

**Informe Final de Práctica Profesional**

**La Estructuración de los Procesos y las Estrategias Comerciales de MLC Tecnología  
Educativa Ltda.**

**Sandra Milena Ospina Agudelo**

**Tutor**

**Carlos Andres Pedroza**

**Administrador de Empresas**

**Universidad Católica Popular del Risaralda**

**Programa de Administración de Empresas**

**Prácticas Profesionales**

**Pereira**

**2010**

**Dedicatoria**

El presente trabajo es dedicado a mis padres que con esfuerzo y sacrificio apoyaron mi carrera, por su constante colaboración y sus consejos sabios, a mi hija que ha sido la razón para salir adelante y superar los obstáculos.

### **Agradecimientos**

Gracias a la Universidad Católica Popular del Risaralda, por darme la oportunidad de formar parte de la comunidad uceperiana y adquirir las bases profesionales en el transcurso de estos cinco años de carrera. A la oficina de Prácticas Profesionales por gestionar el proceso de ubicación en la empresa MLC Tecnología Educativa Ltda., la cual ha sido una experiencia enriquecedora profesional y personalmente; a la empresa MLC Tecnología Educativa Ltda., por abrirme sus puertas y darme la oportunidad de conocer la dinámica del contexto empresarial, a los ingenieros Luz Ángela Cardona y Juan Manuel Cárdenas por su apoyo, colaboración y la confianza generada en mi; al Tutor Carlos Andrés Pedroza por su orientación profesional, consejos y colaboración durante la elaboración de este trabajo y a aquellas personas que de alguna manera me brindaron sus orientaciones para hacer realidad este trabajo.

## Contenido

Introducción	11
1. Presentación de la organización	13
1.1 <i>Reseña histórica</i>	13
1.2 <i>Misión</i>	16
1.3 <i>Visión 2013</i>	17
1.4 <i>Filosofía</i>	17
1.5 <i>Objetivos estratégicos</i>	17
1.6 <i>Productos y servicios</i>	18
1.7 <i>Número de empleados</i>	18
1.8 <i>Estructura organizacional</i>	19
2. Diagnóstico del área de intervención	20
2.1 <i>Diagnóstico del área de intervención administrativa</i>	20
2.2 <i>Diagnóstico del área de intervención comercial</i>	20
3. Eje de intervención	22
3.1 <i>Eje de intervención para el área administrativa</i>	22
3.2 <i>Eje de intervención para el área comercial</i>	22
4. Justificación del eje de intervención	23
4.1 <i>Justificación del eje de intervención para el área administrativa</i>	23
4.2 <i>Justificación del eje de intervención para el área comercial</i>	23
5. Objetivos	24
5.1 <i>Objetivo general para el área administrativa</i>	24
5.1.1 <i>Objetivos específicos</i>	24

5.2	<i>Objetivo general para el área comercial</i>	24
5.2.1	<i>Objetivos específicos</i>	24
6.	Referente Conceptual para el Área Administrativa	25
6.1	<i>Marco normativo</i>	25
6.1.1	<i>Familia de Normas ISO 9000</i>	25
6.1.2	<i>Numerales de la Norma</i>	26
6.2	<i>Marco conceptual</i>	28
6.2.1	<i>Enfoque basado en procesos</i>	28
6.2.2	<i>Elementos de un proceso</i>	31
6.2.3	<i>Clasificación de los procesos</i>	32
6.2.4	<i>Mapa de procesos</i>	32
6.2.5	<i>Indicadores de gestión</i>	33
6.2.6	<i>Simbología estandarizada para los flujogramas</i>	34
6.2.7	<i>Descripción de cargos</i>	35
7.	Referente Conceptual para el Área Comercial	37
7.1	<i>Evolución del sector de software en Colombia</i>	37
7.2	<i>Marco conceptual</i>	38
7.2.1	<i>Marketing en internet</i>	38
8.	Cronograma de actividades	45
9.	Presentación y Análisis de Resultados	47
9.1	<i>Presentación y Análisis de Resultados del Área Administrativa</i>	47
9.2	<i>Presentación y Análisis de Resultados del Área Comercial</i>	48
9.2.1	<i>Implementación de estrategias</i>	49
	Conclusiones	101
	Referencias	106

*Referencias para el Área Administrativa* 106

*Referencias para el Área Comercial* 109

Apéndices 111

Anexos 124

**Listas de Figuras**

Figura 1. Estructura organizacional. 19

Figura 2. Ciclo PHVA. 30

Figura 3. Ciclo de las necesidades del cliente. 31

Figura 4. Estadísticas del Software colombiano. 37

Figura 5. El Internet y sus técnicas. 44

Figura 6. Diagrama Causa y Efecto. 84

**Listas de Apéndices**

Apéndice A. Actualización de datos. 112

Apéndice B. Encuesta de satisfacción del cliente. 113

Apéndice C. Visitas a posibles clientes. 114

Apéndice D. Comisiones. 115

Apéndice E. Peticiones, quejas, reclamos y sugerencias. 116

Apéndice F. Cotización. 117

Apéndice G. Orden de compra. 118

Apéndice H. Arquitectura del software. 119

Apéndice I. Solicitud de creación o actualización de documentos. 120

Apéndice J. Informe de gestión. 121

Apéndice K. Control de asistencia. 122

Apéndice L. Entrevista personal. 123

**Listas de Anexos**

- Anexo A. Modelo de un Sistema de Gestión de la Calidad basado en procesos. 125
- Anexo B. Mapa de procesos para MLC Tecnología Educativa Ltda. 126
- Anexo C. Guía para documentar un proceso o procedimiento. 127
- Anexo D. Guía para documentar un registro. 129
- Anexo E. Listado maestro de documentos. 130
- Anexo F. Entrega y distribución de documentos. 131
- Anexo G. Listado maestro de registros. 132
- Anexo H. Entrega y distribución de registros. 133
- Anexo I. Reporte de no conformidad. 134
- Anexo J. Acciones correctivas. 135
- Anexo K. Acciones preventivas. 136
- Anexo L. Plan de Auditoria Interna de la Calidad. 137

**Resumen**

**Resumen**

El presente trabajo de práctica pretende dar alternativas para solucionar los problemas identificados en las áreas administrativa y comercial. Por consiguiente, para el área administrativa se sugiere como propuesta la implementación de los procesos en MLC Tecnología Educativa Ltda., con base en el ciclo PHVA, con el propósito de ejecutar las actividades de manera organizada y coordinada; y elaborar los respectivos formatos que sean fuente de documentación, desarrollar el manual de procedimientos y actualizar el manual de funciones. Referente al área comercial se propone la implementación de dos estrategias sugiriendo el Internet como un medio viable para anunciar los productos. Además se desarrolla un marco conceptual explicando los conceptos relevantes para cada propuesta.

Palabras clave: Sistema de Gestión de la Calidad, enfoque de procesos, gestión de procesos, ciclo PHVA, indicadores de gestión, marketing en internet, Google Adwords, estrategias

**Abstract**

This work aims to provide practical alternatives for solving the problems identified in administrative and commercial areas. Therefore, for the administrative area is suggested as a proposal to implement processes MLC Educational Technology Ltd., based on the PDCA cycle, with the purpose of implementing the activities organized and coordinated manner, and produce the respective formats that are source of documentation, develop the procedures manual and update the manual functions. Referring to the commercial area is proposed to implement two strategies suggested the Internet as a viable medium for advertising products. It also develops a conceptual framework explaining the relevant concepts for each proposal.

Keywords: System of Quality Management, Process focus, process management, PDCA cycle, management indicators, online marketing, Google Adwords, strategies

## **Introducción**

Las exigencias del entorno han obligado a las empresas a ser más competitivas, gestionando adecuadamente sus actividades y optimizando los recursos eficientemente, para generar productos que cumplan con los requisitos de calidad y por ende, aumenten la satisfacción del cliente. Lo anterior, ha generado en las empresas la necesidad de estructurar los procesos y procedimientos mediante el Sistema de Gestión de la Calidad, una de las soluciones a este requerimiento es la metodología del Ciclo PHVA, pues este método ofrece los lineamientos para coordinar y organizar las actividades y cumplir con los requisitos conforme al concepto de calidad. Por otra parte, cabe mencionar que con el surgimiento de la tecnología el mercado ha experimentado cambios notorios, conllevando a las empresas a acceder a diferentes medios para comunicar la existencia de sus productos. El Internet es una de las alternativas viables para anunciar los productos y dirigirlos a un público deseado.

Con base en lo anterior, el presente trabajo pretende desarrollar dos propuestas para las áreas de intervención: administrativa y comercial, proponiendo para el área administrativa la estructuración de los procesos y la elaboración de los formatos necesarios para que MLC Tecnología Educativa Ltda., coordine y documente la realización de sus actividades y genere orden y control en la ejecución de las mismas. También se presentará un manual de procedimientos con los procedimientos exigidos por el Sistema de Gestión de la Calidad y adicionalmente se actualizará el manual de funciones de la empresa, diseñando algunos cargos. En el área comercial se propone a la empresa una estrategia para vincularse en Internet y la segunda estrategia es realizar un evento para promocionar el Software educativo.

En el desarrollo del presente trabajo, se elabora un referente conceptual que comprende conceptos teóricos sobre la problemática a tratar para cada área de intervención, se abarcan conceptos como: gestión de procesos, enfoque basado en procesos, clasificación de un proceso, indicadores de gestión, marketing en internet, e-mail marketing, posicionamiento

de buscadores, BTL, Marketing B2B, para una mejor comprensión de las propuestas planteadas.

## 1. Presentación de la organización

### *1.1 Reseña histórica*

La empresa surgió a partir de la labor que realizan los profesionales que atienden a la población con necesidades educativas especiales, fue así como se dio inicio a la idea de construir un sistema que vinculará a toda la población educativa: Población con Necesidades Educativas Especiales, Estudiantes de Aula Regular, Docentes, acudientes y especialistas. Mediante este software se integra en el proceso educativo a toda la población escolar, para así contribuir a la disminución de la deserción escolar en las instituciones educativas y apoyar los conceptos de equidad, permanencia y calidad de la educación. De esta forma nació MLC Tecnología Educativa - “Soluciones Educativas a tu Medida” en el año 2004 y están legalmente constituidos desde el año 2006.

*MLC Tecnología Educativa Ltda., es una empresa de la comunidad de ParqueSoft en Pereira-Colombia, dedicada a mejorar los procesos de aprendizaje de las instituciones educativas y empresas elaborando contenidos virtuales de aprendizaje y software educativo especializado. Cuenta con personal capacitado y especializado en la aplicación e introducción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en el entorno educativo y empresarial. (MLC Tecnología Educativa Ltda., 2009, p.3)*

*MLC Tecnología Educativa Ltda., esta constituida por los ingenieros: Luz Ángela Cardona (estudiante de Maestría en comunicación Educativa de la Universidad Tecnológica de Pereira y docente de la Institución Educativa Sur Oriental), Juan Manuel Cárdenas (asesor del laboratorio CESDEV en la Universidad Libre Seccional Pereira y profesor de la Licenciatura en Comunicación e Informática Educativa de la Universidad Tecnológica de Pereira) y José William Montes (Profesor del Departamento de Matemáticas de la Universidad Tecnológica de Pereira), a través de su trabajo buscan mejorar los procesos de aprendizaje de las instituciones educativas y las empresas, a través de desarrollo de ambientes*

*virtuales de aprendizaje, elaboración de contenidos basados en la comprensión y las competencias, con los más altos conocimientos sobre este nuevo modelo de aprendizaje "e-learning, b-learning y m-learning", y al desarrollo de software educativo lúdico con significado.*

*Burbuja® el producto bandera de la empresa y el que les permitió competir a nivel mundial, cuya meta es forjar oportunidades para que los niños disfruten del conocimiento, fue concebido hace alrededor de 3 años y materializado gracias a recursos de Ley 344 del SENA de la Convocatoria de Ciencia y Tecnología en el 2006, ha participado en diferentes ferias nacionales e internacionales y ha recibido diferentes reconocimientos, como la competencia de talento e innovación para jóvenes de toda América, TIC Américas realizada en Medellín en marco de la Asamblea General de la OEA. (Programa Exporte, s.f.)*

MLC Tecnología Educativa Ltda., con su software educativo Burbuja para los niños y niñas con necesidades educativas especiales, obtuvo los premios: The Best Demonstration Award (Mejor Demostración) y The Best Advertisement Award (Mejor Publicidad) en la competencia mundial Global TIC 2008, realizada del 1 al 5 de Agosto, en la ciudad de Taipéi -Taiwán.

Este evento reunió a ganadores de todo el mundo de competencias de emprendimiento como TIC Américas, TIC Mongolia y TIC Asia entre otros. Alrededor de 26 empresas participantes de Reino Unido, Japón, Taiwán, Mongolia, China, Tailandia, Singapur, Filipinas, Marruecos, Indonesia, México y Colombia disputaron el título en cada una de las once categorías de la competencia. MLC Tecnología Educativa Ltda., no solamente fue la única empresa Colombiana ganadora dentro de proyectos de todas las latitudes del mundo sino además obtuvo dos galardones dentro de la tan disputada competencia.

Los clientes son todas las instituciones educativas públicas y privadas que cuentan con apoyo pedagógico especializado dentro de sus servicios, además los profesionales particulares que realizan asesorías o acompañamiento a la población con necesidades educativas especiales o a niños de básica primaria, las familias que desean contar con un

espacio sano en la Web, donde encontrarán gran variedad de actividades interactivas para desarrollar con sus hijos.

*Burbuja® es un software en Internet para la **Atención, Evaluación e Intervención Pedagógica**, dirigido a niñ@s que presentan necesidades educativas especiales, permite a los docentes y especialistas conocer los aspectos familiares, sociales, académicos del estudiante e identificar las áreas con potencialidades presentes en niños y niñas, que puedan apoyar las que requieran algún tipo de refuerzo. Burbuja® integra en el proceso educativo a toda la población escolar, para así contribuir a la disminución de la deserción escolar en las instituciones educativas y apoyar los conceptos de equidad, permanencia y calidad de la educación. Es una propuesta preventiva e innovadora en dificultades de aprendizaje.*

*Cuenta con un módulo de **caracterización de poblaciones** y reportes especializados para identificar las necesidades de la población atendida.*

*Este sistema tiene presentaciones para Instituciones Educativas y para profesionales que ofrecen asesorías escolares, atención especializada para las diferentes necesidades de los niños y niñas en edad escolar. (MLC Tecnología Educativa Ltda., 2010)*

Actualmente la empresa tiene desarrollada la plataforma para la Básica Primaria incluyendo desde transición hasta grado quinto.

A continuación se presentan los logros obtenidos por MLC Tecnología Educativa Ltda.

- Expocamello, Pereira 2005.
- Ganador Convocatoria Ciencia y Tecnología, SENA ley 344, 2006
- Seleccionados por Colombia Digital
- Eje Exporta, 2007, Pereira.
- Encuentro Educación Inclusiva, Pereira 2007.
- Exposición Tecnológica, “Expotech”, 2007, Pereira.

- Certificación en Calidad de Software
- Derechos de Autor y Registro de Marca
- Seleccionados como expositores en V Congreso Mundial de Juventudes Científicas en Republica Dominicana 2007.
- Propuesta Ciudadana Plan Nacional Decenal de Educación, 2007.
- Rueda de Negocios, Softic, Bogotá 2007.
- Artículo Publicado en la revista “Diario el Universo”, Ecuador–Quito, 2008..
- Ganador TIC Américas 2008, OEA
- Ganadores Global TIC, 2008. Taipéi - Taiwán
- Plan Exportador Programa Exporte 2009 - Colombia
- Proyecto Pereira Digital 2009, Ministerio TICs
- Proyecto Risaralda Digital 2009, Ministerio TICs

MLC Tecnología Educativa Ltda., ha realizado diferentes estudios para llevar a cabo su actividad comercial, entre los cuales están: Valoración Empresarial por parte del Centro de Inversiones Capitalia Colombia (el cual pertenece a la Incubadora de Empresas de Base Tecnológica - CREAME), parámetros de proyecciones de ingresos, presupuesto de inversión, de costos, de gastos, de nomina, de capital de trabajo, históricos del Balance General y Estado de Resultados. Realizó un plan exportador con Proexport, y actualmente tiene negociaciones con Ecuador. Ha obtenido reconocimientos a nivel nacional e internacional.

### *1.2 Misión*

Ofrecer soluciones educativas innovadoras, de gran contenido social y excelente calidad, para participar de forma activa en los procesos de aprendizaje de una población significativa (Instituciones Educativas, Empresas, Población con Necesidades Educativas Especiales, Profesionales). Con el Desarrollo de Software Educativo que permita superar dificultades de aprendizaje y fortalecer las capacidades presentes en los diferentes tipos de estudiantes y Creación de Ambientes Virtuales de Aprendizaje (AVA) a la medida para empresas e instituciones educativas.

### *1.3 Visión 2013*

En el 2013 vamos a tener nuestros productos y servicios como Burbuja®, en la visión estratégica de muchas instituciones educativas de la región (80%), del país (50%) y del mundo entero (10%). Además vamos a ayudar con nuestros productos y servicios, en la formación y actualización de los procesos de muchas empresas, no sólo en Colombia, sino también en todo el mundo. Vamos a acrecentar el amor por aprender en los niños y las familias que utilizan nuestros productos para el aprendizaje, y por lo tanto vamos a aumentar las oportunidades de trabajo, de la población del futuro.

### *1.4 Filosofía*

Promover el uso y la aplicación eficiente de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación en el entorno educativo y empresarial, ofreciendo asesorías y capacitación, para que los diferentes usuarios tengan aprendizajes sencillos, con significado y productivos.

### *1.5 Objetivos estratégicos*

- ♣ Ofrecer productos y servicios que cumplan con estándares de calidad y satisfagan las necesidades de nuestros clientes.
- ♣ Aumentar nuestra participación en el mercado brindando productos y servicios confiables y económicos de alto valor para nuestros clientes haciendo así que superen sus expectativas.
- ♣ Consolidar nuestra imagen corporativa en el sector comercial del país.
- ♣ Ser empresa consultora en la implementación de TICs en el entorno educativo y empresarial.
- ♣ Consolidación de red de educación virtual de aprendizaje para apoyar las poblaciones vulnerables.
- ♣ Asesoramiento a departamento de recursos humanos de las empresas para capacitación de personal.
- ♣ Posicionar la compañía en el mercado nacional e internacional.
- ♣ Alcanzar el 100% de satisfacción de nuestros clientes.
- ♣ Mantener un flujo de efectivo positivo.

### *1.6 Productos y servicios*

Los productos que ofrece MLC Tecnología Educativa Ltda., son:

- ♣ Burbuja en mi colegio
- ♣ Burbuja Personal
- ♣ Aprendiendo y Jugando con Burbuja Básico
- ♣ Aprendiendo y Jugando con Burbuja 2
- ♣ Ambientes Virtuales de Aprendizaje a la Medida
- ♣ Evaluación Pedagógica Interactiva Burbuja Offline.

