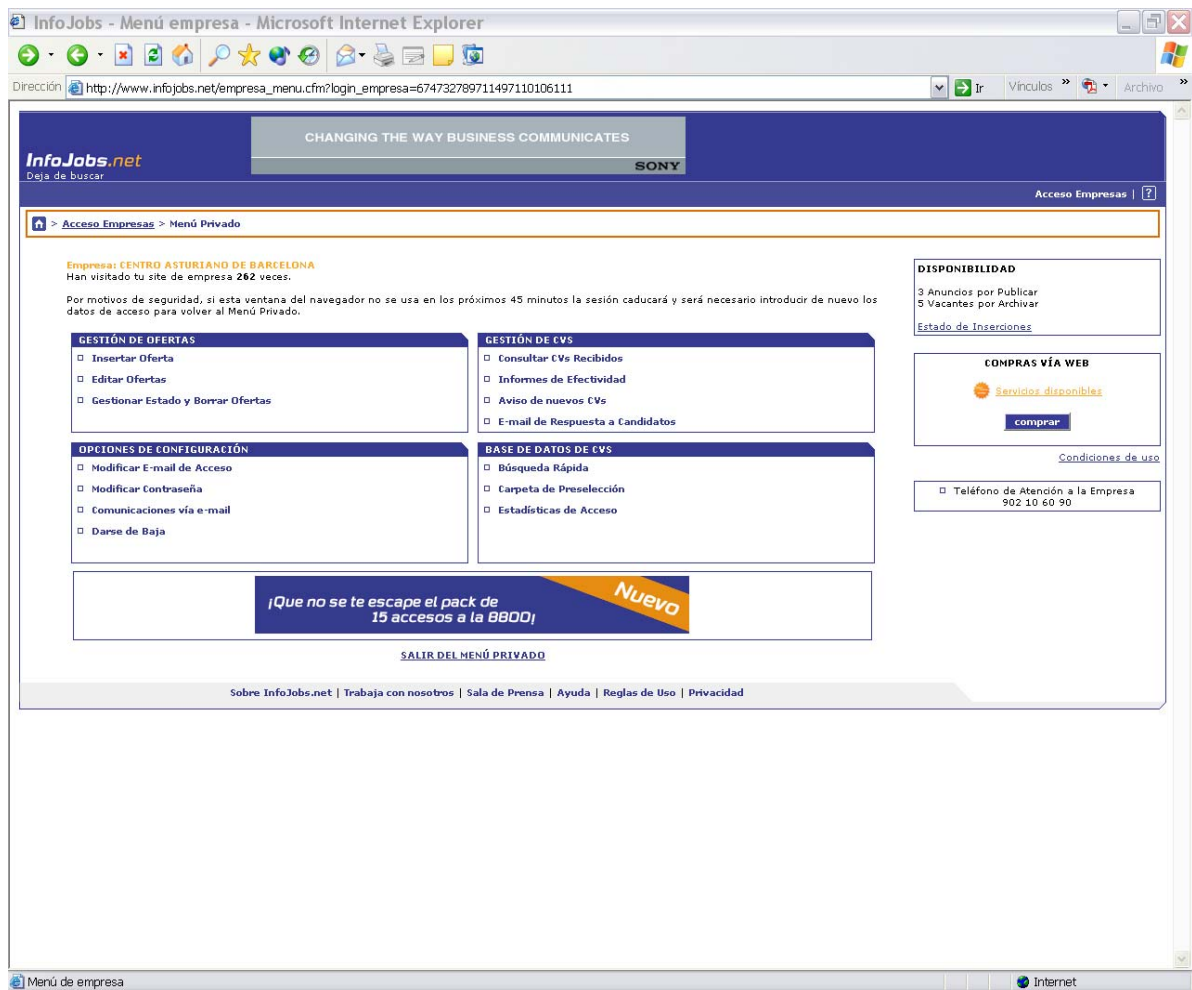


Figura 4.4.- Proceso Adquisición. Publicación de Oferta.

Oferta de empleo: SOCORRISTA ACUÁTICO - Barcelona - InfoJobs.net - Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

InfoJobs.net Fundación Bosch i Gispert Universitat de Barcelona

Deja de buscar

Canales: (Seleccionar) 0 Clip de Ofertas | Acceso Candidatos | ?

Visualizar Oferta

SOCORRISTA ACUÁTICO

Fecha de la Oferta: 23-04-2005
Referencia de la Oferta: SOC_ACUA
Nombre de la Empresa: CENTRO ASTURIANO DE BARCELONA
[Más Información](#)

UBICACIÓN

Población: Barcelona
País: España
Provincia: Barcelona

DESCRIPCIÓN

Cargo vacante: SOCORRISTA ACUÁTICO
Categoría: Educación - Formación
Departamento: Juventud - Deporte
Número de Puestos Vacantes: 1
Descripción de la Oferta: EL CENTRO ASTURIANO DE BARCELONA UBICADO EN ZONA ALTA (SARRIÀ - JUNTO RDA, DALI) SELECCIONA UN SOCORRISTA PARA DESARROLLAR FUNCIONES DE PREVENCIÓN, VIGILANCIA Y CONTROL DE LAS INSTALACIONES ACUÁTICAS DURANTE LA TEMPORADA DE VERANO (15 DE JUNIO A 15 DE SEPTIEMBRE). HORARIO TRABAJO: DE 11:00 A 14:30 Y DE 16:00 A 19:30 DE MARTES A DOMINGO. SE OFRECE ALTA EN SEGURIDAD SOCIAL, CONTRATACIÓN Y SALARIO NETO POR ENCIMA DE 750 € MENSUALES.

REQUISITOS

Estudios Mínimos: Graduado Escolar - No requerido
Experiencia Mínima: No Requerida
Imprescindible Residente en: Provincia Puesto Vacante
Requisitos Mínimos: Titulación de socorrista acuático (licencia actualizada). Disponibilidad para las fechas indicadas.
Requisitos Deseados: Se valorará experiencia previa y formación en actividades físico deportivas (CFGS) o MEF/INEF. Persona responsable y dinámica. Residente en Barcelona o alrededores.