Los servicios que la empresa presta son:

- ♣ Software Educativo
- ♣ Capacitaciones y Asesorías
- ♣ Aplicación Evaluación Pedagógicas
- ♣ Aplicaciones Especializadas NEE
- ♣ Planes de Estudio Tecnología e Informática
- ♣ Laboratorio Atención Población con Dificultades de Aprendizaje y Talentos Excepcionales
- ♣ Multimedia Educativo y Comercial

### *1.7 Número de empleados*

La empresa cuenta con cuatro (4) trabajadores directos y tres (3) trabajadores indirectos.

- ♠ Gerente Administrativo
- ♠ Director de Proyectos
- ♠ Practicante (Auxiliar Administrativo y Comercial)
- ♠ Contadora
- ♠ Tutores

1.8 Estructura organizacional

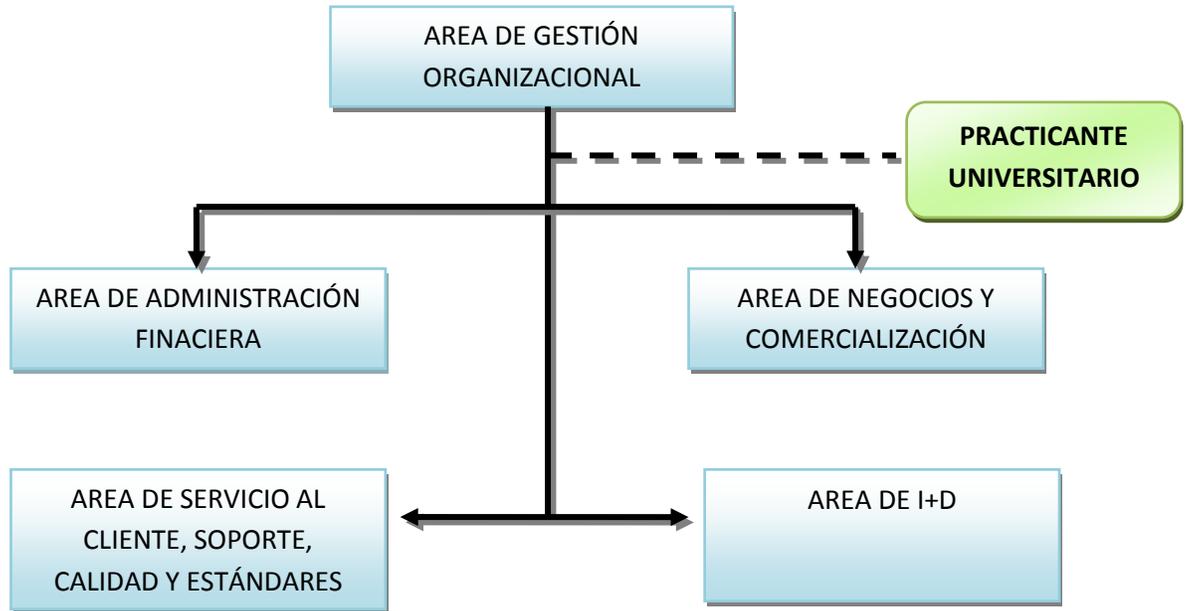


Figura 1. Estructura organizacional

## **2. Diagnóstico del área de intervención**

### *2.1 Diagnóstico del área de intervención administrativa*

La empresa cuenta con una estructura organizacional pequeña y por ende, con poco personal, lo que genera que la gran mayoría de las funciones que la Gerente Administrativa y el Director de Proyectos asumen, son actividades que deberían delegarse a otras personas, pero que no se hace por falta de la estructuración de procesos y de contratación de nuevo personal. Esta situación hace que los procesos existentes en la empresa sean más demorados, y por ende, se refleja desorganización en la compañía. Uno de los procesos misionales que está un poco descuidado y que requiere de acompañamiento es el comercial, pues en base a él gira la satisfacción de los clientes y por ende la permanencia de ellos en la empresa. Además no existe documentación para el registro de las actividades que intervienen en la empresa.

*2.1.1 Diseño metodológico.* En el proceso investigativo se tomaron como herramientas la observación directa con el propósito de identificar los procesos existentes en la empresa y conocer sus respectivas actividades. También se efectuó una charla con la Gerente Administrativa sobre la implementación de los procesos. Posteriormente, se exploró la documentación teórica existente de la empresa y se realizó una recopilación exhaustiva de autores fundantes que aportan al desarrollo del marco conceptual como soporte para dar solución a los problemas planteados.

### *2.2 Diagnóstico del área de intervención comercial*

En la empresa el área comercial presenta debilidades en los aspectos de Marketing y Ventas, necesidad de invertir en planes de publicidad y mercadeo, carece de un relacionista público y de estrategias de mercadeo que fortalezcan la imagen del producto y de la empresa. Lo anterior conlleva a que la empresa se le dificulte informar sobre la existencia de sus productos, incrementar sus ventas, posicionar los productos en el mercado y en la

mente de los consumidores por lo cual requiere de acompañamiento y fortalecimiento en función de sus ventas

*2.2.1 Diseño metodológico.* En el proceso investigativo se tomo como herramientas la observación directa y posteriormente, se exploró la documentación teórica existente de la empresa y se realizó una recopilación exhaustiva de autores conocedores que aportan al desarrollo del marco conceptual como soporte para dar solución a los problemas planteados.

### **3. Eje de intervención**

#### *3.1 Eje de intervención para el área administrativa*

Después de realizado el diagnóstico, es pertinente intervenir en el área administrativa durante el periodo de la práctica profesional, en MLC Tecnología Educativa Ltda., con el propósito de estructurar los procesos en cada una de las áreas de la empresa, y por ende, facilitar el seguimiento de las actividades.

Se requiere mayor organización en la asignación de las diferentes tareas por lo cual se hace necesaria la implementación de los procesos mediante el Sistema de Gestión de la Calidad (SGC), bajo la Norma ISO 9001:2008, para aumentar la satisfacción del cliente y asegurar la calidad del producto. Los procesos deben interrelacionarse para que el sistema sea más dinámico y eficiente, y de esta manera se pueda contribuir al logro de los objetivos e incrementar la competitividad. Con el establecimiento de los procesos se garantiza el uso eficiente de los recursos humanos, financieros y físicos. Además se desarrollara el proceso de Talento Humano, para fortalecer la organización, pues este factor es primordial en la ejecución de las actividades de la empresa y se actualizara el manual de funciones.

#### *3.2 Eje de intervención para el área comercial*

Al efectuarse el diagnóstico, se hace necesario intervenir en el área comercial en el transcurso del periodo de la práctica profesional, en la empresa MLC Tecnología Educativa Ltda., con la intención de desarrollar estrategias de mercadeo que faciliten masificar las ventas y por ende, se divulgue la existencia de los productos. Para la implementación de estrategias se busca explorar otros medios, en este caso se apunta al Internet como un medio viable por sus bajos costos, en el que se puede presentar la empresa y como tal los productos.

#### **4. Justificación del eje de intervención**

##### *4.1 Justificación del eje de intervención para el área administrativa*

Hoy por hoy con las exigencias del mundo cambiante las organizaciones deben implementar mecanismos o herramientas administrativas que permitan darle un uso adecuado a los recursos ya sean propios o asignados, y así lograr un mayor rendimiento en sus actividades. De tal manera, es de suma importancia adoptar los procesos y procedimientos en la gestión organizacional, mediante un Sistema de Gestión de la Calidad, pues a través de este método se puede estandarizar los procesos y por consiguiente, ser más eficientes en el uso de los recursos disponibles y aumentar de tal manera la satisfacción del cliente.

Con la implementación se busca que la empresa cumpla con un requisito normativo, y como tal, se desarrolle la documentación de los procesos para que sean una fuente de consulta permanente por parte de todo el personal, facilitando la realización de las diferentes tareas, de manera que contribuyan al mejoramiento continuo de la organización.

##### *4.2 Justificación del eje de intervención para el área comercial*

La tecnología ha generado cambios notorios en el mercado lo que conlleva a que las organizaciones adopten conocimientos de nuevos medios y los exploren con el fin de aprovechar los recursos, de manera que se logre la consecución de los objetivos trazados en dicha área. Uno de los objetivos principales de las empresas es dar a conocer sus productos, venderlos, y lograr un posicionamiento de ellos en el mercado contribuyendo a la satisfacción del cliente, para esto se requiere contar con una estructura comercial fuerte. Por esto, es imprescindible desarrollar estrategias de mercadeo como publicidad, diseño de empaque, distribución del mismo y la selección de los canales de venta, al igual que la promoción de ellos para apoyar el área comercial, de tal manera que se de cumplimiento a los objetivos trazados en dicha área.

## 5. Objetivos

### *5.1 Objetivo general para el área administrativa*

Identificar y documentar los procesos de MLC Tecnología Educativa Ltda., bajo el método PHVA.

#### *5.1.1 Objetivos específicos*

- ♠ Identificar las actividades, roles y procesos que intervienen en la empresa.
- ♠ Determinar los procesos con sus respectivos dueños, soportes y actividades a controlar.
- ♠ Actualizar el manual de funciones de MLC Tecnología Educativa Ltda.
- ♠ Elaborar los procedimientos exigidos por el Sistema de Gestión de la Calidad.

### *5.2 Objetivo general para el área comercial*

Proponer una estrategia de mercadeo que fortalezca el incremento de las ventas para MLC Tecnología Educativa Ltda.

#### *5.2.1 Objetivos específicos*

- ♠ Analizar y presentar otros medios para anunciar a MLC Tecnología Educativa Ltda.
- ♠ Desarrollar una estrategia personalizada que genere impacto en los usuarios.

## 6. Referente Conceptual para el Área Administrativa

Actualmente las exigencias del entorno han generado que las organizaciones cada vez sean mas competitivas no solo a nivel externo (comercialización del producto, ventas, posicionamiento en el mercado) sino además en el interior de la organización (procesos, procedimientos), por lo cual es necesario la implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad que permita gestionar los procesos, y por consiguiente, realizar las actividades eficiente y eficazmente. A continuación se desarrolla un marco normativo y conceptual para abordar la problemática planteada, y por ende, permitir al lector que reconozca la importancia de estructurar y gestionar los procesos en la organización, mediante el Sistema de Gestión de la Calidad.

### 6.1 Marco normativo

La Norma ISO es la Organización Internacional para la Estandarización, que nació tras la Segunda Guerra Mundial, es el organismo encargado de promover el desarrollo de normas internacionales relacionadas con la gestión y el aseguramiento de la calidad. “Su función principal es la de buscar la estandarización de normas de productos y seguridad para las empresas u organizaciones a nivel internacional.” (Organización Internacional para la Estandarización, s.f.)

El Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) es definido por la ISO 9000:2000 “como las actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización en lo relativo a la **calidad**. (...) con el objetivo de orientar las actividades de la Empresa para obtener y mantener el nivel de calidad del producto o el servicio, de acuerdo con las necesidades del cliente”. Además (...) debe estar integrado en los procesos, procedimientos, instrucciones de trabajo, mediciones y controles, etc., de las propias operaciones de la empresa. (Monzón, I & Prendes, R. 2004)

6.1.1 *Familia de Normas ISO 9000*. La familia ISO 9000 del 2000 es un método que permite gestionar la calidad eficazmente y está compuesta por varios documentos separados

que tratan diferentes temas, al definir estándares internacionales para los sistemas de administración de la calidad. (Monzón, I & Prendes, R. 2004) A continuación se presenta las diferentes normas:

- **La Norma ISO 9000** describe los fundamentos de los sistemas de gestión de la calidad y especifica la terminología para los sistemas de gestión de la calidad.

- **La Norma ISO 9001** especifica los requisitos para los sistemas de gestión de la calidad aplicables a toda organización que necesite demostrar su capacidad para proporcionar productos que cumplan los requisitos de sus clientes y los reglamentarios que le sean de aplicación y su objetivo es aumentar la satisfacción del cliente.

- **La Norma ISO 9004** proporciona directrices que consideran tanto la eficacia como la eficiencia del sistema de gestión de la calidad. El objetivo de esta norma es la mejora del desempeño de la organización y la satisfacción de los clientes y de otras partes interesadas.

- **La Norma ISO 19011** proporciona orientación relativa a las auditorías de sistemas de gestión de la calidad y de gestión ambiental.

Todas estas normas juntas forman un conjunto coherente de normas de sistemas de gestión de la calidad que facilitan la mutua comprensión en el comercio nacional e internacional.

6.1.2 *Numerales de la Norma.* Para llevar a cabo la documentación y estructuración de los procesos, a través del SGC, es necesario conocer algunos de los requisitos que conforman la Norma ISO 9001. (Sistemas de Gestión de la Calidad: Requisitos. ISO 9001:2008 Traducción Oficial. p. 3-4)

## **4.2 Requisitos de la documentación**

### **4.2.1 Generalidades**

*La documentación del sistema de gestión de la calidad debe incluir:*

a) *declaraciones documentadas de una política de la calidad y de objetivos de la calidad,*

- b) un manual de la calidad,*
- c) los procedimientos documentados y los registros requeridos por esta Norma Internacional, y*
- d) los documentos, incluidos los registros que la organización determina que son necesarios para asegurarse de la eficaz planificación, operación y control de sus procesos.*

#### **4.2.3 Control de los documentos**

*Los documentos requeridos por el sistema de gestión de la calidad deben controlarse. Los registros son un tipo especial de documento y deben controlarse de acuerdo con los requisitos citados en el apartado 4.2.4.*

*Debe establecerse un procedimiento documentado que defina los controles necesarios para*

- a) aprobar los documentos en cuanto a su adecuación antes de su emisión,*
- b) revisar y actualizar los documentos cuando sea necesario y aprobarlos nuevamente,*
- c) asegurarse de que se identifican los cambios y el estado de la versión vigente de los documentos,*
- d) asegurarse de que las versiones pertinentes de los documentos aplicables se encuentran disponibles en los puntos de uso,*
- e) asegurarse de que los documentos permanecen legibles y fácilmente identificables,*
- f) asegurarse de que los documentos de origen externo, que la organización determina que son necesarios para la planificación y la operación del sistema de gestión de la calidad, se identifican y que se controla su distribución, y*
- g) prevenir el uso no intencionado de documentos obsoletos, y aplicarles una identificación adecuada en el caso de que se mantengan por cualquier razón.*

#### **4.2.4 Control de los registros**

*Los registros establecidos para proporcionar evidencia de la conformidad con los requisitos así como de la operación eficaz del sistema de gestión de la calidad deben controlarse.*

*La organización debe establecer un procedimiento documentado para definir los controles necesarios para la identificación, el almacenamiento, la protección, la recuperación, la retención y la disposición de los registros.*

*Los registros deben permanecer legibles, fácilmente identificables y recuperables.*

## 6.2 Marco conceptual

El SGC promueve la adopción de un enfoque basado en procesos cuando se busca el mejoramiento continuo y por ende, aumentar la satisfacción del cliente a través del cumplimiento de sus requisitos. Por ello es preciso abarcar el tema de procesos con sus respectivas definiciones, elementos y su clasificación.

*6.2.1 Enfoque basado en procesos.* Gestionar actividades con el fin de permitir que los elementos de entrada se transformen en resultados, se puede considerar como un proceso. Se denomina enfoque basado en procesos a la aplicación de un sistema de procesos dentro de la organización, junto con la identificación e interacciones de estos procesos, así como su gestión para producir el resultado deseado. ( p. vii)

Para todos los procesos se puede aplicar la metodología conocida como Ciclo (PHVA) “Planear-Hacer\_verificar-Actuar”, que comprende las cuatro fases básicas del control planificar, ejecutar, verificar y actuar correctivamente. A través de este ciclo se busca gestionar el cumplimiento de los objetivos previamente establecidos, mediante la optimización de los recursos, para obtener los mejores resultados y asignar acciones de mejoramiento continuo. Seguidamente se presenta una explicación para cada fase del PHVA:

- ♣ **Planear:** La fase de planeación es una herramienta necesaria para establecer y articular los objetivos, metas, las estrategias, procesos, programas, etc., necesarios para el logro de los objetivos corporativos. Por tanto, la consecución de estos debe coincidir con el direccionamiento estratégico.
- ♣ **Hacer:** Hace referencia a la ejecución de las actividades y tareas estipuladas con anticipación en la etapa de planeación, en la que se fomenta el desarrollo de los

objetivos, mediante la aplicación de procesos, procedimientos, recursos, métodos, que agreguen valor a los insumos, de manera que se ofrezca productos y/o servicios en términos de eficacia, eficiencia y calidad. En esta fase es imprescindible identificar los procesos institucionales, y por ende, documentar las actividades que se desarrollan en las diferentes etapas de los procesos, para generar resultados acordes con las metas instauradas.