SALARIO

	Mínimo	Máximo
Rango Salario:	600 € (~100 Mil Ptas) Neto/mes	900 € (~150 Mil Ptas) Neto/mes

CONTRATO

Tipo de Contrato: Temporal
Duración del Contrato: TEMPORADA VERANO -05
Jornada: Completa
Horario Laboral: PARTIDO: 11:00 a 14:30 y 16:00 a 19:30- Ma. a Dom

Enviar a clip de ofertas Enviar Oferta a un Amigo

Internet

Figura 4.5.- Proceso Adquisición. Contratación.

4.3.4 Comunicación

Proceso interno/externo (Marketing), incluye tanto las comunicaciones internas (convocatorias, avisos, etc.,..) como externas (circulares, publicaciones y actividad del Portal WEB).

Input: Necesidades de la gestión interna (Colaboradores)
Comunicaciones a los socios y usuarios instalaciones.
Comunicaciones exteriores (*Mass Media*, Instituciones, etc.,.)

Output: Lograr comunicar los mensajes.

Indicadores: Respuestas, Eficacia, Eficiencia.

Val. estado: 8/10

Recientemente, se ha iniciado la actividad del **Portal WEB** que integra de forma moderna los múltiples canales de comunicación tradicionales que se venían utilizando hasta el momento:

- Circulares informativas (Correo Postal)
- Formularios de contacto (Buzón de Sugerencias)
- Descarga de publicaciones (Imprenta gráfica)
- Correo electrónico (Secretaría virtual)
- Datos de localización (Planos)
- Datos de contacto (Libreta de direcciones)

Dada la importancia de este medio, a continuación, se analizan las actividades que ofrece al socio y visitante dentro del proceso comunicativo.

4.3.4.1 Portal WEB



Figura 4.1.- Página de inicio. (Home)

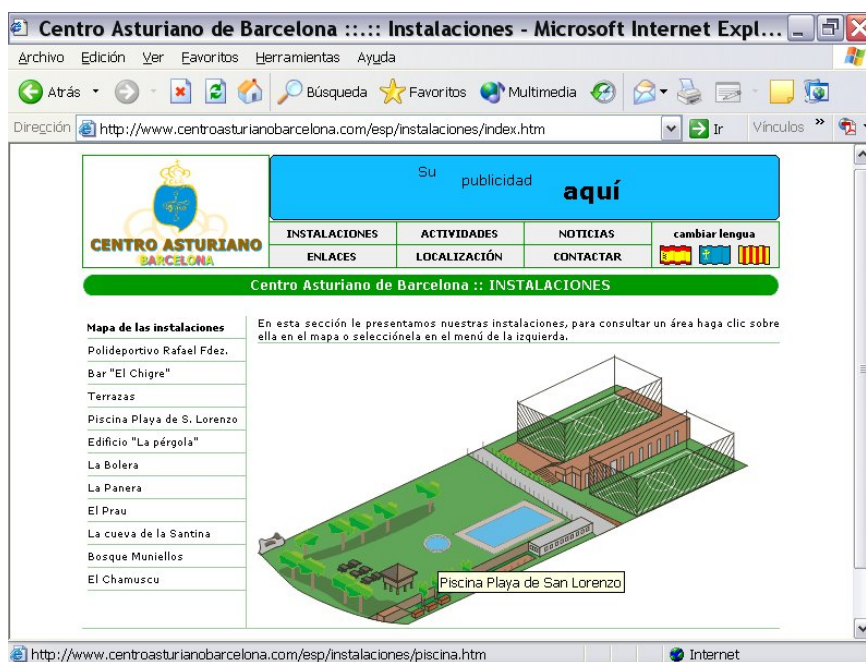


Figura 4.2.-Plano virtual de las instalaciones. Datos localización.



Figura 4.3.-Página de enlaces.Datos de contacto.



Figura 4.4.- Formulario de contacto. (Buzón Sugerencias)

-----Mensaje original-----
De: buzon@centroasturianobarcelona.com [mailto:buzon@centroasturianobarcelona.com]
Enviado el: viernes, 01 de abril de 2005 17:45
Para: buzon@centroasturianobarcelona.com
Asunto: Formulario de contacto (Castellano)

Servicio gratuito de formularios de envío ofrecido por [Melodysoft](#)

Enviado el: **01/04/2005 17:44**

PUBLICIDAD

[¡Los mejores Tonos y Logos para tu móvil!](#)
[Personaliza tu móvil o el de tus amigos de la forma más sencilla: enviando un mensaje SMS.](#)

Pregunta:	hola, un saludo, somos asturianos, hace tres meses que vivimos en Barcelona y estoy visitando vuestra página y me encanta, me gustaría hacernos socios y quiero saber cuanto nos costaría, somos cuatro personas. Muchas gracias.
Email:	terelucamacho@hotmail.com
Nombre:	m. teresa camacho ruiz
Dirección:	c/ morata 6, 2º, 2ª,
CP:	08022
Poblacion:	barcelona
Telefono:	933123712
Submit:	Enviar

Enviado desde:
IP: **80.58.32.174**
Host: **80.58.32.174.proxycache.rima-tde.net**
<http://www.melodysoft.com>

Figura 4.5.- Recepción de un formulario de contacto.

("No electrons were harmed in the creation of this web site")

4.3.4.2 Enlaces en la red

El Portal WEB del CAB permite acceder directamente a múltiples *sites* relacionadas con la temática de la Entidad.

(Ver <http://www.centroasturianobarcelona.com/esp/enlaces/index.htm>)

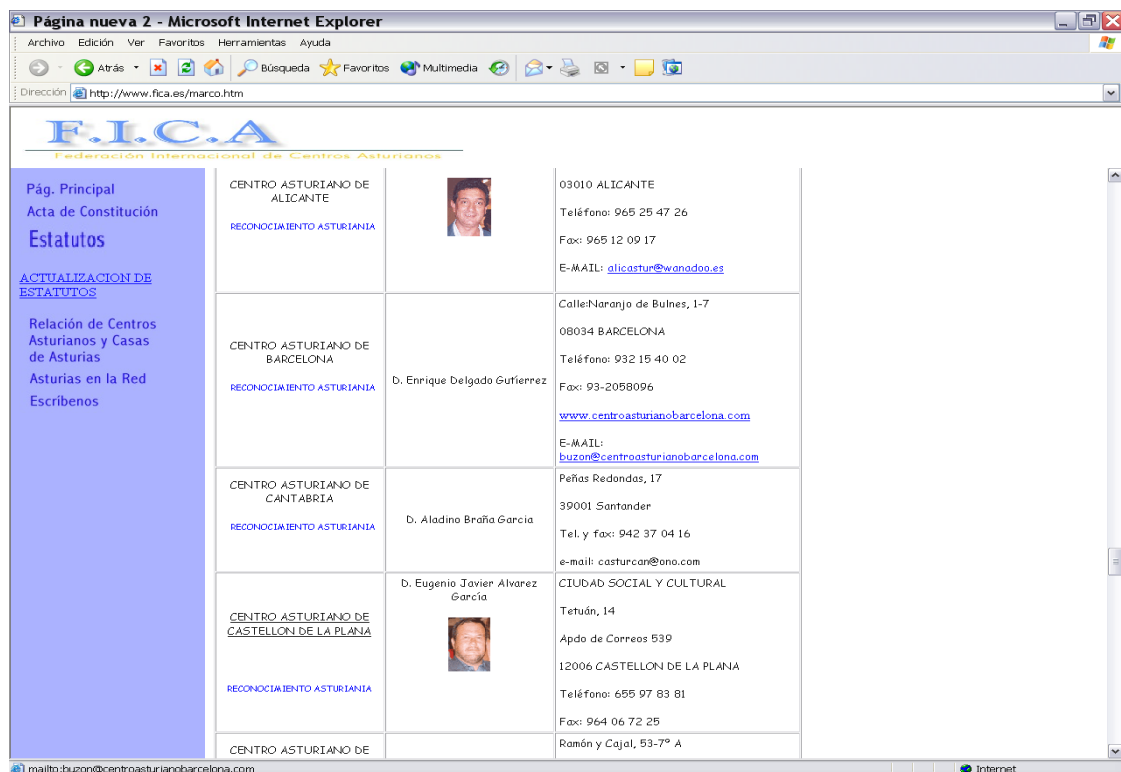
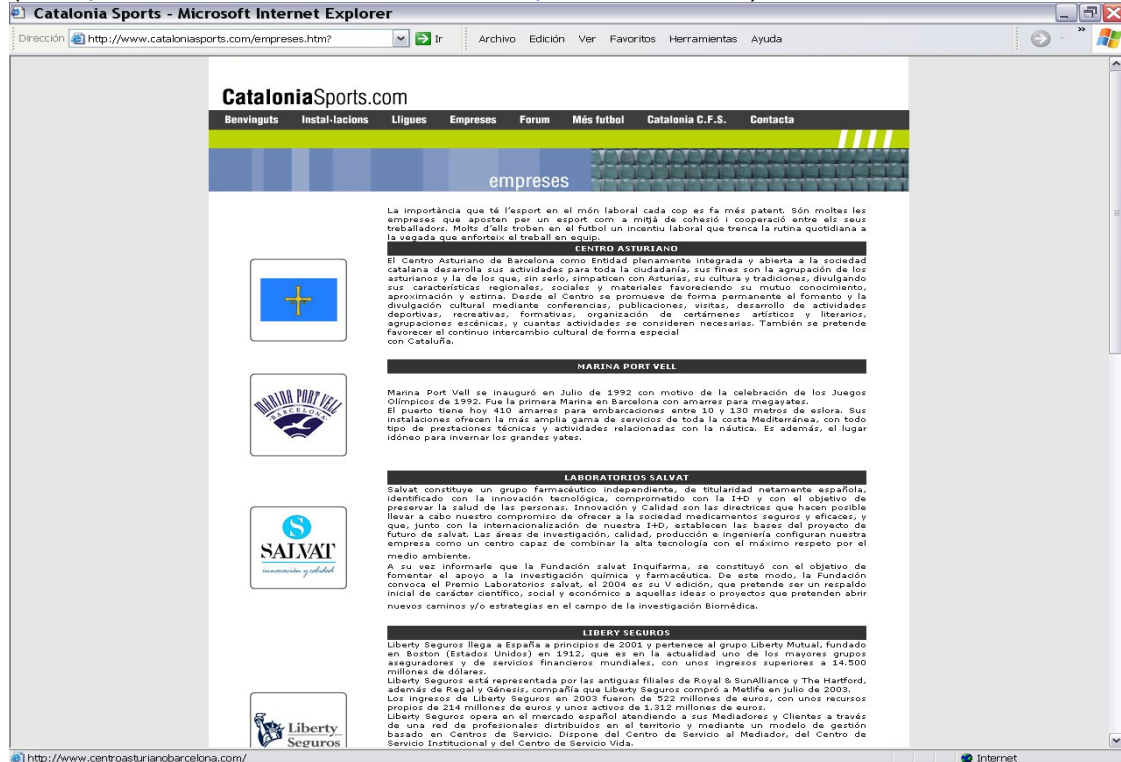


Figura 4.6.- Enlaces externos al portal WEB.

4.3.5 Ingreso de nuevos socios

Proceso interno, que se inicia motivado por la solicitud de ingreso en la asociación. En virtud de lo establecido en el artículo 11 de los estatutos sociales (Véase **apartado 10** - *Plan Jurídico*), la persona que desee ingresar en la Entidad deberá presentar solicitud a la Junta Directiva que deliberará sobre su admisión en la primera sesión ordinaria que celebre.

Input: Solicitud de inscripción.
Output: Resolución solicitud.
Indicadores: Altas anuales, Sugerencias/Quejas.
Val. estado: 7/10

Admitido el nuevo socio, deberá abonar la cuota de entrada o de inscripción establecida por la Junta Directiva, así como la ordinaria anual en proporción, en su caso, al tiempo que reste del año, y se le facilitará la Tarjeta de Asociado, en la que constará: clase y número de socio, nombre, apellidos y dirección. También se le entregará un ejemplar de los Estatutos.

Para el año 2.005, se han establecido las siguientes cuotas sociales:

<i>Cuota de entrada</i>	300 €
<i>Cuota ordinaria anual</i>	120 €



Centro Asturiano de Barcelona

Naranjo de Bulnes, 1-7
 Ráfols, 17-21
 08034 Barcelona
 Tel: 93 215 40 02
 Fax: 93 205 80 96
 Servicio bar tel.: 93 280 31 39
www.centroasturianobarcelona.com
 e-mail: buzon@centroasturianobarcelona.com

BOLETÍN DE INSCRIPCIÓN

El/La abajo firmante solicita su inscripción como socio/a del Centro Asturiano de Barcelona, a cuyo efecto comunica sus datos personales y abona las cantidades que se le indican en concepto de cuotas de inscripción y del año en curso.