- ♣ **Verificar:** Consiste en realizar el seguimiento y la medición de los procesos y procedimientos, respecto a los objetivos y políticas previstos. En esta fase se compara lo planeado con lo ejecutado, para verificar la efectividad de las acciones de mejoramiento, es de suma importancia, diseñar mecanismos para medir el desempeño de los procesos y procedimientos como indicadores de gestión, gráficos de análisis de datos, cronogramas, etc., que faciliten verificar el cumplimiento y conlleven a la obtención de resultados.
- ♣ **Actuar:** Se toman acciones para mejorar continuamente el desempeño de los procesos a través de planes de mejoramiento que permiten corregir las desviaciones detectadas, lo que conlleva a una fase de retroalimentación. (Guía para el Diseño de un Sistema de Evaluación y Control de Gestión, 2002)

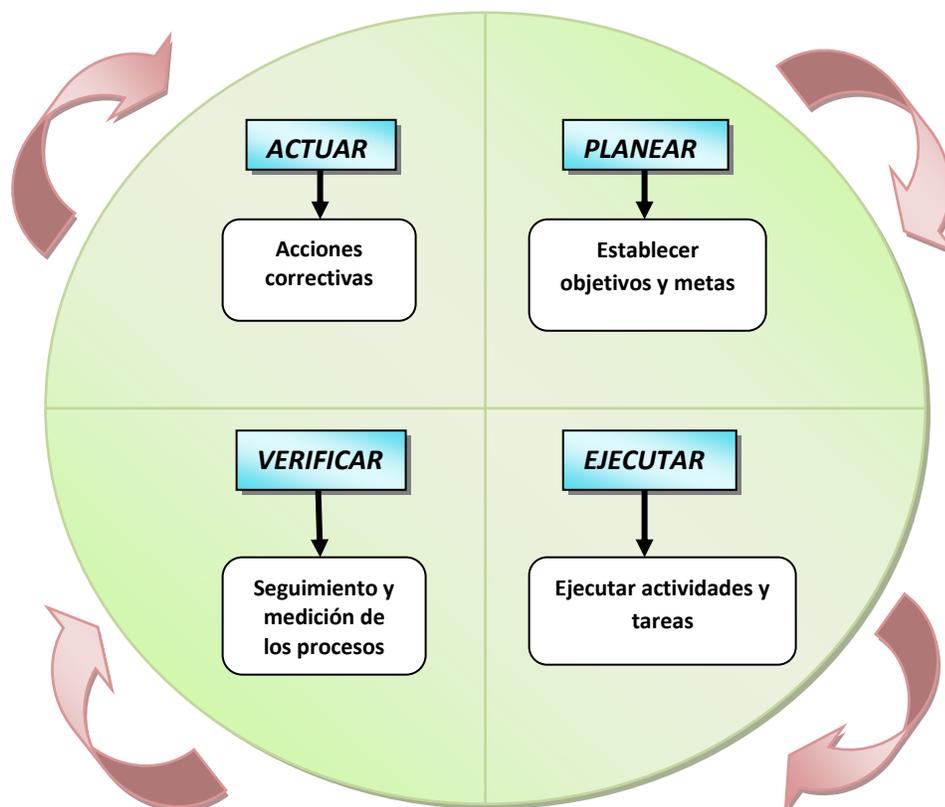


Figura 2. Ciclo PHVA. Fuente: Elaboración propia

Seguidamente se presenta el modelo de un sistema de gestión de la calidad basado en procesos (*Ver Anexo A*), en el que se establecen los vínculos de los procesos. Sin embargo, el modelo no refleja los procesos de una forma detallada. Por esto es necesario que cada organización deba:

- a) *determinar los procesos necesarios para el sistema de gestión de la calidad y su aplicación a través de la organización,*
- b) *determinar la secuencia e interacción de estos procesos,*
- c) *determinar los criterios y los métodos necesarios para asegurarse de que tanto la operación como el control de estos procesos sean eficaces,*
- d) *asegurarse de la disponibilidad de recursos e información necesarios para apoyar la operación y el seguimiento de estos procesos,*
- e) *realizar el seguimiento, la medición cuando sea aplicable y el análisis de estos procesos,*

f) *implementar las acciones necesarias para alcanzar los resultados planificados y la mejora continua de estos procesos.* (p. 2)

La Gestión por Procesos según Jaimes, W. y Álvarez, C. (2005) comprende el desarrollo de las funciones administrativas de planear, organizar, dirigir, ejecutar y controlar los procesos de la empresa, buscando su crecimiento y sostenibilidad en el tiempo, teniendo coherencia con el direccionamiento estratégico: misión, visión, valores, principios, políticas y objetivos corporativos; mediante un enfoque sistémico y un ciclo que debe empezar en el cliente con sus necesidades y terminar en la satisfacción del cliente. (CLIENTE-PROVEEDORES-TRANSFORMACION-PRODUCTO (Bien/Servicio)-CLIENTE). Esto es posible a través del uso eficiente de los recursos como materia prima, información, maquinaria, infraestructura física, métodos, medios financieros, recurso humano y los estilos gerenciales.

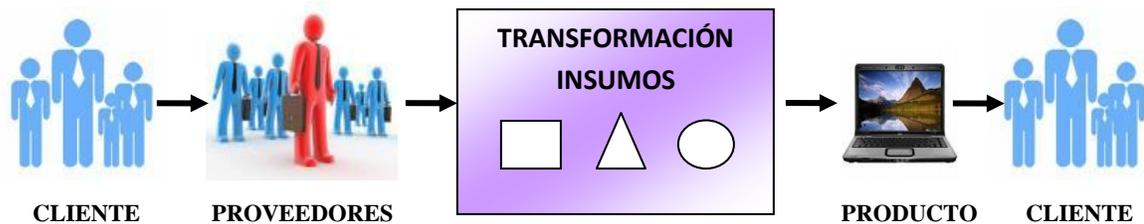


Figura 3. Ciclo de las necesidades del cliente. Fuente: Elaboración propia

6.2.2 *Elementos de un proceso.* Según Monzón y Prendes (2004) los elementos de un proceso a considerar son *Entradas* que constituyen los medios necesarios para desarrollar el producto, y *Salidas* que componen los resultados del proceso. Generalmente los elementos de entrada para un proceso son salidas de otros procesos.

6.2.3 *Clasificación de los procesos.* Los procesos se clasifican según la actividad a desempeñar, se presenta los procesos estratégicos, procesos primarios u operativos (misionales), y procesos de soporte (apoyo), sin embargo, pueden recibir el nombre de Macroprocesos pues cada grupo contiene dos o mas procesos, por lo cual reciben también el nombre de Macroprocesos Estratégicos, Macroprocesos Misionales y Macroprocesos de Apoyo. (Cordoba, C. 2008)

**Procesos Estratégicos:** *Destinados a establecer y controlar las metas de la empresa. Son los que proporcionan directrices a los demás procesos, es decir, indican cómo se deben realizar para que se pueda lograr la visión de la empresa. Son conocidos también como procesos **visionarios** y son liderados por la alta dirección.*

**Procesos Primarios u Operativos:** *Son aquellos que impactan directamente sobre la satisfacción del cliente y cualquier otro aspecto de la misión de la organización. Son procesos operativos típicos como los de venta, producción y servicio post-venta. También se les conoce como procesos **misionales** porque son los que sustentan la razón de ser del negocio.*

**Procesos de soporte:** *Son procesos que no están ligados directamente a la misión de la organización, pero resultan necesarios para que los procesos primarios y estratégicos puedan cumplir sus objetivos. Son procesos transversales a toda la organización.*

6.2.4 *Mapa de procesos.* Para identificar los procesos con sus interrelaciones en la organización se recomienda diseñar un mapa de procesos, después de identificar los Macroprocesos explicados anteriormente (**Ver Anexo B**), el mapa permite conocer la distribución de los procesos con sus interacciones como mecanismos para atender las necesidades del cliente y posteriormente transformarlas en satisfacción. (CRC, 2008)

6.2.5 *Indicadores de gestión.* En el desarrollo de los procesos, es de suma importancia evaluar y realizar seguimiento para verificar que su desempeño es eficaz, a través de mecanismos que permitan verificar el cumplimiento de aspectos como: las metas programadas, la productividad de los procesos, la entrega oportuna de un servicio y/o producto, la satisfacción del cliente, la optimización de los recursos utilizados, entre otros. Por esto es necesario diseñar indicadores que permitan administrar eficiente y eficazmente y adviertan ante una posible desviación, de manera que se pueda tomar decisiones oportunamente y elaborar planes de mejoramiento. (*Guía para el Diseño de un Sistema de Evaluación y Control de Gestión*, 2002)

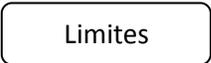
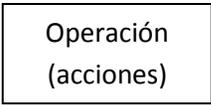
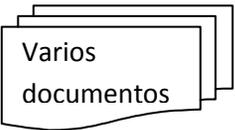
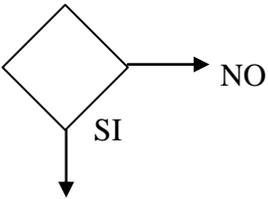
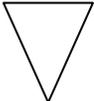
Un indicador es un instrumento de medición que permite a la organización medir el logro de objetivos, políticas, proyectos, además monitorear los procesos y por ende, contribuir al mejoramiento del desempeño de los mismos.

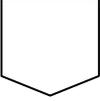
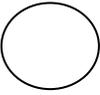
Para que un indicador sea útil debe responder a preguntas como: ¿Que se quiere medir? ¿Donde es conveniente medir? ¿Con que frecuencia y que información requiere para medir? En cuanto al diseño de los indicadores de gestión para que sean útiles y pertinentes, estos deben cumplir con las siguientes características:

El indicador debe fomentar la **participación** de los responsables del proceso en su construcción, debe ser específico y de **fácil comprensión**, expresar lo que se quiere medir al ser **representativo**, estar relacionado con un periodo tiempo previamente definido, el resultado del indicador debe ser **cuantificable** para ser convertido en cifras, números, estándares que permitan su medición, las variables utilizadas para su cálculo deben ser **confiables**, propias y verificables, que sustenten su resultado y debe **agregar valor** al permitir identificar desviaciones en los procesos, por tanto, se tomen decisiones oportunamente. (*Guía para el Diseño de un Sistema de Evaluación y Control de Gestión*, 2002 p. 22)

6.2.6 *Simbología estandarizada para los flujogramas.* El flujograma es una representación gráfica de la secuencia de actividades de un proceso, a través del cual se muestra detalladamente lo que se realiza en cada etapa, con los responsables de cada operación. (Jaimes, W. y Álvarez, C. 2005, p.108)

Los símbolos más comunes se presentan a continuación teniendo como referente algunas fuentes: (Flujograma, s.f.) (Harrington, H James. 1993) (Jaimes, W. y Álvarez, C. 2005 p.108)

SIMBOLO	SIGNIFICADO
	<p><b>Limites:</b> Indica el inicio y el fin de un proceso</p>
	<p><b>Operación:</b> Representa una etapa del proceso: El nombre de la etapa y quien la ejecuta se registra al interior del rectángulo.</p>
	<p><b>Documentación:</b> Simboliza el documento resultante de la operación respectiva, en su interior se anota el nombre que corresponda.</p>
	<p>Varios documentos o copias</p>
	<p><b>Punto de decisión:</b> Punto del proceso donde se debe tomar una decisión. La pregunta se escribe dentro del rombo. Dos flechas que salen del rombo muestran la dirección del proceso, en función de la respuesta real.</p>
	<p><b>Archivo definitivo de un documento (Archivar/Desarchivar):</b> Representa tareas relacionadas con el archivo de documentos.</p>
	<p><b>Sentido del flujo:</b> Indica el sentido y la secuencia de los temas del proceso.</p>

	<p><b>Transmisión:</b> Se utiliza una flecha quebrada para identificar aquellos casos en los cuales ocurre la transmisión inmediata de la información (por ejemplo: transferencia electrónica de datos, fax, llamada telefónica.)</p>
	<p><b>Espera:</b> Se utiliza cuando un ítem o una persona debe esperar o cuando un ítem se coloca en un almacenamiento provisional antes de que se realice la siguiente actividad (por ejemplo: esperar un avión, esperar una firma)</p>
	<p><b>Conector:</b> Representa una conexión o enlace en un paso de final de página con otro paso en el inicio de la página. El símbolo debe llevar inserta una letra mayúscula.</p>
	<p><b>Conector:</b> Representa una conexión o enlace en un paso del proceso con otro dentro de la misma página o entre páginas. El símbolo debe llevar inserto un número.</p>

*6.2.7 Descripción de cargos.* La asignación de responsabilidades y deberes para cada puesto de trabajo es fundamental en la organización, para evitar la repetición de las actividades y la confusión de responsabilidades. Por tal razón, se hace indispensable realizar una descripción de cargos, la cual consiste en "...la declaración de las tareas, los deberes y las responsabilidades de los mismos" (Bohlander, G. y Snell, S. 2008 p. 143), necesarias para diferenciar un puesto de otro. La descripción ofrece beneficios tanto para la empresa como para los empleados. Para la empresa permite conocer en detalle las características y requisitos de cada puesto. En cuanto a los empleados les facilita conocer sus deberes y los requerimientos que exige cada puesto a desempeñar.

La descripción de cargos comprende al menos 3 partes, según Bohlander, G. y Snell, S (2008) distribuidas así:

**Título del puesto:** Esta sección es importante puesto que proporciona status al empleado y proporciona alguna indicación de los deberes que el puesto conlleva.

**Identificación del puesto:** Esta sección incluye aspectos como: ubicación del puesto, la persona a la que deberá reportar, en algunos casos contiene código del puesto, el número de empleados que desempeñan el puesto, la fecha de la última revisión de la descripción.

**Sección de los deberes del puesto:** En esta sección los enunciados se colocan en el orden de importancia, es decir deben enfatizar las responsabilidades de todos los deberes que engloba el puesto y listar las funciones esenciales del puesto que se va a desempeñar.

**Especificaciones y requerimientos del puesto:** Esta sección abarca las características personales que debe reunir el ocupante para desempeñar los deberes y responsabilidades del cargo. Las especificaciones del puesto contienen:

- ♣ La habilidad requerida para desempeñar el puesto, comprende educación o experiencia, la capacitación especializada, los rasgos o capacidades personales y las destrezas manuales.
- ♣ Las exigencias físicas que el puesto exige al empleado que lo desempeña como: cuanto tiempo va a estar de pie, cuanto va a caminar, va a levantar cosas, debe hablar mucho. También se tiene en cuenta las condiciones de trabajo físico y los riesgos a los que esta expuesto el trabajador.

## 7. Referente Conceptual para el Área Comercial

### 7.1 Evolución del sector de software en Colombia

El mercado del software en Colombia ha experimentado un crecimiento notorio, donde tuvo un crecimiento del 7% para el año 2001, 18% para el año 2003 y 16% para el 2004. Los sectores de mayor crecimiento corresponden a servicios, redes y software (Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), 2005, p16). En la siguiente gráfica se observa la evolución del mercado de software colombiano entre 2005 y 2007. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo & Proexport Colombia, 2009, p. 17)

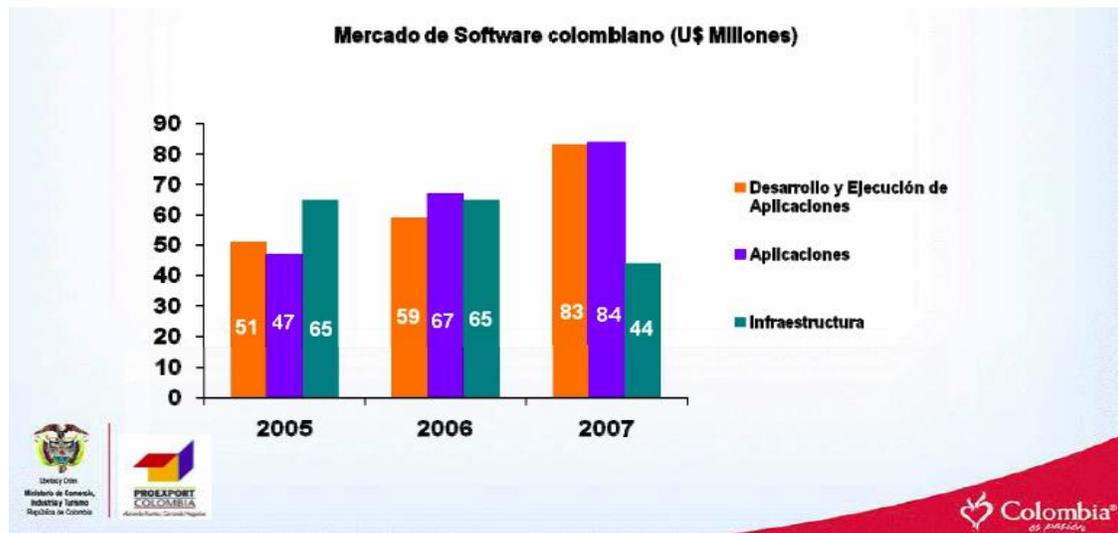


Figura 4. Estadísticas del Software colombiano. Fuente: [http://asesoftware.com/analisis\\_sector\\_software\\_proexport.pdf](http://asesoftware.com/analisis_sector_software_proexport.pdf)

En el presente sector existe software educativo que podría considerarse competencia del programa Burbuja de MLC Tecnología Educativa Ltda., por desarrollar conceptos pedagógicos y estar dirigidos a niños con necesidades educativas especiales o problemas de aprendizaje los cuales se mencionan seguidamente, la empresa *Samira Software* ofrece una colección educativa “Amigos para aprender” para niños de 2 a 9 años, con déficit de atención, dificultad cognitiva, la cual comprende CDs para preescolar, lectura, matemáticas y razonamiento. (*Samira Software*, s.f.). *Kimera Multimedia* brinda CDs para mejorar el desarrollo perceptivo a través de cuentos y canciones infantiles para preescolar, primaria

(Kimera – Multimedia y Software Educativo, 2008) y Mi Pc Magic de la empresa Sistemas A.P.C., es un software desarrollado para niños desde los 6 meses hasta los 10 años de edad, para mejorar el aprendizaje, de niños de preescolar, primaria y Educación Especial, para ser usado en el Jardín, colegio o casa. “El programa se presenta en 4 bloques básicos, intermedio y avanzado donde padres, educadores e Instituciones pueden aplicarlo de acuerdo a las edades, necesidades o interés de los niños y niñas”. (Software Educativo A.P.C., 2010)

Productos como el software es de suma importancia definir medios en los cuales la implementación de estrategias de publicidad, sean efectivas y faciliten la captación de nuevos clientes, de manera que la empresa logre posicionamiento y reconocimiento.

## *7.2 Marco conceptual*

El presente marco conceptual tiene como objetivo abordar la problemática planteada, y por ende, permitir al lector que comprenda la importancia y beneficios que brinda el uso del Internet como una herramienta estratégica, y por último facilitar la distinción de los diferentes conceptos y así evitar confusiones

*7.2.1 Marketing en internet.* El contexto global por ser un entorno cambiante constantemente ha obligado a las organizaciones a ser más competitivas y a tener capacidad de respuesta y adaptación a los cambios si desean permanecer en el mercado.

Con la aparición del Internet se acortan distancias ya que la humanidad y las empresas cada vez encuentran más facilidad para comunicarse. Según Muñiz (2006) en los últimos años las empresas tradicionales han optado por unirse a la red, por el ahorro de costes y tiempo, por la ampliación de la red de contactos comerciales y aparición de nuevas oportunidades de negocio, en este medio el marketing no ha cambiado radicalmente solo ha evolucionado al “...mantener una comunicación mas directa con el cliente y personalizar absolutamente su oferta de productos y servicios”. (Cap. 13, 2. Internet: El Marketing se hace infinito, párr. 5)

Para invertir en la red es de suma importancia tener claro que se espera de ella, y asignar recursos humanos competentes y altamente calificados para mantener la pagina web actualizada en contenidos y consultas, puesto que en internet el tiempo de respuesta es muy importante y la pagina web es una herramienta de imagen y fidelización. (Muñiz, 2006)

De acuerdo a Muñiz (2006), el internet permite a las empresas no solo conseguir nuevos clientes, conocer mejor a la competencia, satisfacer más a los clientes, sino que además ofrece oportunidades para todo tipo de negocio como: dar a conocer la empresa, posicionar la empresa, conocer mejor a los clientes, fidelizar clientes, investigación de mercados, rentabilizar nuestra presencia en la red.

Por lo anterior, se puede decir que el internet es una herramienta que genera oportunidades de negocio a las empresas siempre y cuando sepan aprovechar este medio y tengan claro la metodología que emplea esta herramienta para facilitar el trabajo de las organizaciones que se quieren posicionar en el mercado e incrementar sus ventas. Para desarrollar estrategias en la web es de suma importancia conocer algunos conceptos para conocer la dinámica que abarca el Internet y de esta manera elegir la herramienta que se ajuste según las necesidades de la empresa.