Nombre y apellidos _____

Número D.O.I. _____

Fecha de nacimiento: día _____ de _____ de _____

Lugar de nacimiento _____ Provincia _____

Nombre de los padres _____ y _____

Nombre de hijos/hijas: (2)

SOCIOS	Fecha	Trabaja	Conviven con los padres	
	de nacimiento	SI/NO	SI/NO	SI/NO
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____

Para descendientes de asturianos: Subrayar ascendientes: Padre, Madre, Abuelo, Abuela, Bisabuelo, Bisabuela (1)

Estado civil (3) _____ Profesión (3) _____ Jubilado SI/NO

Domicilio en _____ Calle/Plaza: _____

Nº _____ Piso _____ Puerta _____ Escalera _____ D.P. _____ Tel. _____

Fax _____ Correo electrónico _____

Domicilio para el cobro: Entidad _____ Oficina _____ D.C. _____ Cuenta _____

_____ de _____ de _____ Firma

Presentar dos fotografías tamaño carnet y fotocopia del D.O.I.

Cuotas actuales: Inscripción 300 Euros. Anual 120 Euros

OTROS DATOS DE INTERES (2)

Aficiones _____

¿Qué actividades desea realizar en el Centro Asturiano? _____

¿Pertenece a otras asociaciones? _____

De su tiempo libre ¿Cuánto pasaría en el Centro Asturiano? _____

OTRAS INFORMACIONES (2)

RESOLUCIÓN DE LA JUNTA DIRECTIVA

- (1) Se acreditará documentalmente la naturaleza del/los ascendientes
- (2) En caso de que no disponga de suficiente espacio para cumplimentar utilice el reverso de la hoja
- (3) Datos informativos no obligatorios

En caso de falsedad de los datos, significará la pérdida de los derechos.
 El Centro Asturiano de Barcelona es responsable del fichero de datos personales donde se incluyen los datos que se faciliten, los cuales solamente se utilizarán en aquello que esté relacionado con los fines propios del Centro, de acuerdo con la Legislación Vigente.

Entidad declarada de Utilidad Pública. Inscrita en el Registro de Asociaciones de Barcelona con el núm. 708. C.I.F. G08502544

Figura 4.6.- Formulario de solicitud de inscripción al CAB.

4.3.6 Planificación de actividades

Se trata de uno de los procesos internos más laboriosos e influyentes sobre el resto de procesos. A partir del momento en que un miembro de la Junta Directiva plantea la definición de la actividad deseable a conseguir, se procede del siguiente modo:

- a) Definición de la actividad por consenso. Para ello:
 - a.1 Aplicación de un *brainstorming* o tormenta de ideas con el objetivo de analizar las alternativas existentes.
 - a.2 Seleccionar las alternativas más adecuadas de acuerdo con los recursos disponibles.
- b) Revisar la definición de la actividad que se desea lanzar.
- c) Diseño de la solución óptima con las alternativas prioritarias.
 - c.1 Animar a los miembros del equipo a producir el máximo de ideas posibles.
 - c.2 Desarrollar las soluciones.
- d) Planificar la implementación en el tiempo
Es imprescindible el compromiso de todo el grupo para que se implique en la implantación de la actividad.

Input: Necesidades socios y usuarios.
Output: Lanzamiento nueva actividad.
Indicadores: Participación, Nivel de satisfacción.
Val. estado: 8/10

4.3.7 Libración de servicios

Proceso interno, que implica directamente a los empleados y colaboradores de la Entidad en el contacto directo con los socios y usuarios de las instalaciones. En este acto culminante del proceso servuctivo también acostumbran a participar los componentes de la junta Directiva.

En cuanto al desarrollo y mejora del sistema de servicios creemos que el nivel de servicio que ha de prestar el **CAB** debe ser directamente proporcional al grado de exigencia del cliente.

Con el fin de mejorar la libración de los servicios la Junta Directiva del **CAB** se ha propuesto que los socios participen en todas las fases del proceso producción de los servicios.

Input: Necesidad de cubrir la demanda (socios y usuarios)
Output: Acto del servicio.
Indicadores: Participación, Sugerencias/Quejas.
Val. estado: 6/10

4.3.8 Celebraciones tradicionales

Proceso interno repetitivo anualmente con pequeñas variaciones. Requiere de considerable despliegue de recursos humanos y materiales. Movilización de colaboradores y miembros de la Junta Directiva.

Input: Convocatoria (Colaboradores)
Output: Celebración de las jornadas festivas. Convivencia. Imagen.
Indicadores: Participación, Sugerencias/Quejas.
Val. estado: 9/10

Ejemplos de fiestas tradicionales: Bollu (Mayo), San Juan (Junio), Santina (Septiembre), Amagüestu (Noviembre), Sta. Bárbara (Diciembre).

4.3.9 Grupos artísticos tradicionales

Proceso interno auspiciado por la Junta Directiva pero que responde a la motivación personal de los socios por agruparse para el desarrollo de actividades artísticas con el apoyo de la Entidad.

Asumen la representación del CAB en los actos públicos tanto internos como externos en los que participen.

Input: Agrupación de colaboradores.
Output: Actuaciones, Convivencia, Imagen.
Indicadores: Participación, Sugerencias/Quejas.
Val. estado: 8/10

Grupos artísticos: Coro, Grupo de Baile, Grupo de Folk y Gaiteros.

5 EVALUACIÓN

5.1 Introducción

Es un indicador que permite comparar los resultados obtenidos con los esperados, analizando las causas de las desviaciones. Se utiliza para la resolución de problemas y constituye un *input* básico para la mejora de los procesos.

5.1.1 Cuestionarios sobre actividades

Planteamos el siguiente cuestionario sobre actividades a rellenar por parte del socio/a, con la finalidad de obtener una valoración rápida y sencilla del grado de satisfacción de sus expectativas.

VALORACIÓN DE LA ACTIVIDAD

*Rogamos su colaboración para rellenar este cuestionario.
Sus opiniones son muy valiosas y nos serán de gran utilidad para realizar futuras mejoras.*

Centro Asturiano de Barcelona (500115-1)

Valore los aspectos que a continuación se relacionan de 1 a 10 puntos.
Marque con una X en la casilla correspondiente.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Difusión previa de la actividad.....										
2. Organización de la actividad.....										
3. Puntualidad en el inicio de la actividad.....										
4. Adecuación de las respuestas del monitor a las preguntas planteadas.....										
5. Interés que le ha suscitado la actividad.....										
6. Duración del desarrollo de la actividad.....										
7. Grado de conocimiento de la actividad por parte del monitor.....										
8. Capacidad de comunicación del monitor.....										
9. Material complementario suministrado para el desarrollo de la actividad.....										
10. Otros:										

**Le invitamos a realizar las observaciones y sugerencias que considere oportunas.
Gracias por su colaboración.**

En el caso de que su puntuación haya sido, en algún apartado, inferior al 5 le agradeceríamos que nos indique el motivo:

Código cuestionario: 500115 Modelo A

Claves de codificación:

50	Año 05
01	Mes
15	Día
1	Actividad:

5.1.2 Estadísticas de uso del portal WEB

Con el fin de valorar cuantitativamente la eficacia del Portal WEB, se ha activado un indicador interno, operativo desde la puesta en funcionamiento de la nueva actividad. Este sistema registra automáticamente los accesos al Portal y presenta la información relativa al número de visitas, ordenada por fechas, franjas horarias, proveedores de servicios, países de procedencia y formas de acceso.

El proceso resulta totalmente transparente al usuario o visitante ocasional, pero nos permite caracterizar el perfil del usuario del medio.

Este servicio auditoria para páginas WEB es soportado por el proveedor de servicios de software **nedstatbasic** (Ver <http://www.nedstatbasic.net>) a través de la publicidad dinámica.

A continuación se muestran algunos ejemplos de los datos registrados durante los tres primeros meses de actividad.

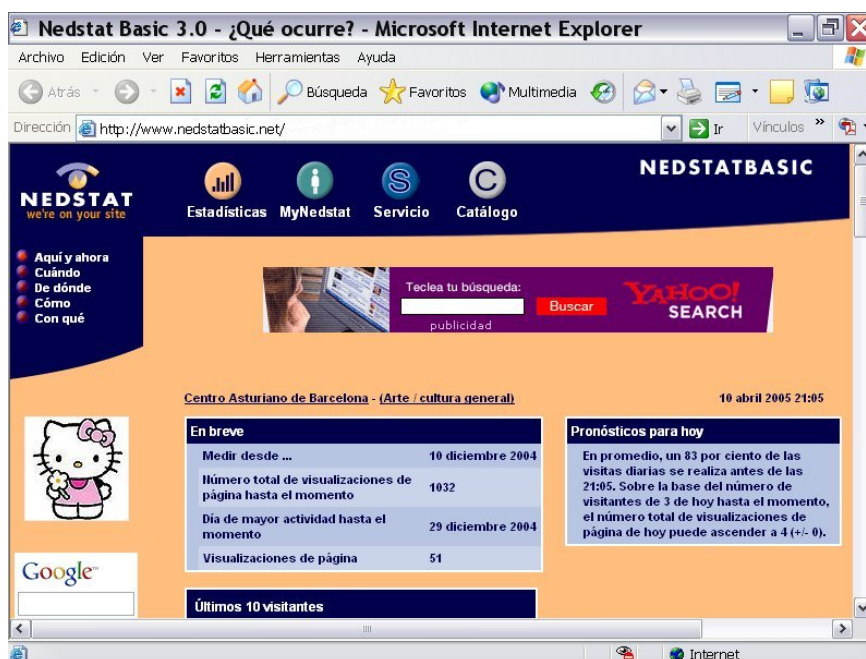


Figura 5.1.-Página de principal del control estadístico. Contador de visitas.

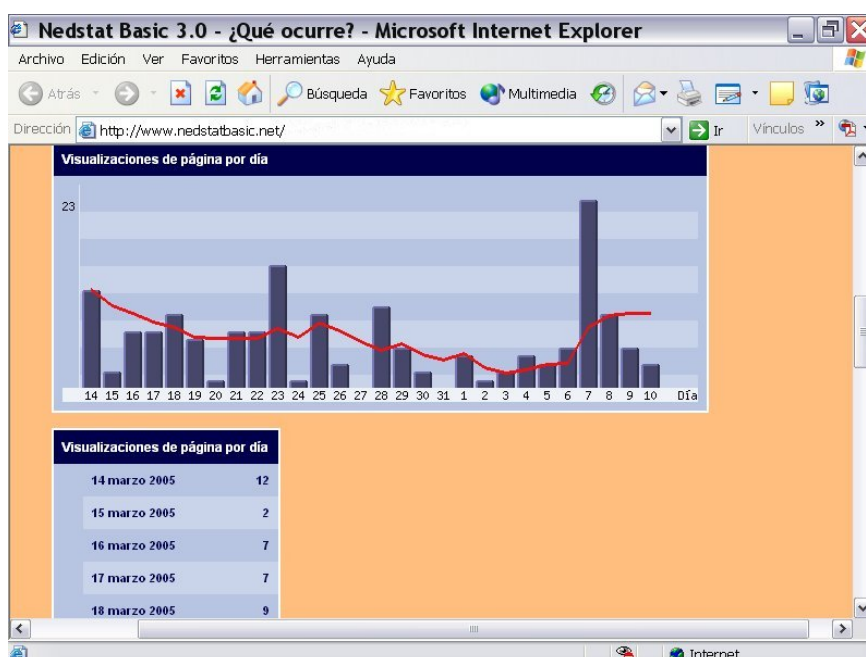


Figura 5.2.-Gráfica del número de visualizaciones por día.