Una de las enormes posibilidades que proporciona el Internet es la interactividad con el usuario, a través del *Marketing One to One*, una técnica que permite observar la navegación del usuario y de esta manera conocer sus impresiones para adaptar la oferta de productos y servicios que el espera, al igual las promociones que llamen su atención, es decir, personalizar el mensaje publicitario de acuerdo con las necesidades del visitante. En esta técnica, es de suma importancia, conocer muy bien al cliente y sus necesidades, de manera que se le proporcione lo que necesita, ya sea un producto y/o servicio, o información que considere relevante para tomar sus decisiones. Los elementos a tener en cuenta en el proceso del Marketing One to One son: Identificación del posible cliente, diferenciarlo del resto, interactuar con el, personalizar los productos o servicios de acuerdo con las necesidades detectadas.

Otra técnica que permite la comunicación directa con los clientes es el *E-marketing*, una herramienta que comprende el conjunto de estrategias y operaciones que reguladas a través del internet, permiten actuar sobre el mercado virtual con el propósito de establecer un contacto directo con los potenciales clientes, convertirlos en clientes y fidelizarlos. Su objetivo es comercializar productos o servicios a través de campañas on line que satisfagan las necesidades del cliente. El E-marketing se caracteriza por ser de bajo costo, lo cual ha generado que sean muchas las empresas que consideren vincularse en Internet, y disfrutar de los beneficios que ofrece esta herramienta.

Los servicios que ofrece el E-marketing son posicionamiento de buscadores, publicidad on line y pago por clic en buscadores, diseño de sitios web, comercio electrónico, marketing viral, entre otros. (Cap. 13, 5. Marketing operativo en la red).

En lo que respecta al *posicionamiento en buscadores*, consiste en usar técnicas que sitúen a las páginas web en los primeros resultados de búsqueda, es decir, en la primeras posiciones, permitiendo ser mas visitada por los usuarios en internet, obtener mas clientes y como resultado el aumento en las ventas. Con respecto al posicionamiento y al marketing de buscadores se debe tener en cuenta las técnicas de SEM y SEO, las cuales han experimentado un auge en los últimos tiempos, debido a la necesidad que tienen las empresas de que sus páginas en la web, sean visitadas por millones de usuarios que navegan en la red. (Sem Seo y Posicionamiento web, s.f.)

Por consiguiente, Muñiz (2006) plantea:

- SEO (*Search Engine Optimization*)**. Es un conjunto de estrategias que permite que las páginas web de las empresas se sitúen en los primeros resultados de los motores de búsqueda como Google, Yahoo, etc., un sitio web mientras más arriba se posicione en los resultados de una búsqueda, hay más probabilidades de ser visitada por un usuario.
- SEM (*Search Engine Marketing*)**. Son estrategias que gestionan las campañas de publicidad, a través del sistema de pago por clic, es decir, el anunciante paga cada vez que el usuario da clic en sus anuncios, en las principales redes publicitarias como

Google adwords, Yahoo, Search Marketing, etc.

Por otra parte la *publicidad on line* consiste en divulgar la información de manera creativa, de un producto o servicio en Internet, mediante la inversión que el anunciante decide destinar en uno o varios medios on line a través de las distintas formas publicitarias que este medio ofrece, para conseguir el logro de los objetivos planteados por la organización.

El *e-mail marketing o marketing directo*, de acuerdo a Muñiz (2006), es una herramienta eficaz, rápida y económica para realizar campañas publicitarias directamente a través de correo electrónico. En general el uso del correo electrónico es un medio idóneo para realizar cualquier tipo de acción de marketing *one to one*. El objetivo de esta herramienta es captar nuevos clientes y retener a los clientes ya adquiridos o informar regularmente a una determinada base de datos. Por otra parte Campuzano (2001) plantea que a través del email, cualquier empresa puede poner a la vista de clientes o prospectos mensajes comerciales segmentados y personalizados promocionando sus productos o servicios, no obstante, los mensajes no siempre son de carácter comercial, pues muchos de ellos se envían con la intención de profundizar y generar confianza en el cliente o prospecto, por ejemplo mensajes de bienvenida, de información, respuesta a preguntas, etc.

Otro medio para anunciar los productos y/o servicios es también el BTL, pero es necesario aclarar en que consiste la estrategia ATL para diferenciar el tipo de publicidad. El *ATL (Above the line)*, es publicidad que utiliza medios masivos o convencionales. Se refiere a la publicidad pagada en donde la inversión en campañas publicitarias suele ser elevada. Normalmente los medios que se emplean en esta modalidad son: prensa, radio, cine y televisión. (Fuser, 2007).

Por su parte, el *BTL (Below the line)* es publicidad que utiliza medios o canales diferentes a los medios masivos. Utiliza formas de comunicación más directas, generalmente correo directo, e-mail, venta personal, también es publicidad exterior como telemarketing, y cualquier otro medio ingenioso y creativo que permita llegar al mercado objetivo. En este tipo de estrategias se recomienda emplear altas dosis de creatividad e ingenio, de manera que se pueda crear novedosos canales para comunicar el mensaje y poder competir con las transnacionales que gastan grandes sumas de dinero en publicidad tradicional. (Pereira, J. s.f.)

El objetivo del BTL es generar mensajes personalizados, con mucha creatividad y que generen gran impacto en la mente del cliente. La estrategia BTL comprende la siguiente publicidad como resultado de la tecnología:

**Publicidad Interactiva:** es aquella publicidad que le permite al receptor interactuar con el mensaje. Es el caso típico de la publicidad en Internet o la denominada publicidad on line. Se recomienda actualizar frecuentemente la página y dotarla de mucha creatividad y frescura.

**Publicidad Especializada:** es publicidad dirigida a segmentos de receptores muy específicos, el vehículo es un disco compacto (CD) en el cual va el mensaje y es remitido al destinatario de manera individualizada. Son formas más “personalizadas” que adopta la publicidad y no se distingue por su costo bajo. (Polack, C., 2007)

Otra herramienta que propone el Internet es el **Marketing B2B** (empresa – empresa), se denomina marketing empresarial, su denominación en ingles es Business To Business Marketing, es un mecanismo de comercio electrónico, en el que se lleva a cabo las transacciones de comercialización de bienes y servicios entre las empresas a lo largo de la cadena de producción y distribución antes de llegar a los consumidores finales. (Canchanya, R., s.f.)

Por ultimo el Internet ofrece la posibilidad de acceder a las estadísticas que se generan en este medio. Las páginas web se albergan en servidores web, ordenadores que contienen unos ficheros denominados logs que graban la actividad de la página web, A través de la web se puede realizar estadísticas sobre el tráfico en la web y percibir los gustos y tendencias de los internautas, mediante un software especializado, que puede ser de pago o gratuito, el cual permite interpretar y analizar los ficheros logs. Las estadísticas que arroja la web presenta información de:

- Procedencia de las visitas de los usuarios.
- Palabras clave utilizadas para acceder a la página *web*.
- De qué países vienen las visitas.
- Las páginas vistas por los usuarios.
- Las páginas más vistas y las que menos. (Muñiz, 2006)



Figura 5. El Internet y sus técnicas. Fuente: Elaboración propia

8. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																				
ACTIVIDADES	FEB.	MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO		
	Sem.	Semana				Semana				Semana				Semana				Semana		
	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1. Inducción al practicante																				
2. Visita por parte del tutor a la empresa																				
3. Identificar los componentes de la Planeación Estratégica																				
4. Diagnosticar el estado actual del área Administrativa y Comercial																				
5. Identificar las necesidades y/o problemas presentes en el área Administrativa y Comercial																				
6. Elaborar un referente conceptual para sustentar para sustentar la solución de los problemas planteados en el área Administrativa y Comercial																				
7. Entrega primer informe al jefe inmediato y al tutor																				
8. Identificar y caracterizar los procesos																				
9. Construcción de los procesos																				
10. Diseñar formatos para la planeación, control y																				



## 9. Presentación y Análisis de Resultados

### *9.1 Presentación y Análisis de Resultados del Área Administrativa*

A partir del diagnóstico que se realizó en el eje de intervención del área administrativa de MLC Tecnología Educativa Ltda., se evidenció la falta de organización en sus actividades y la documentación necesaria para soportar la ejecución de las mismas, por esta razón se presentó una propuesta de estructuración de los procesos con sus respectivos soportes, la cual permitiera formalizar su estructura organizacional, y por ende, dar un mejor control y seguimiento a sus tareas.

Para la identificación de los procesos se elaboró el mapa de procesos (**Ver Anexo B**), en el que se clasificaron seis (6) procesos de la siguiente manera: como macroprocesos estratégicos se estableció el Proceso Gerencial y el Proceso de Calidad, en cuanto a los macroprocesos misionales se definió el Proceso Comercial, Proceso de Diseño y Desarrollo y el Proceso Administrativo y Financiero y con respecto al macroproceso de apoyo se implantó el Proceso de Talento Humano.

Con respecto a la caracterización de los procesos, se consultó en el Manual de Funciones de la empresa, las actividades de cada área, para posteriormente identificar los elementos, concernientes a las entradas, salidas, la secuencia de las actividades para cada proceso de acuerdo a la metodología del PHVA (Planear – Hacer – Verificar – Actuar), la definición de los soportes generados de la interacción de las actividades y los responsables de cada proceso.

Para evaluar y medir el desempeño de los procesos, se elaboró los indicadores de gestión, como una herramienta necesaria para identificar posibles irregularidades, que afecten el desempeño de los procesos, y por ende, se tomen las medidas en el desarrollo de los procesos para verificar que los procesos se ejecutan eficiente y eficazmente. Para el diseño de los indicadores de Gestión de cada proceso, se tomó como referencia la **Guía General para elaborar Indicadores** y la **Guía para el Diseño de un Sistema de Evaluación y Control de Gestión**.

Complementando la propuesta de la implantación de los procesos, se desarrollo un Manual de Procedimientos que comprende los procedimientos exigidos por la Norma ISO: Control de documentos, Control de registros, Servicio no conforme, Acciones Correctivas, Acciones Preventivas, Auditorias Internas. Además en el manual se elaboro cuatro procedimientos adicionales: Contratación de Personal, Satisfacción del cliente, procedimiento de venta y el de servicio postventa. Para cada procedimiento se diseño el flujograma con el fin de describir las actividades a seguir, de manera organizada y coordinada, teniendo en cuenta su inicio y final.

Finalmente se actualizó el Manual de Funciones, como sugerencia de la Gerente Administrativa, y adicionalmente, se diseño los siguientes cargos: Coordinador Administrativo y Diseñador Gráfico, para fortalecer las respectivas áreas de la estructura organizacional, el Coordinador de Calidad y Director de Talento Humano, como complemento de los procesos desarrollados en el mapa de procesos. Para la actualización del Manual de Funciones se reviso el respectivo manual y se consulto otras fuentes sobre perfiles de cargo, indicado por la Gerente Administrativa.

## *9.2 Presentación y Análisis de Resultados del Área Comercial*

Al realizar el diagnóstico en el eje de intervención del área comercial de MLC Tecnología Educativa Ltda., se determinó que presenta debilidades para informar sobre la existencia de sus productos y lograr el posicionamiento de ellos en el mercado, lo cual se refleja en un nivel bajo de ventas. Por consiguiente, se presento la propuesta de explorar el Internet como un medio diferente a los medios tradicionales para anunciar sus productos, puesto que este medio en los últimos años ha experimentado notoriamente una acogida por parte de la humanidad. La propuesta comprende dos estrategias, la primera estrategia se desarrolla a través del buscador Google Adwords y la segunda estrategia se dirige a la realización de un evento.

Para desarrollar la estrategia en el buscador Google Adwords, se exploró su página consultando sus guías y los diferentes enlaces que ofrece. Es una herramienta de suma

importancia, para las empresas que optan por unirse a la red y quieren anunciar sus productos y servicios. La estrategia se desarrolló con el propósito de que la empresa, cree y publique sus anuncios de una manera fácil, al público deseado y acceda a los beneficios que esta herramienta ofrece. Esta herramienta permite que la empresa decida el presupuesto que esta dispuesto a pagar cada vez que un visitante de clic en sus anuncios. Se propone la implementación de tres anuncios y una lista de posibles palabras clave, que describan el producto, a través de las cuales, se hace referencia a la información que el usuario desea encontrar.

En cuanto a la realización de la estrategia para realizar el evento se propuso diseñar anuncios con mucha creatividad, que logren persuadir la mente del cliente, los cuales se enviarán semanalmente a través del correo electrónico a los colegios previamente seleccionados. Se planteó elaborar el contenido para cada anuncio y su respectivo diseño, en cuanto a la parte de animación y de efectos especiales, lo realizará el Diseñador Gráfico. Este evento se pretende llevar a cabo a finales del mes de junio, una vez concluido el envío de los anuncios. En el se presentará el contenido del programa, los beneficios y los resultados obtenidos de las instituciones educativas que están implementando el software Burbuja.

*9.2.1 Implementación de estrategias.*<sup>1</sup> Seguidamente se presentan las estrategias omitiendo gran parte de la información por sugerencia del Gerente Administrativo. La primera estrategia es con el objetivo de que la empresa explore el medio de Internet y decida vincularse para acceder a los beneficios que la web ofrece. Finalmente se presenta una estrategia que propone realizar un evento a través del cual se promocióne el Software Educativo Burbuja.

---

<sup>1</sup> En este ítem la empresa MLC Tecnología Educativa Ltda., se reserva el derecho de publicar toda la información de las dos estrategias omitiendo gran parte de la misma, pues considera que las estrategias tienen un gran significado.

***Estrategia de Google Adwords***

Vincular a MLC Tecnología Educativa Ltda., en el buscador **Google Adwords**, el cual es una herramienta de publicidad online de fácil manejo que ofrece google a las empresas, en la cual se pueden crear y publicar anuncios con el propósito de que la publicidad sea vista por todos los visitantes que acceden en la web. Se debe crear una cuenta en la página principal de Adwords y posteriormente se crea una campaña y un anuncio con palabras clave que el anunciante establece para que sus productos o servicios sean encontrados en la web, las palabras hacen referencia a la información que el usuario desea encontrar, entre mas relevante sean las palabras clave, los anuncios podrán ser vistos solo por los usuarios mas interesados, lo que ayuda a mejorar el rendimiento y mantener bajos costos.

Google facilita además una cuenta personal que permite a la empresa realizar seguimiento a su campaña publicitaria, evaluando factores como: se está publicando los anuncios, está obteniendo ganancias, se está cumpliendo las metas (aumento de visitas, aumento de ventas y aumento de retorno de la inversión, identificar los anuncios, las palabras claves que son más rentables). Por lo anterior, es necesario que la empresa identifique que quiere conseguir a través de Google Adwords. (Google Adwords. 2010b)

Con respecto al rendimiento de los anuncios, Google ofrece la posibilidad de acceder a informes detallados con gráficos para efectuar el seguimiento y verificar que las metas se están cumpliendo.

<b>CRONOGRAMA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE GOOGLE ADWORDS</b>									
<b>No.</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>JULIO</b>				<b>AGOSTO</b>			
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
1	Explorar el buscador Google Adwords								
2	Crear cuenta								
3	Crear anuncios								
4	Crear palabras claves								

***Estrategia sobre evento***

Realizar anuncios con mucha creatividad acerca del programa Burbuja, que generen gran impacto y expectativa en la mente del cliente, se enviará un anuncio por semana, a través

del correo electrónico, a las instituciones educativas. Después de enviados los anuncios se realizará un evento para presentar el contenido del programa Burbuja y las actividades interactivas. Para el evento se invitará padres de familia con sus hijos, docentes y si es posible los rectores de diferentes instituciones educativas, seleccionadas previamente.

En la primera fase se enseñara las actividades interactivas para atraer a los niños. Se les concederá un espacio para que realicen algunas actividades de prueba, de manera que los juegos capten la atención de los niños y obliguen a sus padres a comprar los cds para potenciar capacidades. Sin embargo, en el transcurso de la programación, se harán actividades relacionadas con las funciones básicas de aprendizaje. En la actividad se presentará el software en línea realizando una demostración a través de un taller practico con el propósito de que los invitados de las instituciones educativas conozcan el contenido del software y respectivamente sus beneficios. En esta fase se entregará a los asistentes de las instituciones una muestra gratis o versión de prueba, y se les comunicará que si desean adquirir la versión completa en ese momento recibirán un descuento.

<b>CRONOGRAMA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL EVENTO</b>																
No.	ACTIVIDADES	JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPT.		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1	Diseñar anuncios															
2	Contactar colegios – jardines infantiles															
3	Crear base de datos															
4	Programar evento															
5	Enviar anuncios															
6	Convocar colegios															
7	Realizar evento															

# MANUAL DE PROCESOS<sup>2</sup>

Elaborado por: Sandra Milena Ospina Agudelo Cargo: Coordinadora Administrativa	Revisado por: Cargo:	Aprobado por: Cargo:
--	-------------------------	-------------------------

---

<sup>2</sup> En este ítem se omite el proceso de Diseño y Desarrollo como sugerencia de la empresa MLC Tecnología Educativa Ltda., pues consideran que la información es más detallada acerca del desarrollo del producto.

El presente Manual de Procesos se construye a partir de la caracterización de procesos que consiste en identificar los rasgos distintivos de cada proceso, a través de los cuales se puede establecer la relación con los demás procesos, las entradas y salidas del proceso, los proveedores y clientes, facilitando la gestión de los procesos. (Universidad Nacional de Colombia, s.f.) A continuación se presenta el formato de la caracterización de procesos con la respectiva explicación de sus elementos:

<b>PROCESO:</b>						
<b>OBJETIVO:</b>						
<b>ALCANCE:</b>				<b>RESPONSABLE:</b>		
<b>ENTRADAS</b>	<b>PROVEEDOR PROCESO</b>	<b>PHVA</b>	<b>DOCUMENTO</b>	<b>SALIDAS</b>	<b>CLIENTE PROCESO</b>	<b>RESPONSABLE</b>
		<b>PLANEAR</b>				
		<b>HACER</b>				
		<b>VERIFICAR</b>				
		<b>ACTUAR</b>				

**Proceso:** Indica el nombre del proceso al que pertenece la caracterización.

**Macroproceso:** Indica el nombre del macroproceso al que pertenece el proceso.

**Objetivo:** Es lo que se espera lograr.

**Alcance:** Es el grado de aplicabilidad del proceso, hasta donde llega, lo que abarca, cuales son sus límites, etc.

**Responsables:** Persona(s) encargada(s) de liderar el proceso.

**Entradas:** Se refiere a un producto, servicio, información u objeto de transformación necesaria para el inicio del proceso.

**Proveedor o Proceso:** Es un proceso, persona o tercero que suministra el producto o servicio.

**PHVA:** Comprende las etapas que describen las actividades que se desarrollan en el proceso.

**Documento:** Registro o formato generado en el desarrollo de las actividades

**Salidas:** Se refiere a un producto, servicio, información u objeto como resultado de la ejecución de las etapas del PHVA.

**Cliente o Proceso:** Es un proceso, persona o tercero que recibe el producto o servicio.

El manual contiene además el establecimiento de los indicadores de gestión, necesarios para medir el desempeño de los procesos; seguidamente se enseña el formato de los indicadores con la explicación de cada una de sus partes:

NOMBRE DEL INDICADOR									
NOMBRE DE LA EMPRESA:					FECHA DE MEDICIÓN:			FECHA DE REVISIÓN:	
PROCESO:				ESTRATEGICO		MISIONAL		APOYO	
RESPONSABLES:									
NOMBRE DEL INDICADOR:									
DESCRIPCIÓN DEL INDICADOR:									
FORMULA DEL INDICADOR				UNIDAD DE MEDIDA		FRECUENCIA DE MEDICIÓN			
						RECOLECCIÓN		REVISIÓN	
DESCRIPCIÓN DE VARIABLES					FUENTE DE INFORMACIÓN				
TIPO					ESCALA		TENDENCIA		
EFICACIA		EFICIENCIA		CALIDAD					
A		A							
RESULTADO DE LA MEDICIÓN			MINIMO		SATISFACTORIO		SOBRESALIENTE		
OBSERVACIÓN:									
FIRMA RESPONSABLE DE LA MEDICIÓN:									

**Nombre del indicador.**

**Nombre de la empresa.**

**Fecha de medición:** Indica la fecha en la que se realiza la medición.

**Fecha de revisión:** Indica la fecha en la que se realiza la revisión de la medición.

**Proceso:** Indica el nombre del proceso al que se le realizará la medición.

**Responsable:** Es la persona designada para efectuar la medición.

**Descripción del indicador:** Describe en que consiste el indicador.

**Formula del indicador:** Expresa la forma como debe calcularse el indicador.

**Unidad de medida:** Puede expresarse el indicador en porcentaje, número de veces, unidades monetarias.

**Frecuencia de medición:** Es la medida que se utiliza para indicar el número de mediciones del proceso.

**Descripción de variables:** Indica el nombre de cada variable.

**Fuente de información:** Indica las fuentes para recopilar la información

**Tipo de indicador:** Se clasifica el indicador según eficacia, eficiencia, calidad.

**Indicador de eficacia:** Es el cumplimiento de metas y objetivos de la organización en un tiempo de periodo determinado.

**Indicador de eficiencia:** Es la maximización de los recursos empleados para generar productos y servicios.

**Indicador de calidad:** Consiste en satisfacer permanentemente las necesidades de los usuarios, midiéndose por el nivel de satisfacción del cliente.

**Tendencia:** Hace referencia al comportamiento o dirección del indicador, ya sea creciente, decreciente.

**Resultado de la medición:** Consiste en ubicar el resultado según los rangos: mínimo, satisfactorio, sobresaliente.

Observaciones:

**Firma del responsable.**

	<b>MLC TECNOLOGIA EDUCATIVA LTDA.</b>		<b>CÓDIGO: PR – GR - 01</b>
	<b>PROCESO: GERENCIAL</b>	<b>VERSIÓN: 00</b>	<b>FECHA ELABORACIÓN: 30/03/2010</b>
<b>TÍTULO: CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO GERENCIAL</b>		<b>SELLO:</b>	<b>Página 1 de 22</b>

### 1. CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO GERENCIAL

PROCESO: GERENCIAL			MACROPROCESO: ESTRATEGICO			
<b>OBJETIVO:</b> Definir las directrices que guiarán el actuar diario de la empresa MLC Tecnología Educativa Ltda.						
<b>ALCANCE:</b> Este proceso aplica al seguimiento y control de todas las actividades de la organización.			<b>RESPONSABLES:</b> Gerente Administrativo y Director de cada proceso.			
ENTRADAS	PROCESO	PHVA	DOCUMENTO	SALIDAS	PROCESO	RESPONSABLE
Formulación de directrices	GERENCIAL	<b>PLANEAR</b> Planear un direccionamiento estratégico	Misión, Visión, Objetivos corporativos, Estrategias	Planes Operativos	TODOS LOS PROCESOS	GERENTE ADMINISTRATIVO
Informe de Ventas	COMERCIAL	<b>HACER</b> Analizar la información suministrada por los diferentes procesos / áreas	Informe de Revisión	Revisión de los informes por parte de la Gerencia		DIRECTOR DE CADA PROCESO
Informe de Estados Financieros	ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO	Definir acciones de mejoramiento para los diferentes procesos / áreas		Acciones de mejoramiento		
Informe de seguimiento de diseño y desarrollo del producto	DISEÑO Y DESARROLLO	Asignar los recursos necesarios para la consecución de los procesos		Asignación de recursos		
Informe del desempeño de los procesos / personal	TODOS LOS PROCESOS / TALENTO HUMANO					
Informe de Satisfacción del	COMERCIAL					

Cliente						
Informe de acciones correctivas y preventivas	CALIDAD					
Resultado de los procesos	GERENCIAL	<b>VERIFICAR</b> Verificar el cumplimiento de los procesos	Informe de seguimiento y evaluación	Informe del desempeño de los procesos	TODOS LOS PROCESOS	GERENTE ADMINISTRATIVO
Informe del desempeño de los procesos	TODOS LOS PROCESOS	<b>ACTUAR</b> Implementar medias correctivas y preventivas	Plan de Mejoramiento	Mejorar el desempeño de los procesos		DIRECTOR DE CALIDAD

**2. MEDICIÓN DEL PROCESO GERENCIAL**

CUMPLIMIENTO DEL TIEMPO PREVISTO PARA EL DESARROLLO DEL PLAN DE ACCIÓN									
NOMBRE DE LA EMPRESA: MLC Tecnología Educativa Ltda.				FECHA MEDICIÓN:			FECHA REVISIÓN:		
PROCESO: Gerencial				ESTRÁTEGICO	x	MISIONAL		APOYO	
RESPONSABLES: Gerente Administrativo y el personal involucrado en la implementación del Plan de Acción									
NOMBRE DEL INDICADOR: Cumplimiento del tiempo previsto para el desarrollo del Plan de Acción									
DESCRIPCIÓN DEL INDICADOR: Indica el porcentaje de ejecución del tiempo previsto para el desarrollo del cronograma									
FORMULA DEL INDICADOR			UNIDAD DE MEDIDA			FRECUENCIA DE MEDICIÓN			
$\frac{\text{Tiempo Ejecutado}}{\text{Tiempo Programado}} * 100$			Semanas /Meses			RECOLECCIÓN		REVISIÓN	
			Semanas /Meses			Mensual		Trimestral	
DESCRIPCIÓN DE VARIABLES					FUENTE DE INFORMACIÓN				
Tiempo Ejecutado					Plan de Acción				
Tiempo Programado					Plan de Acción				
TIPO					ESCALA			TENDENCIA	
EFICACIA	x	EFICIENCIA		CALIDAD	Porcentaje			Creciente	
RESULTADO DE LA MEDICIÓN		MINIMO 60%			SATISFACTORIO (Entre 61 y 80%)			EXCELENTE (Entre 81 y 100%)	
OBSERVACIÓN:									
FIRMA RESPONSABLE DE LA MEDICIÓN:									

	<b>MLC TECNOLOGIA EDUCATIVA LTDA.</b>		<b>CÓDIGO: PR – CL – 02</b>
	<b>PROCESO: CALIDAD</b>	<b>VERSIÓN: 00</b>	<b>FECHA ELABORACIÓN: 30/03/2010</b>
<b>TÍTULO: CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO DE CALIDAD</b>		<b>SELLO:</b>	<b>Página 3 de 22</b>

### 1. CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO DE CALIDAD

PROCESO: CALIDAD				MACROPROCESO: ESTRATEGICO		
<b>OBJETIVO:</b> Velar por el cumplimiento y mejoramiento de los procesos de MLC Tecnología Educativa Ltda.						
<b>ALCANCE:</b> Este proceso aplica al seguimiento y control de todos los procesos de la organización				<b>RESPONSABLES:</b> Director de Calidad y los Jefes de cada proceso		
ENTRADAS	PROCESO	PHVA	DOCUMENTO	SALIDAS	PROCESO	RESPONSIBLE
Documentos y registros internos y externos	TODOS LOS PROCESOS	<b>PLANEAR</b>	Procedimiento control documentos	Documentos aprobados	TODOS LOS PROCESOS	DIRECTOR DE CADA AREA
		Aprobar los documentos y registros				
Auditoria interna	CALIDAD	Planificar la realización de auditorias	Procedimiento auditoria	Plan de auditorias		
Servicio no conforme	DISEÑO Y DESARROLLO	Identificar las no conformidades del producto Y O SERVICIO	Formato de No conformidades	Informe de Productos no conformes	COMERCIAL	DIRECTOR DE DISEÑO Y DESARROLLO
Control de documentos	TODOS LOS PROCESOS	<b>HACER</b>		Documentos controlados	TODOS LOS PROCESOS	DIRECTOR DE CADA AREA
		Controlar los documentos y registros				
Programación de auditorias	CALIDAD	Comunicar sobre la realización de Auditorias	Informe, comunicado	Realización de Auditorias		
Solicitud de informe del desempeño de procesos	TODOS LOS PROCESOS	Elaborar informe del desempeño de los procesos	Informe del desempeño de procesos	Identificación de bajo o alto rendimiento	CALIDAD	
Verificación del cumplimiento de los procesos		<b>VERIFICAR</b>	Indicadores de gestión	Resultados del cumplimiento de objetivos	TODOS LOS PROCESOS	DIRECTOR DE CALIDAD
		Evaluar el desempeño de los procesos				
Bajo desempeño de los		<b>ACTUAR</b>	Plan de	Mejorar el		DIRECTOR DE

procesos	Generar acciones correctivas y preventivas	mejoramiento	desempeño del proceso	CADA AREA
----------	--	--------------	-----------------------	-----------

**2. MEDICIÓN DEL PROCESO DE CALIDAD**

NO CONFORMIDADES DETECTADAS EN ESPERA DE CIERRE										
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA:</b> MLC Tecnología Educativa Ltda.				<b>FECHA MEDICIÓN:</b>			<b>FECHA REVISIÓN:</b>			
<b>PROCESO:</b> Calidad				<b>ESTRÁTEGICO</b>	x	<b>MISIONAL</b>		<b>APOYO</b>		
<b>RESPONSABLES:</b> Coordinador de Calidad y Jefe de cada proceso										
<b>NOMBRE DEL INDICADOR:</b> No conformidades detectadas en espera de cierre										
<b>DESCRIPCIÓN DEL INDICADOR:</b> Indica el porcentaje de las acciones que aun no se han puesto en marcha y por ende están en espera de cierre										
<b>FORMULA DEL INDICADOR</b>				<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>			<b>FRECUENCIA DE MEDICIÓN</b>			
$\frac{\text{No. acciones abiertas}}{\text{Total acciones}} * 100$				Cantidad			<b>RECOLECCIÓN</b>		<b>REVISIÓN</b>	
				Cantidad			Mensual		Trimestral	
<b>DESCRIPCIÓN DE VARIABLES</b>					<b>FUENTE DE INFORMACIÓN</b>					
No. Acciones Abiertas					Informe de Acciones Correctivas y Preventivas					
Total de Acciones					Informe de Acciones Correctivas y Preventivas					
<b>TIPO</b>				<b>ESCALA</b>			<b>TENDENCIA</b>			
<b>EFICACIA</b>	x	<b>EFICIENCIA</b>		Porcentaje			Creciente			
<b>RESULTADO DE LA MEDICIÓN</b>			MINIMO 70		SATISFACTORIO (Entre 71 y 90)		SOBRESALIENTE (Entre 91 y 100)			
<b>OBSERVACIÓN:</b>										
<b>FIRMA RESPONSABLE DE LA MEDICIÓN:</b>										

NIVEL DE PLANEACIÓN EN LOS DIFERENTES PROCESOS									
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA:</b> MLC Tecnología Educativa Ltda.				<b>FECHA MEDICIÓN:</b>			<b>FECHA REVISIÓN:</b>		
<b>PROCESO:</b> Calidad				<b>ESTRÁTEGICO</b>	x	<b>MISIONAL</b>		<b>APOYO</b>	
<b>RESPONSABLES:</b> Coordinador de Calidad y Jefe de cada proceso									
<b>NOMBRE DEL INDICADOR:</b> Nivel de planeación en los diferentes procesos									
<b>DESCRIPCIÓN DEL INDICADOR:</b> Indica el porcentaje de las acciones correctivas que se establecen en la empresa con el fin de determinar el nivel de planeación									
<b>FORMULA DEL INDICADOR</b>				<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>			<b>FRECUENCIA DE MEDICIÓN</b>		
$\frac{\text{No. de acciones correctivas} * 100}{\text{No. Acciones Preventivas}}$				Cantidad			<b>RECOLECCIÓN</b>		<b>REVISIÓN</b>
				Cantidad			Mensual		Trimestral
<b>DESCRIPCIÓN DE VARIABLES</b>					<b>FUENTE DE INFORMACIÓN</b>				
No. de acciones correctivas									
No. Acciones Preventivas									
<b>TIPO</b>				<b>ESCALA</b>			<b>TENDENCIA</b>		
<b>EFICACIA</b>	x	<b>EFICIENCIA</b>		<b>CALIDAD</b>	Porcentaje			Creciente	
<b>RESULTADO DE LA MEDICIÓN</b>			MINIMO 65%		SATISFACTORIO (Entre 66 y 85)		SOBRESALIENTE (Entre 86 y 100)		
<b>OBSERVACIÓN:</b>									
<b>FIRMA RESPONSABLE DE LA MEDICIÓN:</b>									

	<b>MLC TECNOLOGIA EDUCATIVA LTDA.</b>			<b>CÓDIGO: PR – CV – 03</b>
	<b>PROCESO: COMERCIAL</b>	<b>ÁREA: COMERCIAL</b>	<b>VERSIÓN: 00</b>	<b>FECHA ELABORACIÓN: 30/03/2010</b>
<b>TÍTULO: CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO COMERCIAL</b>			<b>SELLO:</b>	<b>Página 6 de 22</b>

### 1. CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO COMERCIAL

PROCESO: COMERCIAL Y VENTAS				MACROPROCESO: MISIONAL		
<b>OBJETIVO:</b> Definir las actividades que intervienen en el proceso Comercial en la empresa MLC Tecnología Educativa Ltda.						
<b>ALCANCE:</b> Este proceso aplica al área Comercial y Ventas				<b>RESPONSABLE:</b> Director Comercial, Director Financiero, Directo de Calidad, Director Diseño y Desarrollo y Vendedor		
ENTRADAS	PROCESO	PHVA	DOCUMENTO	SALIDAS	PROCESO	RESPONSIBLE
Necesidades del cliente	COMERCIAL	<b>PLANEAR</b>	Encuesta de satisfacción del cliente	Estudio de Mercados. Cumplimiento de objetivos y expectativas de los clientes.	ADMINISTRATIVO	DIRECTOR COMERCIAL
		Procedimiento de satisfacción del cliente				
Presupuesto de Ventas	ADMINISTRATIVO FINANCIERA COMERCIAL	Realizar pronostico y presupuesto de ventas	Formato de Presupuesto Proyecciones de ingresos		FINANCIERA GERENCIAL	DIRECTOR FINANCIERO
Estrategia Comercial	COMERCIAL FINANCIERA DISEÑO Y DESARROLLO	<b>HACER</b>	PRESUPUESTO DE MERCADOS	Posicionamiento de marca, empresa, productos Distribución y promoción de productos	COMERCIAL FINANCIERA DISEÑO Y DESARROLLO	DIRECTOR COMERCIAL FINANCIERO DISEÑO Y DESARROLLO
		Diseñar y desarrollar imagen corporativa, productos y servicios Seleccionar canales de venta y medios adecuados para la publicidad Desarrollar política de promociones				
Base de datos y exploración del mercado	COMERCIAL	Procedimiento de ventas	Recibo de caja menor (viáticos) Propuesta comercial Registro control de visitas clientes	Captar clientes	COMERCIAL	DIRECTOR COMERCIAL Y VENDEDOR

			Registro Necesidades Tecnológicas. Cotizaciones Acta de entrega			
Registro de ventas		Realizar informe de ventas	Factura de ventas y comisiones	Informe de ventas		VENDEDOR
Solicitud de quejas y reclamos		Prestar servicio técnico	Formato de PQR	Solución de problemas técnicos		
Satisfacción del cliente		<b>VERIFICAR</b> Verificar que el cliente este satisfecho con el producto	Encuesta de satisfacción del cliente	Informe de satisfacción del cliente		
Cumplimiento del Plan de Gestión Comercial		Verificación del cumplimiento del Plan de Gestión Comercial	Informe del desempeño del proceso	Se cumple o no el Plan	COMERCIAL CALIDAD Y ADMINISTRATIVO	DIRECTOR COMERCIAL
Informe del desempeño del proceso	COMERCIAL CALIDAD Y ADMINISTRATIVO	<b>ACTUAR</b> Generar acciones correctivas y preventivas	Plan de mejoramiento	Mejorar el desempeño del proceso	COMERCIAL	DIRECTOR COMERCIAL, CALIDAD Y ADMINISTRATIVO

**2. MEDICIÓN DEL PROCESO COMERCIAL**

CUMPLIMIENTO DEL PRESUPUESTO DE VENTAS									
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA:</b> MLC Tecnología Educativa Ltda.					<b>FECHA MEDICIÓN:</b>			<b>FECHA REVISIÓN:</b>	
<b>PROCESO:</b> Comercial					<b>ESTRÁTEGICO</b>		<b>MISIONAL</b>	x	<b>APOYO</b>
<b>RESPONSABLES:</b> Director Comercial, Vendedor									
<b>NOMBRE DEL INDICADOR:</b> Cumplimiento del Presupuesto de Ventas									
<b>DESCRIPCIÓN DEL INDICADOR:</b> Indica el porcentaje de la ejecución del Presupuesto de Ventas									
<b>FORMULA DEL INDICADOR</b>				<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>			<b>FRECUENCIA DE MEDICIÓN</b>		
$\frac{\text{Ventas Reales (\$)}}{\text{Presupuesto de Ventas (\$)}} * 100$				Unidades Monetarias			<b>RECOLECCIÓN</b>		<b>REVISIÓN</b>
				Unidades Monetarias			Mensual		Trimestral
<b>DESCRIPCIÓN DE VARIABLES</b>					<b>FUENTE DE INFORMACIÓN</b>				
Ventas Reales (\$)					Informes de Ventas				
Presupuesto de Ventas (\$)					Presupuesto de Ventas				
<b>TIPO</b>					<b>ESCALA</b>			<b>TENDENCIA</b>	
<b>EFICACIA</b>	X	<b>EFICIENCIA</b>		<b>CALIDAD</b>	Porcentaje			Creciente	
<b>RESULTADO DE LA MEDICIÓN</b>		MINIMO 88%			SATISFACTORIO 95%			SOBRESALIENTE 100%	
<b>OBSERVACIÓN:</b>									
<b>FIRMA RESPONSABLE DE LA MEDICIÓN:</b>									