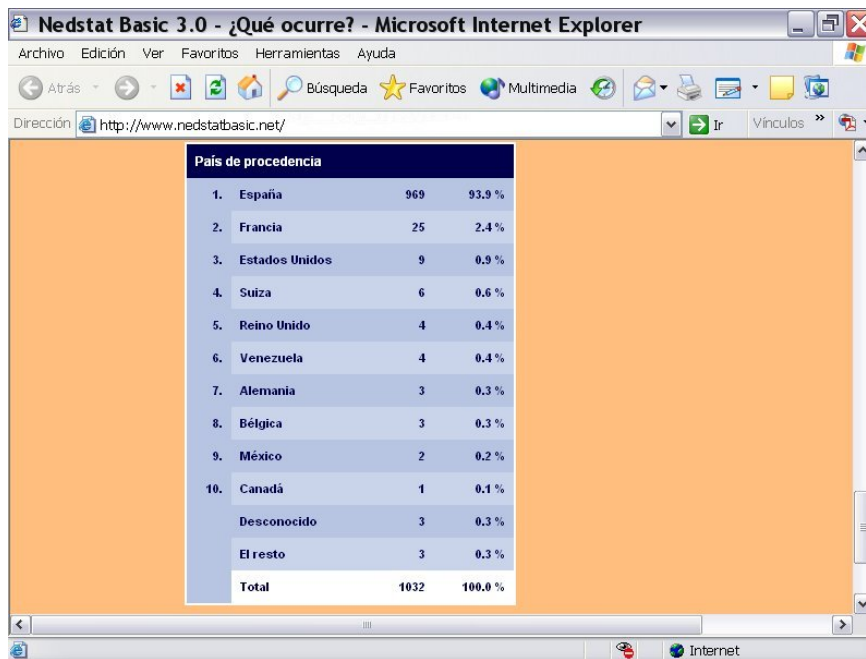


Figura 5.3.-Procedencia por países.

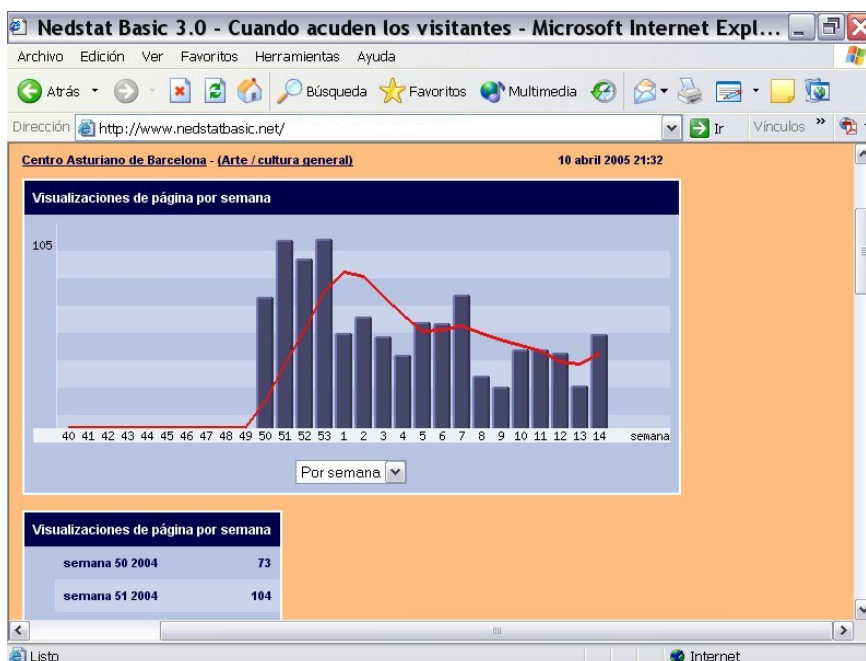


Figura 5.4.-Histórico de visitas por semanas.

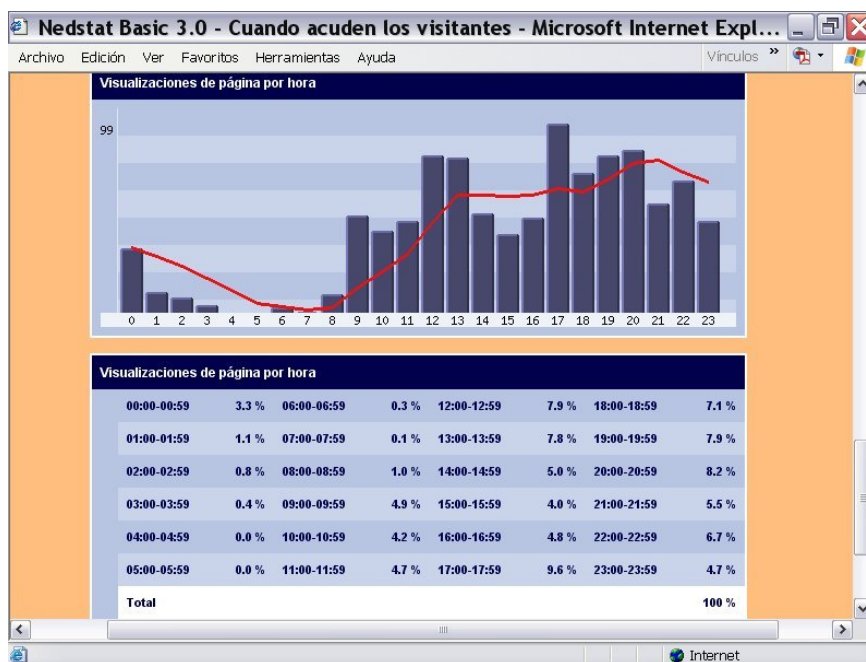


Figura 5.5.-Registro horario de las visitas.

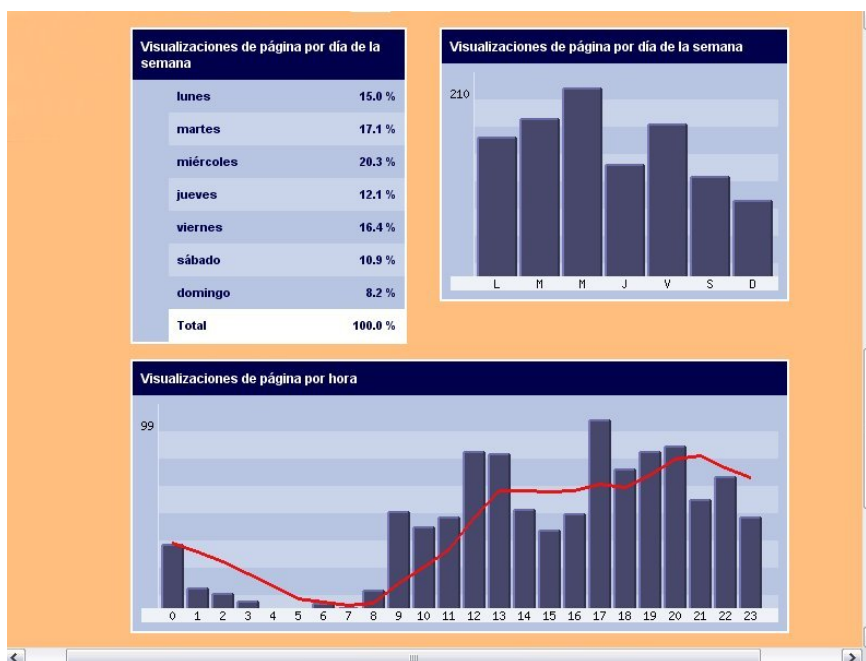


Figura 5.6.-Registro semanal de visitas.