<b>SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</b>									
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA:</b> MLC Tecnología Educativa Ltda.					<b>FECHA MEDICIÓN:</b>			<b>FECHA REVISIÓN:</b>	
<b>PROCESO:</b> Comercial					<b>ESTRATÉGICO</b>		<b>MISIONAL</b>	x	<b>APOYO</b>
<b>RESPONSABLES:</b> Director Comercial									
<b>NOMBRE DEL INDICADOR:</b> Satisfacción del Cliente									
<b>DESCRIPCIÓN DEL INDICADOR:</b> Indica el grado de satisfacción del cliente con respecto al servicio ofrecido									
<b>FORMULA DEL INDICADOR</b>					<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>		<b>FRECUENCIA DE MEDICIÓN</b>		
$\frac{\text{Calificación obtenida Encuesta Satisfacción del Cliente}}{\text{Calificación máxima Encuesta Satisfacción del Cliente}} * 100$					Cantidad		<b>RECOLECCIÓN</b>	<b>REVISIÓN</b>	
					Cantidad		Mensual	Trimestral	
<b>DESCRIPCIÓN DE VARIABLES</b>					<b>FUENTE DE INFORMACIÓN</b>				
Calificación obtenida Encuesta Satisfacción del Cliente					Encuesta Satisfacción del Cliente				
Calificación máxima Encuesta Satisfacción del Cliente					Encuesta Satisfacción del Cliente				
<b>TIPO</b>					<b>ESCALA</b>			<b>TENDENCIA</b>	
<b>EFICACIA</b>		<b>EFICIENCIA</b>		<b>CALIDAD</b>	x	Porcentaje			Creciente
<b>RESULTADO DE LA MEDICIÓN</b>			<b>MINIMO 85%</b>		<b>SATISFACTORIO 95%</b>			<b>SOBRESALIENTE 100%</b>	
<b>OBSERVACIÓN:</b>									
<b>FIRMA RESPONSABLE DE LA MEDICIÓN:</b>									

	<b>MLC TECNOLOGIA EDUCATIVA LTDA.</b>			<b>CÓDIGO: PR – ADF – 05</b>
	<b>PROCESO:</b> ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO	<b>ÁREA:</b> ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO	<b>VERSIÓN: 00</b>	<b>FECHA ELABORACIÓN: 30/03/2010</b>
<b>TÍTULO: CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO</b>			<b>SELLO:</b>	<b>Página 14 de 22</b>

**1. CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO**

<b>PROCESO: ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO</b>			<b>MACROPROCESO: MISIONAL</b>			
<b>OBJETIVO:</b> Establecer las actividades que interrelacionadas contribuyen al cumplimiento de las funciones misionales en la empresa MLC Tecnología Educativa Ltda.						
<b>ALCANCE:</b> Este proceso aplica al área Administrativa y Financiera			<b>RESPONSABLES:</b> Gerente Administrativo y Gerencial, Director Financiero y Auxiliar Contable			
ENTRADAS	PROCESO	PHVA	DOCUMENTO	SALIDAS	PROCESO	RESPONSIBLE
Cuentas por pagar	GESTIÓN TALENTO HUMANO	<b>PLANEAR</b>	Contrato	Comprobante de egreso	FINANCIERO	Auxiliar contable
		Planificar los pagos				
Proyección de gastos		Proyectar presupuesto	Presupuesto sobre contrato		ADMINISTRATIVO	Gerente Administrativo
Pago de personal	GESTIÓN TALENTO HUMANO	<b>HACER</b>	Registro de pagos: cuenta de cobro, comprobante de egreso, equivalente de venta	Pago de efectivo por transferencia	FINANCIERO	Gerente Administrativo autoriza y Auxiliar Contable lo realiza
		Coordinar pago mensual del personal				
		Realizar pago de parafiscales y seguridad social, prestaciones sociales				
Causación documentos	CONTABLE	Registrar las actividades económicas	Factura de venta, compra, Recibos de caja, Consignaciones, Retiros, Comprobante de Egreso, documento equivalente, Notas Bancarias, Notas	Pagos	FINANCIERO	Auxiliar contable

			Contables			
Actualización de Estados Financieros por normatividad comercial	CONTABLE Y GERENCIAL	Elaborar informes financieros	Estados Financieros	Estados Financieros	CONTABLE Y FINANCIERO	Auxiliar Contable
Elaboración de cronogramas de actividades	ADMINISTRATIVO	<b>VERIFICAR</b>	Cronograma de Gantt	Verificación del desempeño	ADMINISTRATIVO	Gerente Administrativo
		Supervisar otros procesos del área administrativa				
Revisión de Indicadores de Gestión	ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO	Evaluar el desempeño del proceso	Informe Administrativo y Financiero	Resultado de cumplimiento de los objetivos	GERENCIAL	Gerente Administrativo y Financiero
Procedimiento de acciones correctivas y preventivas	ADMINISTRATIVO Y GERENCIAL	<b>ACTUAR</b>	Plan de Mejoramiento	Mejoramiento continuo del proceso	ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO	Gerente Administrativo y Gerencial
		Implementar acciones correctivas y preventivas				

**2. MEDICIÓN DEL PROCESO ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO**

<b>MARGEN OPERACIONAL</b>									
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA:</b> MLC Tecnología Educativa Ltda.					<b>FECHA MEDICIÓN:</b>			<b>FECHA REVISIÓN:</b>	
<b>PROCESO:</b> Administrativo y Financiero					<b>ESTRÁTEGICO</b>		<b>MISIONAL</b>	x	<b>APOYO</b>
<b>RESPONSABLES:</b> Director Financiero y Auxiliar Contable									
<b>NOMBRE DEL INDICADOR:</b> Margen Operacional									
<b>DESCRIPCIÓN DEL INDICADOR:</b> Indica la rentabilidad generada por las ventas									
<b>FORMULA DEL INDICADOR</b>				<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>			<b>FRECUENCIA DE MEDICIÓN</b>		
$\frac{\text{Utilidad operacional} * 100}{\text{Ventas Netas}}$				Unidades Monetarias			<b>RECOLECCIÓN</b>		<b>REVISIÓN</b>
				Unidades Monetarias			Mensual		Trimestral
<b>DESCRIPCIÓN DE VARIABLES</b>					<b>FUENTE DE INFORMACIÓN</b>				
Utilidad operacional					Estado de Resultados				
Ventas Netas					Estado de Resultados				
<b>TIPO</b>				<b>ESCALA</b>			<b>TENDENCIA</b>		
<b>EFICACIA</b>		<b>EFICIENCIA</b>		<b>CALIDAD</b>	Porcentaje			Creciente	
<b>RESULTADO DE LA MEDICIÓN</b>			<b>MINIMO 80%</b>		<b>SATISFACTORIO (Entre 81 y 95%)</b>		<b>SOBRESALIENTE (Entre 96 y 100%)</b>		
<b>OBSERVACIÓN:</b>									
<b>FIRMA RESPONSABLE DE LA MEDICIÓN:</b>									

	<b>MLC TECNOLOGIA EDUCATIVA LTDA.</b>			<b>CÓDIGO: PR – TH – 06</b>
	<b>PROCESO: TALENTO HUMANO</b>	<b>ÁREA: TALENTO HUMANO</b>	<b>VERSIÓN: 00</b>	<b>FECHA ELABORACIÓN: 30/03/2010</b>
<b>TÍTULO: CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO DE TALENTO HUMANO</b>			<b>SELLO:</b>	<b>Página 18 de 22</b>

**1. CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO DE TALENTO HUMANO**

<b>PROCESO: GESTION DEL TALENTO HUMANO</b>			<b>MACROPROCESO: APOYO</b>			
<b>OBJETIVO:</b> Establecer las actividades necesarias que conllevan al proceso de Talento Humano con el propósito de guiar el desarrollo del mismo en MLC Tecnología Educativa Ltda.						
<b>ALCANCE:</b> Este proceso aplica a la disponibilidad de personal competente para todas las áreas de la empresa				<b>RESPONSABLES:</b> Director de Talento Humano, Gerente Administrativo, Director de cada área y Auxiliar Contable		
ENTRADAS	PROCESO	PHVA	DOCUMENTO	SALIDAS	PROCESO	RESPONSIBLE
Perfil del cargo Necesidad de personal	TODOS LOS PROCESOS	<b>PLANEAR</b>	Plan de Gestión de Recurso Humano	Plan para gestionar el Recurso Humano	TODOS LOS PROCESOS	Director Talento Humano
		Diseñar un Plan de Gestión de Talento Humano		Estudiar los perfiles		
Selección hojas de vida de posibles candidatos	TALENTO HUMANO	<b>HACER</b>	Formato de entrevista, Contrato Laboral	Contratación de personal idóneo		Director Talento Humano
Disponibilidad de información		Reclutar recurso humano		N/A		Director Talento Humano
Necesidad de capacitación		Capacitar y motivar al personal	Plan de Capacitación	Personal altamente capacitado	Director Talento Humano	
Necesidades de Salud y Seguridad	TALENTO HUMANO Y RESPONSABLE DE CADA PROCESO	Preservar la seguridad del personal	Norma de Seguridad Industrial	Prevención de accidentes o riesgos que atenten contra la vida o salud del personal	TODOS LOS PROCESOS	Director Talento Humano y Director de cada área
Verificación	TALENTO	<b>VERIFICAR</b>	Informe	Indicadores de		Director Talento
		Verificación del				

evaluación del desempeño	HUMANO	cumplimiento del Plan de Gestión de Recurso Humano		desempeño		Humano
Monitoreo del desempeño laboral	TALENTO HUMANO Y RESPONSABLE DE CADA PROCESO	Supervisar el desempeño de los trabajadores	Formato de seguimiento y control	Seguimiento de las actividades	TODOS LOS PROCESOS	Director Talento Humano y Director de cada área
Rendimiento del trabajador		Realizar la evaluación del desempeño laboral	Evaluación del desempeño laboral	Caracterización de debilidades o fortalezas en el rendimiento del trabajador		
Bajo rendimiento laboral		<b>ACTUAR</b> Generar acciones correctivas y preventivas	Plan de mejoramiento	Mejorar el desempeño del proceso		

**2. MEDICIÓN DEL PROCESO DE TALENTO HUMANO**

CAPACITACIÓN AL PERSONAL										
NOMBRE DE LA EMPRESA: MLC Tecnología Educativa Ltda.					FECHA MEDICIÓN:			FECHA REVISIÓN:		
PROCESO: Talento Humano					ESTRÁTEGICO		MISIONAL		APOYO	X
RESPONSABLES: Director de Talento Humano y Jefe Inmediato de cada área										
NOMBRE DEL INDICADOR: Capacitación al personal										
DESCRIPCIÓN DEL INDICADOR: Indica el nivel de personal capacitado										
FORMULA DEL INDICADOR				UNIDAD DE MEDIDA		FRECUENCIA DE MEDICIÓN				
$\frac{\text{Personal Capacitado} * 100}{\text{Total Personal}}$				Cantidad		RECOLECCIÓN		REVISIÓN		
				Cantidad		Mensual		Trimestral		
DESCRIPCIÓN DE VARIABLES					FUENTE DE INFORMACIÓN					
Personal Capacitado					Registros de Capacitación					
Total Personal					Registros de Capacitación					
TIPO				COBERTURA		ESCALA		TENDENCIA		
EFICACIA	x	EFICIENCIA	CALIDAD	Proceso Talento Humano		Porcentaje		Creciente		
RESULTADO DE LA MEDICIÓN			MINIMO 90%		SATISFACTORIO (Entre 91 y 95%)		SOBRESALIENTE (Entre 96 y 100%)			

<b>OBSERVACIÓN:</b>
<b>FIRMA RESPONSABLE DE LA MEDICIÓN:</b>

<b>RENDIMIENTO DEL TRABAJADOR</b>										
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA:</b> MLC Tecnología Educativa Ltda.					<b>FECHA MEDICIÓN:</b>			<b>FECHA REVISIÓN:</b>		
<b>PROCESO:</b> Talento Humano					<b>ESTRÁTEGICO</b>		<b>MISIONAL</b>		<b>APOYO</b>	X
<b>RESPONSABLES:</b> Director de Talento Humano y Jefe Inmediato de cada área										
<b>NOMBRE DEL INDICADOR:</b> Rendimiento del trabajador										
<b>DESCRIPCIÓN DEL INDICADOR:</b> Medir el desempeño del personal a fin de identificar debilidades y fortalezas en el rendimiento laboral										
<b>FORMULA DEL INDICADOR</b>					<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>		<b>FRECUENCIA DE MEDICIÓN</b>			
$\frac{\text{No evaluaciones del desempeño} \geq 90 * 100}{\text{Total de evaluaciones del desempeño}}$					Cantidad		<b>RECOLECCIÓN</b>		<b>REVISIÓN</b>	
					Cantidad		Mensual		Trimestral	
<b>DESCRIPCIÓN DE VARIABLES</b>					<b>FUENTE DE INFORMACIÓN</b>					
No evaluaciones del desempeño $\geq 90$					Evaluación del desempeño					
Total de evaluaciones del desempeño					Evaluación del desempeño					
<b>TIPO</b>					<b>ESCALA</b>			<b>TENDENCIA</b>		
<b>EFICACIA</b>	x	<b>EFICIENCIA</b>		<b>CALIDAD</b>	Porcentaje			Creciente		
<b>RESULTADO DE LA MEDICIÓN</b>		MINIMO 85%			SATISFACTORIO 90%			SOBRESALIENTE 100%		
<b>OBSERVACIÓN:</b>										
<b>FIRMA RESPONSABLE DE LA MEDICIÓN:</b>										

# MANUAL DE PROCEDIMIENTOS<sup>3</sup>

Elaborado por: Sandra Milena Ospina Agudelo Cargo: Coordinadora Administrativa	Revisado por: Cargo:	Aprobado por: Cargo:
--	-------------------------	-------------------------

---

<sup>3</sup> Como sugerencia de la empresa MLC Tecnología Educativa Ltda., en este ítem se omiten los siguientes procedimientos: Contratación de personal, Satisfacción del cliente, Ventas y Servicio postventa, pues la información es más específica.

 <b>MLC</b> Tecnología Educativa <small>HT 9001137193</small>	<b>MLC TECNOLOGIA EDUCATIVA LTDA.</b>		<b>CÓDIGO:</b> PD – CL - 01
	<b>PROCESO:</b> CALIDAD	<b>VERSIÓN:</b> 00	<b>FECHA ELABORACIÓN:</b> 16/05/2010
<b>TÍTULO:</b> PROCEDIMIENTO DE CONTROL DE DOCUMENTOS			<b>SELLO:</b> Página 1 de 38

## 1.OBJETIVO

Garantizar que los documentos internos y externos del Sistema de Gestión de la Calidad de MLC Tecnología Educativa Ltda., sean generados, aprobados, actualizados, registrados y posteriormente archivados, de manera que se asegure su disponibilidad.

## 2. ALCANCE

Este procedimiento es aplicable a todos los documentos del SGC de MLC Tecnología Educativa Ltda.

## 3. RESPONSABLES

Director de Calidad y el jefe de cada proceso.

## 4. DEFINICIONES

**APROBACIÓN:** Etapa dentro del procedimiento de control de documentos que determina la adecuación y la aceptación del documento.

**CONSERVACIÓN:** Tiempo durante el cual deben ser conservados los documentos del Sistema de Gestión de Calidad.

**DISTRIBUCIÓN DE DOCUMENTOS:** Es un formato que indica las personas a quienes se les hizo entrega del documento, contiene: código del documento, nombre del documento, cargo, Nombre y firma.

**DOCUMENTO:** Información y su medio de soporte. Abarca tanto la información contenida en el documento en si, como las diferentes formas que estos podrían tener tales como los documentos escritos, los discos duros de computador, disquetes, CD, cintas de video, audio y afiches, entre otros.

**DOCUMENTOS EXTERNOS:** Son aquellos documentos que tienen un origen por fuera de la organización.

**LISTADO MAESTRO DE DOCUMENTOS:** Es un listado que indica todos los documentos existentes del Sistema de Gestión de Calidad, especificando su código, nombre, fecha de aprobación, versión, soporte del documento, ubicación/ protección del documento

**DOCUMENTO OBSOLETO:** Documento de versiones anteriores al documento vigente.

**REVISIÓN:** Actividad emprendida para asegurar la conveniencia, la adecuación, eficacia, eficiencia y efectividad del tema objeto de la revisión, para alcanzar unos objetivos establecidos.

**REGISTRO:** Documento que presenta resultados obtenidos o proporciona evidencias de actividades desempeñadas.

**SOLICITUD DE CREACIÓN O MODIFICACIÓN DE DOCUMENTOS:** Es un formato que indica la necesidad de crear o modificar un documento. Contiene elementos tales como: código, nombre del documento, modificación sugerida, justificación de la modificación, fecha de solicitud de creación o modificación, nombre y cargo de quien solicita cambio o modificación y firma.

## 5. REFERENCIAS

Listado Maestro de Documentos (RE – CL- 01)

Registro de entrega y distribución de documentos (RE – CL – 02)

Solicitud de creación o actualización de un documento (RE – CL – 03)

## 6. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

**ELABORACIÓN:** Para la elaboración o actualización de un documento se presenta una solicitud (RE – CL -03) al Coordinador de Calidad para su posterior revisión y aprobación. Los documentos se elaboran teniendo en cuenta la Guía para desarrollar un proceso o procedimiento.

**REVISIÓN Y APROBACIÓN:** Los documentos deben ser revisados y aprobados antes de su emisión, para confirmar que el contenido es coherente y se ajusta a las necesidades de la empresa. El Coordinador de Calidad procede a revisar el documento, para luego enviarlo a la instancia de aprobación respectiva. Después de ser aprobado un documento se registra en el Listado Maestro de Documentos (RE – CL -01)

**DISTRIBUCIÓN:** Una vez aprobado el documento, el responsable del proceso lo hace llegar al Coordinador de Calidad, encargado de la edición y control de los documentos, para su posterior distribución con el sello de “copia controlada”. Para preservar la conservación del documento original, se archivará en una carpeta, de manera que al distribuirlos se diligenciará el formato de distribución de documentos (RE – CL -02) con su respectivo sello controlado.

El usuario que tenga a su disposición una “Copia Controlada” debe examinar en el Listado Maestro de Documentos, la fecha y versión, para verificar que tiene la versión actualizada. En caso de ser lo

contrario, debe solicitar el documento actual al Coordinador de Calidad o líder del proceso. No se deben fotocopiar los documentos a menos que se tenga la autorización del Coordinador de Calidad.

**SEGUIMIENTO:** En esta etapa se evalúa el contenido de los documentos con la intención de verificar que el contenido sea adecuado y se ajuste a las necesidades de la empresa. De lo contrario, se procede a realizar cambios en el documento. Por consiguiente, se realiza una solicitud de creación o modificación del documento (**RE – CL- 03**), y se elabora un borrador, el cual debe aprobar el jefe del proceso.

Efectuada la modificación, el cambio se identifica en el número de versión y la fecha que van en el encabezado. La versión cambia a 01 y va a aumentado cada vez que el documento experimente un cambio o una modificación. Igualmente el Listado Maestro de Documentos (**RE – CL – 01**) también se debe actualizar. La actualización de un documento depende del jefe del proceso o de quienes lo hayan elaborado.

**CONTROL DE OBSOLETOS:** Cuando se lleva a cabo una modificación en el documento, se recoge los documentos de las versiones anteriores para su destrucción o conservación como referencia, marcándolo con el sello “Documento Obsoleto” y se guardarán en una carpeta llamada “Documentos Obsoletos”

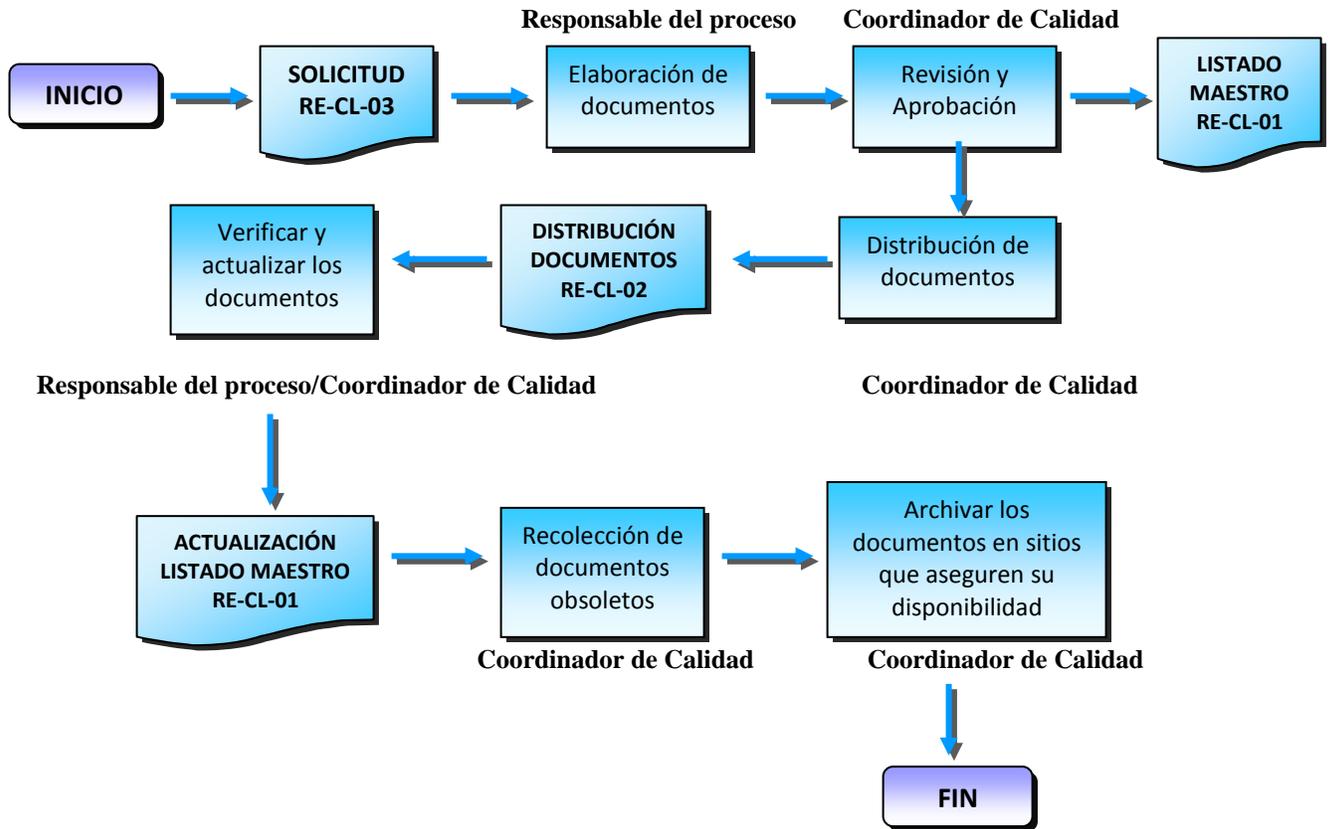
**REGISTRO:** El Coordinador de Calidad debe monitorear y verificar que los documentos estén actualizados, registrar las modificaciones de nuevos documentos en el Listado Maestro de Documentos (**RE –CL – 01**), identificar los documentos obsoletos, recolectar las copias distribuidas anteriormente y definir el tiempo de conservación de los documentos obsoletos.

**ARCHIVAR:** El Coordinador de Calidad debe disponer de un lugar de archivo para guardar los documentos originales y los obsoletos. Además todos los documentos del SGC se guardarán en una carpeta electrónica del proceso de Calidad. También se conservará y archivará una copia impresa controlada de todos los documentos del SGC.

Los jefes de cada proceso también deben tener un sitio para el archivo y conservación de los documentos vigentes de su respectivo proceso.

**CONTROL DE DOCUMENTOS EXTERNOS:** Los documentos externos tienen el mismo procedimiento de los documentos internos siempre y cuando se haya solicitado la incorporación al Listado Maestro de Documentos.

**7.FLUJOGRAMA**



 <b>MLC</b> Tecnología Educativa <small>HT 900113793</small>	<b>MLC TECNOLOGIA EDUCATIVA LTDA.</b>		<b>CÓDIGO:</b> PD – CL - 02
	<b>PROCESO:</b> CALIDAD	<b>VERSIÓN:</b> 00	<b>FECHA ELABORACIÓN:</b> 16/05/2010
<b>TÍTULO:</b> PROCEDIMIENTO DE CONTROL DE REGISTROS			<b>SELLO:</b> Página 4 de 38

## 1. OBJETIVO

Establecer los controles necesarios para la identificación, almacenamiento, protección, recuperación y disponibilidad de los registros del Sistema de Gestión de la Calidad de MLC Tecnología Educativa Ltda.

## 2. ALCANCE

Este procedimiento es aplicable a todos los registros del SGC de MLC Tecnología Educativa Ltda.

## 3. RESPONSABLES

Todas las personas que participen en la generación u obtención de registros.

## 4. DEFINICIONES

**ACTUALIZACIÓN:** Proceso mediante el cual el usuario realiza cambios, con las autorización respectiva para mantener los registros en uso.

**ALMACENAMIENTO:** Condiciones que permiten asegurar el buen estado de los registros de calidad.

**DISPOSICIÓN:** Acción por tomar cuando se ha cumplido el tiempo de archivo establecido para los registros de calidad; por ejemplo: destrucción, envío a archivo histórico, microfilmación, entre otros.

**PROTECCIÓN:** Condiciones que permiten asegurar el buen estado de los registros.

**REGISTROS:** Documento que presenta resultados obtenidos o proporciona evidencia de actividades desempeñadas.

**TIEMPO DE RETENCIÓN:** Es el plazo en términos de tiempo en que los documentos deben permanecer en el archivo.

## 5. REFERENCIAS

Listado Maestro de Registros (RE – CL- 04)

Formato de entrega y distribución de registros (RE – CL – 05)

## **6. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO**

**IDENTIFICACIÓN:** El jefe de cada proceso debe identificar y controlar los registros que considere necesarios para la documentación de sus actividades. Los registros se identifican según su título y procedimiento correspondiente y se registran en el formato **(RE – CL - 04)**.

**DILIGENCIAMIENTO Y LEGIBILIDAD:** Todos los documentos que se generen se deben elaborar en letra imprenta, se recomienda evitar tachones y manchones, y el uso de correctores, llegado el caso de presentarse equivocación en el diligenciamiento de un registro debe reemplazarse por uno nuevo, o solicitar autorización por el responsable del proceso. Por último hay registros que pueden diligenciarse en computador lo cual hace necesario controlar que los registros no sufran modificaciones.

**DISTRIBUCIÓN:** La distribución de los registros debe registrarse en el formato Entrega y distribución de registros **(RE – CL – 05)**

**CONTROL:** El Coordinador de Calidad con el jefe de cada proceso deben establecer los parámetros para controlar los registros. Posteriormente cada vez que se actualice los registros se debe actualizar el Listado Maestro de los Registros **(RE – CL - 04)**.

**ALMACENAMIENTO:** Los registros deben almacenarse en sitios que garanticen su conservación y la facilidad de acceder a ellos. Pueden almacenarse en carpetas, archivadores, o medio electrónico.

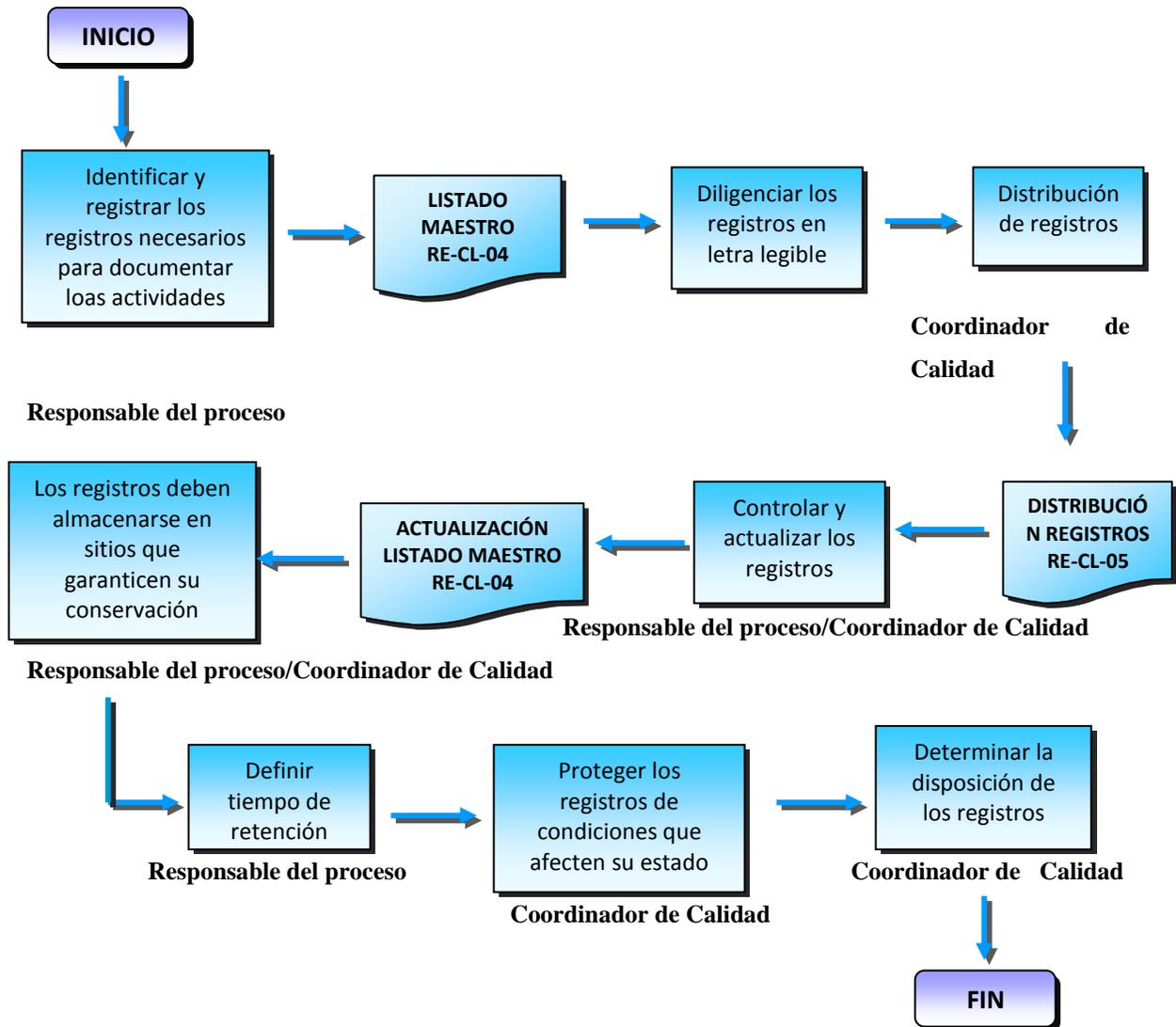
**RETENCIÓN:** Se debe definir el tiempo en el cual estará disponible el registro en las diferentes formas de almacenamiento. Algunos registros se conservan por un mes, un año, tres años o hasta por tiempo indefinido.

**RECUPERACIÓN:** Para la recuperación de los registros se deben identificar claramente, teniendo en cuenta el Listado Maestro de Registros **(RE – CL - 04)**.

**PROTECCIÓN:** En esta fase se debe hacer copias electrónicas periódicamente para garantizar su conservación, con respecto a los registros impresos se deben proteger del polvo o condiciones que afecten su estado en el tiempo de retención.

**DISPONIBILIDAD:** Se debe determinar la disposición de los registros una vez hayan cumplido su tiempo de retención, es decir, definir que se hará con ellos: conservarlos o eliminarlos.

**7. FLUJOGRAMA**



 <b>MLC</b> Tecnología Educativa <small>HT 900113793</small>	<b>MLC TECNOLOGIA EDUCATIVA LTDA.</b>		<b>CÓDIGO:</b> PD – CL - 03
	<b>PROCESO:</b> CALIDAD	<b>VERSIÓN:</b> 00	<b>FECHA ELABORACIÓN:</b> 16/05/2010
<b>TÍTULO:</b> PROCEDIMIENTO CONTROL DEL SERVICIO NO CONFORME			<b>SELLO:</b> Página 7 de 38

## 1. OBJETIVO

Establecer los lineamientos que permitan identificar, tratar y notificar los productos y/o servicios no conformes que afectan la calidad de los procesos de MLC Tecnología Educativa Ltda.

## 2. ALCANCE

Este procedimiento se aplica desde la identificación de productos y/o servicios no conformes hasta la eliminación de la causa de no conformidad.

## 3. RESPONSABLES

Todo el personal que intervenga en un proceso y afecte la calidad del producto y/o servicio.

## 4. DEFINICIONES

**CONFORMIDAD:** Cumplimiento de un requisito.

**NO CONFORMIDAD:** Incumplimiento de un requisito.

La no conformidad puede ser:

**Mayor:** Es el incumplimiento o ausencia total de un requisito del SGC. Ejemplo:

- ♣ Falta de recursos que afecta directamente la calidad del producto
- ♣ Se omiten pasos críticos de un proceso
- ♣ No se atienden las quejas del cliente
- ♣ Falta de seguimiento a las no conformidades detectadas previamente

**Menor:** Es el incumplimiento o ausencia parcial de un requisito. Ejemplo:

- Registros incompletos
- Informe de seguimiento y medición no actualizados
- Lista de proveedores de servicios técnicos y/o profesionales no actualizados
- Documentos sin fechas
- Documentos sin firmas de autorización
- Descontrol en los documentos del SGC
- Información incompleta

- Falta de disponibilidad de información (Instituto Técnico de Capacitación y Productividad, 2008, p.3)

**CORRECCIÓN:** Acción tomada para eliminar una no conformidad detectada.

**PRODUCTO O SERVICIO:** Resultado de un proceso o conjunto de procesos.

**PRODUCTO O SERVICIO NO CONFORME:** Es todo producto o servicio prestado por la entidad a sus clientes cuyo resultado no cumple con las disposiciones planificadas y/o con los requisitos previamente establecidos.

**DEFECTO:** Incumplimiento de un requisito asociado a un uso previsto o especificado.

**ACCIÓN CORRECTIVA:** Acción tomada para eliminar la causa de una no conformidad detectada u otra situación indeseable.

**REPROCESO:** Acción tomada sobre un producto no conforme para que cumpla con los requisitos.

**CONCESIÓN:** Autorización para utilizar o liberar un producto que no es conforme con los requisitos especificados.

**LIBERACIÓN:** Autorización para proseguir con la siguiente etapa de un proceso.

## 5. REFERENCIA

NTC ISO 9000:2000 Sistema de Gestión de la Calidad. Fundamentos y Vocabulario.

Formato de Servicio no conforme (RE-CL-06)

Formato de Acciones Correctivas (RE-CL-07)

## 6. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

**IDENTIFICAR EL PRODUCTO Y/O SERVICIO NO CONFORME:** El responsable del proceso debe identificar e informar sobre los productos o servicios que no cumplan con los requisitos establecidos. La no conformidad puede ser detectada a partir de: en el momento de la prestación del servicio o al verificar la compra de bienes e insumos, Quejas y reclamos de los usuarios y clientes, Informes de Auditoras Internas y Externas, Revisión por la Alta Dirección o Incumplimiento de objetivos.

Una vez detectadas las no conformidades se registra en el formato de Servicio no conforme (**RE-CL-06**) y se informa al Jefe Inmediato del área o proceso.