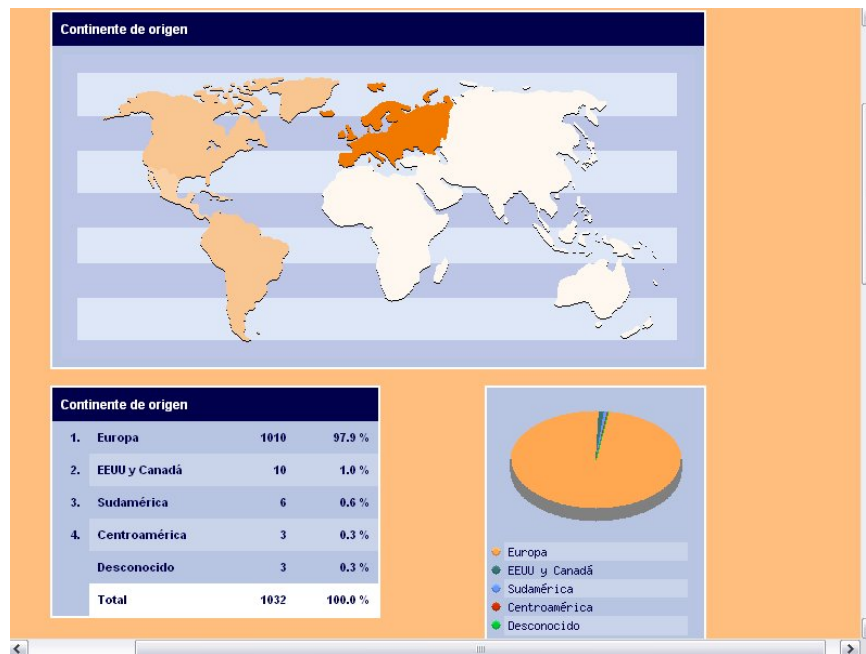


Figura 5.7.-Análisis de procedencia de los visitantes por continentes.

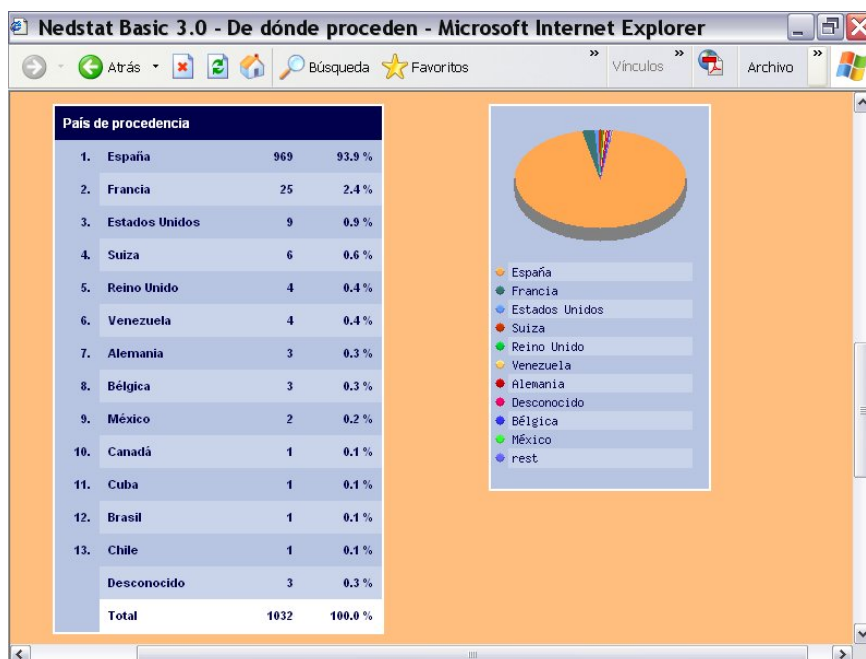


Figura 5.8.-Análisis de procedencia de los visitantes por países.

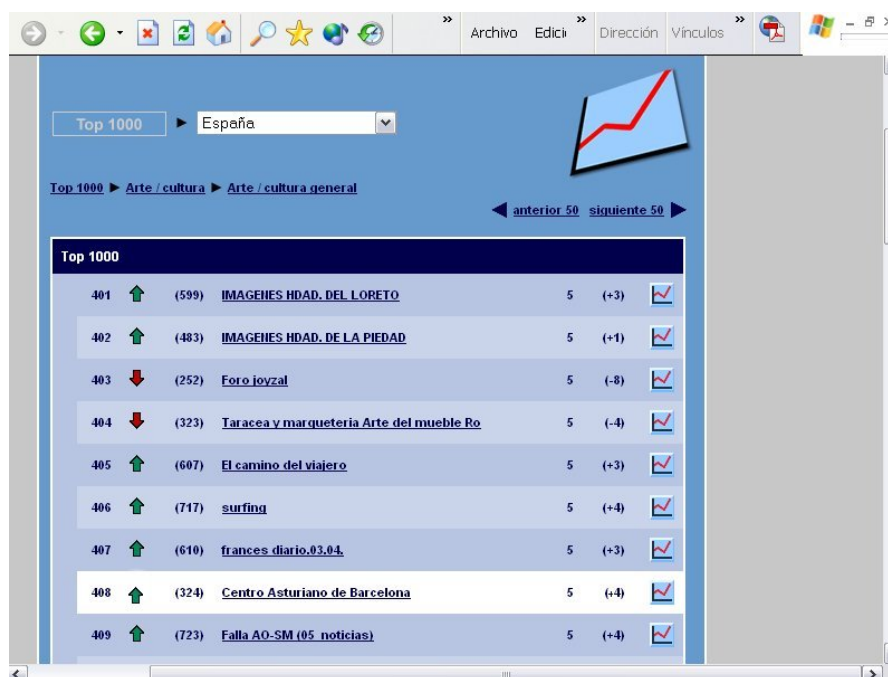


Figura 5.9.-Posicionamiento del portal en su sector (sobre 1.000 Sites temáticas)

5.1.3 Análisis de quejas y sugerencias

Una queja es una insatisfacción expresada por el cliente, basada en el incumplimiento de compromisos adquiridos o en actuaciones deficientes, sobre la cual el cliente espera alguna solución, que de llegar a tiempo da un resultado altamente positivo fidelizándolo.

Una organización orientada al cliente debe mostrarse abierta y transmitir a todos los miembros el conocimiento del socio, en este sentido el **CAB** debe:

- **Resumir y comunicar periódicamente a los empleados las quejas de los clientes.**
Si éstas son recurrentes ponen de manifiesto la necesidad de reforzar la formación y motivación de los empleados o colaboradores.
- **Enseñar a los empleados y colaboradores cómo responder a los socios y usuarios de las instalaciones.**
Lo cual resulta especialmente complejo al enfrentarse a clientes descontentos. Ante todo, se debe dar la suficiente autonomía a los empleados y colaboradores para que se sientan con confianza para manejar estas situaciones.

- **Responder por escrito a las quejas de los socios y usuarios.**
De esta forma se consigue implicar al socio en la organización, explicándole las medidas que se están adoptando para la mejora del servicio.

Existen dos buzones a disposición del socio y dos tablones de anuncios oficiales en las instalaciones del **CAB**, además de las cuentas de correo electrónico:

buzon@centroasturianobarcelona.com y juntadirectiva@centroasturianobarcelona.com

5.1.4 Impacto social

La organización, al ser una Entidad perfectamente integrada en la sociedad, mantiene con ésta una estrecha relación de permanente correspondencia. Sus actividades se desarrollan al ritmo de los acontecimientos sociales propios de la ciudad, el país y las distintas regiones culturales con las que convive en intercambio cultural. En este sentido, recientemente se ha creado un inventario donde se registran documentalmente todas las noticias públicas relacionadas con el **CAB** que han trascendido a los medios de comunicación.

(Ver <http://www.centroasturianobarcelona.com/esp/noticias/index.htm>)

Este archivo también sirve de base para la elaboración de la memoria de actividades, y la justificación ante los patrocinadores, mecenas e instituciones que colaboran con la asociación.

6 PROCESO DE DIRECCIÓN

6.1 Introducción

El proceso de dirección del **CAB** está a cargo de la Junta Directiva, órgano colegiado de la Entidad definido por los estatutos sociales. (Véase **apartado 10 - Plan Jurídico**).

Como máximo órgano de decisión interviene tanto directa como indirectamente en la mayor parte de las actividades que implican al resto de los procesos, y su participación es clave en el desarrollo de la cadena de valor de la producción de servicios.

El estilo de dirección moderno debe llevar a cabo las operaciones de forma participativa, promover que la mayoría sepan tomar sus propias decisiones y favorecer una formación continua para que todos los miembros de la organización puedan llevar a cabo los cambios deseados para la mejora de los procesos.

Este órgano está compuesto por doce miembros con voz y voto, aunque puede recibir el asesoramiento de otros colaboradores con voz pero sin voto.

Input: Cualquier necesidad de gestión interna o externa.
 Output: Lograr los objetivos de la misión de la organización.
 Indicadores: Participación, Respuestas, Eficacia, Eficiencia.
 Val. estado: 8/10

6.1.1 Cuadro de Directivos

CARGO		NIVEL ESTUDIOS	PROFESIÓN
Presidente	Enrique Delgado Gutiérrez	Dr. Ing. industrial	Dtor. Comercial GEC-Alstom
Vicepresidente	Luis Carlos Pardo Escudero	Perito industrial	Empresario
Secretario	Javier López Font	Ing. Téc. Telecom.	Estudiante
Tesorero	Juan José López Font	Ldo. Económicas	Dtor. sucursal Caixa Penedès
Contador	Jesús Delgado Gutiérrez	Ldo. Económicas	Auditor cuentas Grupo Freixenet
Cultura	José M ^º Pérez López	Perito industrial	Comercial maq. transporte
Convivencia	Gloria Borbolla Ramos	Bachiller	Empresaria
Relaciones Externas	Luis Ángel Fdez. Posada	Perito industrial	Diseñador industrial
Patrimonio	Alberto Domínguez Palicio	Ing. Telecom. MBA	Lab. PROMAX,S.A.
Juventud-Deporte	Montserrat Pinín Valdés	Lda. Farmacia	Farmacéutica
Juventud-Deporte	Alberto Alonso Díaz	Bachiller	Seguros
Vigilancia-Seguridad	Agapito Glez. Soberón	Perito industrial	Empresario

Figura 6.1.- Cuadro de Directivos del **CAB**. (2.004 - 2.005)

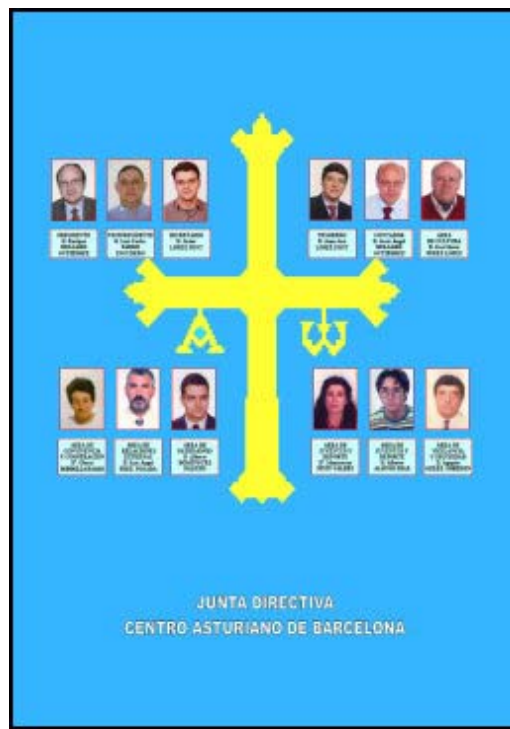


Figura 6.2.- Junta Directiva CAB. Año 2004.