ETAPA	VARIABLE CRÍTICA	PROCESO	CARACTERÍSTICAS	REGISTRO	DOCUMENTO SOPORTE	RESPONSABLE
Diseño y desarrollo del software	Animación de personajes	DISEÑO Y DESARROLLO	Requerimientos del cliente	Formato pruebas técnicas RE-DD-02/03	N/A	Diseñador Gráfico Ingeniero de Desarrollo
	Programación del software					

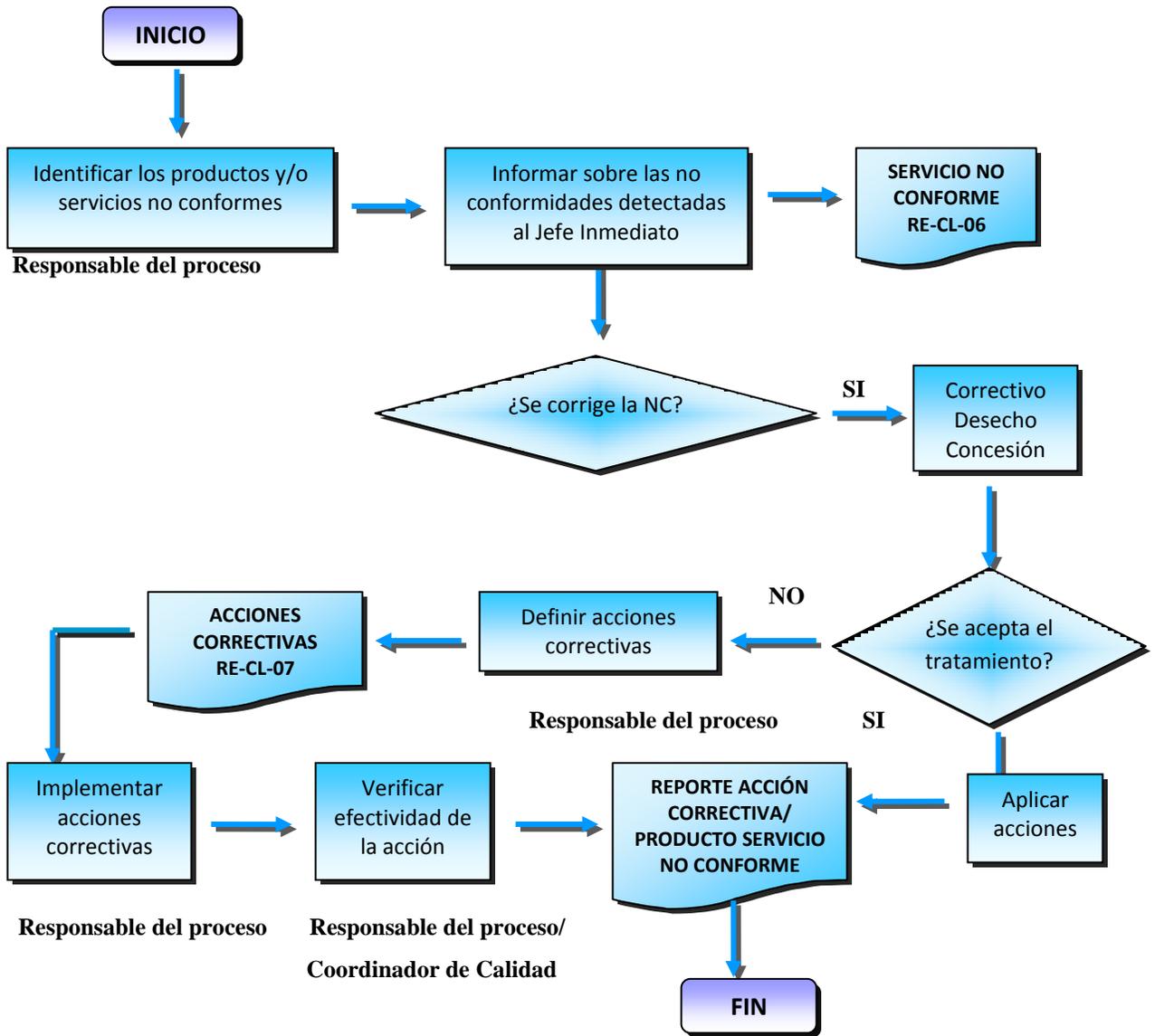
Ventas a Instituciones Educativas	Atención al cliente	COMERCIAL	Según las necesidades del cliente	Propuesta Cotización RE-CV-14 Factura de venta	N/A	Vendedores
Servicio Postventa	Quejas y reclamos	COMERCIAL	Inconformidad del cliente	Formato Quejas y Reclamos RE-CV-13 Encuesta de Satisfacción del cliente RE-CV-02	Procedimiento Satisfacción del cliente PD-CL-08	Director Comercial Vendedores Coordinador de Calidad
	Satisfacción al cliente		Elementos evaluados			
Documentación	Documentación al día	TODOS LOS PROCESOS	Registro de las actividades	Formatos	Procedimiento Control de Documentos PD-CL-01 Procedimiento Control de Registros PD-CL-02	Las personas que intervengan en los diferentes procesos de la empresa

**DETERMINAR ACCIONES CORRECTIVAS PARA EL PRODUCTO Y/O SERVICIO NO CONFORME:** Se analiza si la no conformidad puede corregirse, ajustar o arreglar, en caso afirmativo se busca el tratamiento a aplicar que puede ser correctivo, de desecho, o de concesión, sin embargo, si se rechaza el servicio no conforme por concesión se procede a definir las acciones correctivas para eliminar la no conformidad. Es deber del responsable de cada proceso determinar el tratamiento para la corrección de las no conformidades.

**EJECUTAR LAS ACCIONES CORRECTIVAS:** Después de establecer la acción correctiva o preventiva se implementa las acciones a seguir para eliminar o cerrar la no conformidad. Las acciones correctivas como las no conformidades deben registrarse en el formato de Acciones Correctivas **(RE-CL-07)**.

**EVALUAR LA EFICACIA DE LAS ACCIONES CORRECTIVAS:** El responsable de cada proceso debe realizar seguimiento a las acciones correctivas para verificar que el producto y/o servicio no conforme cumpla con los requisitos de conformidad establecidos después de la implementación de las acciones. Al tomarse una acción correctiva se debe seguir con el Procedimiento de Acciones Correctivas **(PD-CL-04)**

7. FLUJOGRAMA



 <b>MLC</b> Tecnología Educativa <small>HT 900113793</small>	<b>MLC TECNOLOGIA EDUCATIVA LTDA.</b>		<b>CÓDIGO:</b> PD – CL - 04
	<b>PROCESO:</b> CALIDAD	<b>VERSIÓN:</b> 00	<b>FECHA ELABORACIÓN:</b> 16/05/2010
<b>TÍTULO:</b> PROCEDIMIENTO CONTROL DE ACCIONES CORRECTIVAS			<b>SELLO:</b> Página 11 de 38

## 1. OBJETIVO

Definir los parámetros para identificar, describir, corregir, controlar y evaluar la implementación de las acciones correctivas con el propósito de eliminar las causas de No Conformidad en el SGC de MLC Tecnología Educativa Ltda.

## 2. ALCANCE

Este procedimiento aplica a todos los procesos en cualquiera de sus etapas en las que se pueda presentar no conformidades, de manera que se pueda eliminar el incumplimiento de los requisitos establecidos.

## 3. RESPONSABLES

El responsable de cada proceso, el equipo de trabajo y el Coordinador de Calidad.

## 4. DEFINICIONES

**ACCIÓN CORRECTIVA:** Acción tomada para eliminar la causa de una no conformidad detectada u otra situación indeseable.

**CONFORMIDAD:** Cumplimiento de un requisito.

**CORRECCIÓN:** Acción tomada para eliminar una no conformidad detectada.

**NO CONFORMIDAD:** Incumplimiento de un requisito.

## 5. REFERENCIA

Formato Acciones Correctivas (RE-CL-07)

Formato de No Conformidades (RE-CL-06)

## 6. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

**INICIO DE ACCIONES CORRECTIVAS:** Al identificar las no conformidades, quejas de los clientes, resultados de auditorias previas, desempeño de los procesos, resultados de revisión por parte de la Dirección, uso indebido de los documentos que soportan los procesos, las cuales se registran en el formato de No Conformidades (**RE-CL-06**), se evalúa el tipo de acción a

implementar (corrección, concesión) iniciando por consiguiente, el establecimiento de las acciones correctivas.

**INVESTIGAR CAUSA RAIZ Y DEFINIR EL EQUIPO DE TRABAJO:** En esta fase el responsable del proceso realiza un análisis para establecer las posibles causas del problema, tomando como referencia diferentes técnicas, como los cinco porqués, lluvia de ideas, el Diagrama Causa y Efecto, entre otros. Luego de identificar las causas raíz se registran en el formato de Acciones Correctivas (**RE-CL-07**) y se determina el equipo de trabajo que participará en el desarrollo y en la implantación de las acciones correctivas. A continuación se presenta las diferentes técnicas que contribuyen a identificar las causas de un problema (Procuraduría Ambiental y del Ordenamiento Territorial del D.F. 2006, p. 11-12)

**DIAGRAMA CAUSA Y EFECTO:** Esta técnica ayuda a agrupar las posibles causas del problema a partir del elemento que las generó, ya sea por maquinaria, mano de obra, materiales, método de operación ó medición. El diagrama adopta la forma de una espina de pescado, indicando en la punta de la flecha el efecto o Problema, y sobre la flecha las causas probables, según el elemento que las generó.

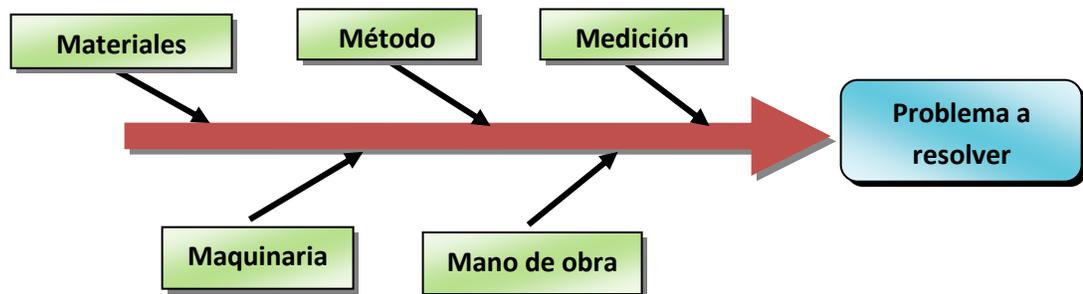


Figura 6. Diagrama Causa y Efecto. Fuente: [http://www.calidad.com.mx/docs/art\\_37\\_7.pdf](http://www.calidad.com.mx/docs/art_37_7.pdf)

**LLUVIA DE IDEAS (tormenta de ideas):** Esta técnica es una herramienta auxiliar para el uso de otras herramientas, como el diagrama de relaciones, diagrama de afinidad y el diagrama causa efecto, consiste en dar "ideas" o sugerencias del "por que" cree el equipo de trabajo que está sucediendo el hallazgo. El objetivo es tener diferentes tipos de posibles causas. Se sugiere que la lluvia de ideas no dure más de cinco minutos y la realice personal relacionado con el hallazgo.

**Diagrama de Pareto:** Este diagrama es un gráfico de barras verticales que consiste en separar los problemas muy importantes de los menos importantes, estableciendo un orden de prioridades. Se utilizan para mostrar en forma decreciente la contribución de cada causa en el problema total. El diagrama se basa en el principio de Pareto según el cual el 80% de los problemas tiene origen en el 20% de las posibles causas. Esto significa que al eliminar una de esas causas se elimina un porcentaje importante de los defectos.

**PREGUNTAR 5 VECES ¿POR QUÉ SUCEDE EL HALLAZGO?:** Esta herramienta ayuda a comprender mejor el hallazgo y dependiendo de las veces que preguntemos ¿porque?, va a ser la profundidad con la que conozcamos las causas que lo originaron. Mínimo preguntar 5 veces.

**DOCUMENTAR LA ACCIÓN CORRECTIVA:** Al definir las causas de las no conformidades es necesario documentar las acciones tomadas y los controles necesarios que aseguren que las acciones correctivas son efectuadas y la descripción de las causas que provocaron desviaciones a los requisitos establecidos, en el formato **(RE-CL-07)**.

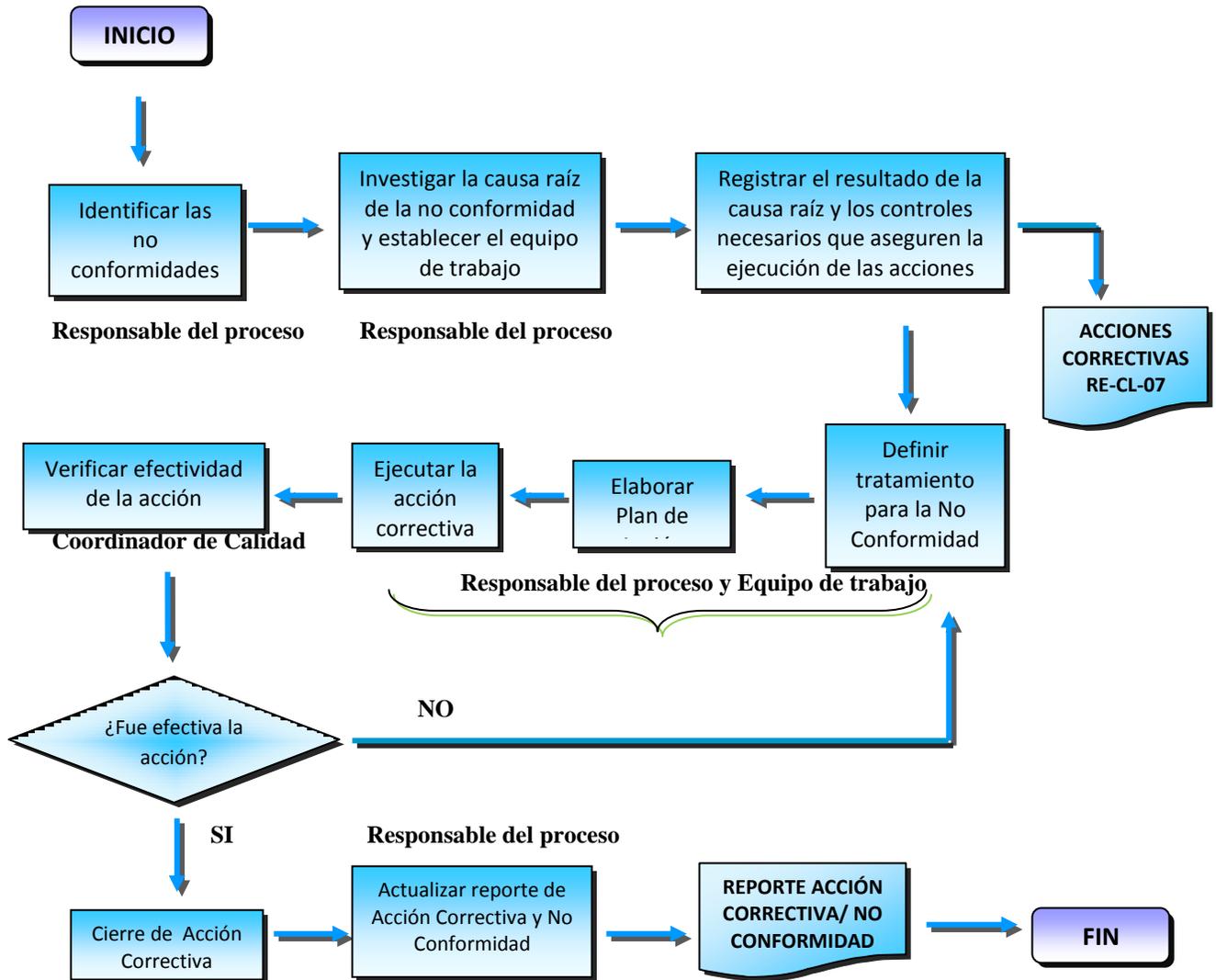
**ELABORAR UN PLAN DE ACCIÓN:** Con base en el análisis de las causas raíz se elabora un Plan de Acción **(RE-CL-07)** para resolver las no conformidades, el cual debe ser aprobado por el Coordinador de Calidad.

**EJECUCIÓN DE LAS ACCIONES CORRECTIVAS:** El responsable del proceso con el equipo de trabajo desarrollan e implementan las acciones tomadas con base en el Plan de Acción que elaboraron y el Coordinador de Calidad supervisa que las acciones se estén ejecutando.

**SEGUIMIENTO DE LA ACCIÓN CORRECTIVA:** El responsable del proceso debe monitorear el avance de la acción correctiva, registrándolo en el formato **(RE-CL-07)** y dando seguimiento con el Coordinador de Calidad. El Coordinador de Calidad con el fin de verificar el cumplimiento y efectividad de las acciones, verifica las fechas en las que se ha de realizar seguimiento a la implementación de las acciones, de manera que conduzcan al cierre de la acción correctiva, en el formato **(RE-CL-07)**, sin embargo cuando se identifique incumplimiento de las fechas de implementación y provoquen por lo tanto demora en el cierre de la acción correctiva, solo se programará por una vez mas la fecha de implementación por parte del responsable del proceso.

**CIERRE Y ACTUALIZACIÓN DE REPORTE ACCIÓN CORRECTIVA Y DE NO CONFORMIDAD:** Una vez se verifique la efectividad de la acción implementada se realiza el cierre de la acción correctiva y se procede a actualizar los reportes de acciones correctivas y no conformidades.

**7. FLUJOGRAMA**



	<b>MLC TECNOLOGIA EDUCATIVA LTDA.</b>		<b>CÓDIGO:</b> PD – CL - 05
	<b>PROCESO:</b> CALIDAD	<b>VERSIÓN:</b> 00	<b>FECHA ELABORACIÓN:</b> 16/05/2010
<b>TÍTULO:</b> PROCEDIMIENTO CONTROL DE ACCIONES PREVENTIVAS			<b>SELLO:</b> Página 15 de 38

### 1. OBJETIVO

Definir los parámetros para identificar, describir, corregir, controlar y evaluar la implementación de las acciones preventivas con el propósito de prevenir la ocurrencia de situaciones que generen no conformidades reales o potenciales en el SGC de MLC Tecnología Educativa Ltda.

### 2. ALCANCE

Este procedimiento aplica a todos los procesos en cualquiera de sus etapas en las que se pueda generar no conformidades potenciales.

### 3. RESPONSABLES

El responsable de cada proceso, el equipo de trabajo y el Coordinador de Calidad.

### 4. DEFINICIONES

**ACCIÓN PREVENTIVA:** Acción tomada para eliminar una no conformidad potencial detectada u otra situación potencialmente indeseable.

**CONFORMIDAD:** Cumplimiento de un requisito.

**CORRECCIÓN:** Acción tomada para eliminar una no conformidad detectada.

**NO CONFORMIDAD:** Incumplimiento de un requisito.

**NO CONFORMIDAD POTENCIAL:** Anomalía en algún proceso declarado en el SGC que sin ser una No Conformidad podría llegar a serlo. (Centro de Formación Técnica UTEM. 2009, p. 3)

### 5. REFERENCIA

Formato Acciones Preventivas (RE-CL-09)

### 6. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

**NOTA:** “El proceso para iniciar acciones preventivas es el mismo que en el caso de las acciones correctivas...” (Portal Calidad. s.f., p. 8) con la diferencia de que las acciones preventivas se aplican a las no conformidades potenciales.

**INICIO DE ACCIONES PREVENTIVAS:** Al identificar las no conformidades potenciales, como: el control de la percepción de cliente, la evaluación de las no conformidades que han ocurrido anteriormente y la planificación de actividades como el mantenimiento o cambio de personal y situaciones indeseables como fenómenos naturales, deben registrarse en el formato de No Conformidades (**RE-CL-06**), se evalúa el tipo de acción a implementar (preventiva) iniciando por consiguiente, el establecimiento de las acciones preventivas.

**INVESTIGAR CAUSA RAIZ Y DEFINIR EL EQUIPO DE TRABAJO:** En esta fase el responsable del proceso realiza un análisis para establecer las posibles causas del problema, tomando como referencia diferentes técnicas, como los cinco porqués, lluvia de ideas, el Diagrama Causa y Efecto, entre otros. Luego de identificar las causas raíz se registran en el formato de Acciones Preventivas (**RE-CL-08**) y se determina el equipo de trabajo que participará en el desarrollo y en la implantación de las acciones preventivas.

**DOCUMENTAR LA ACCIÓN PREVENTIVA:** Al definir las causas de las no conformidades potenciales es necesario documentar las acciones tomadas y los controles necesarios que aseguren que las acciones preventivas son efectuadas en el formato (**RE-CL-08**).

**ELABORAR UN PLAN DE ACCIÓN:** Con base en el análisis de las causas raíz se elabora un Plan de Acción (**RE-CL-09**) para prevenir las no conformidades, el cual debe ser aprobado por el Coordinador de Calidad.

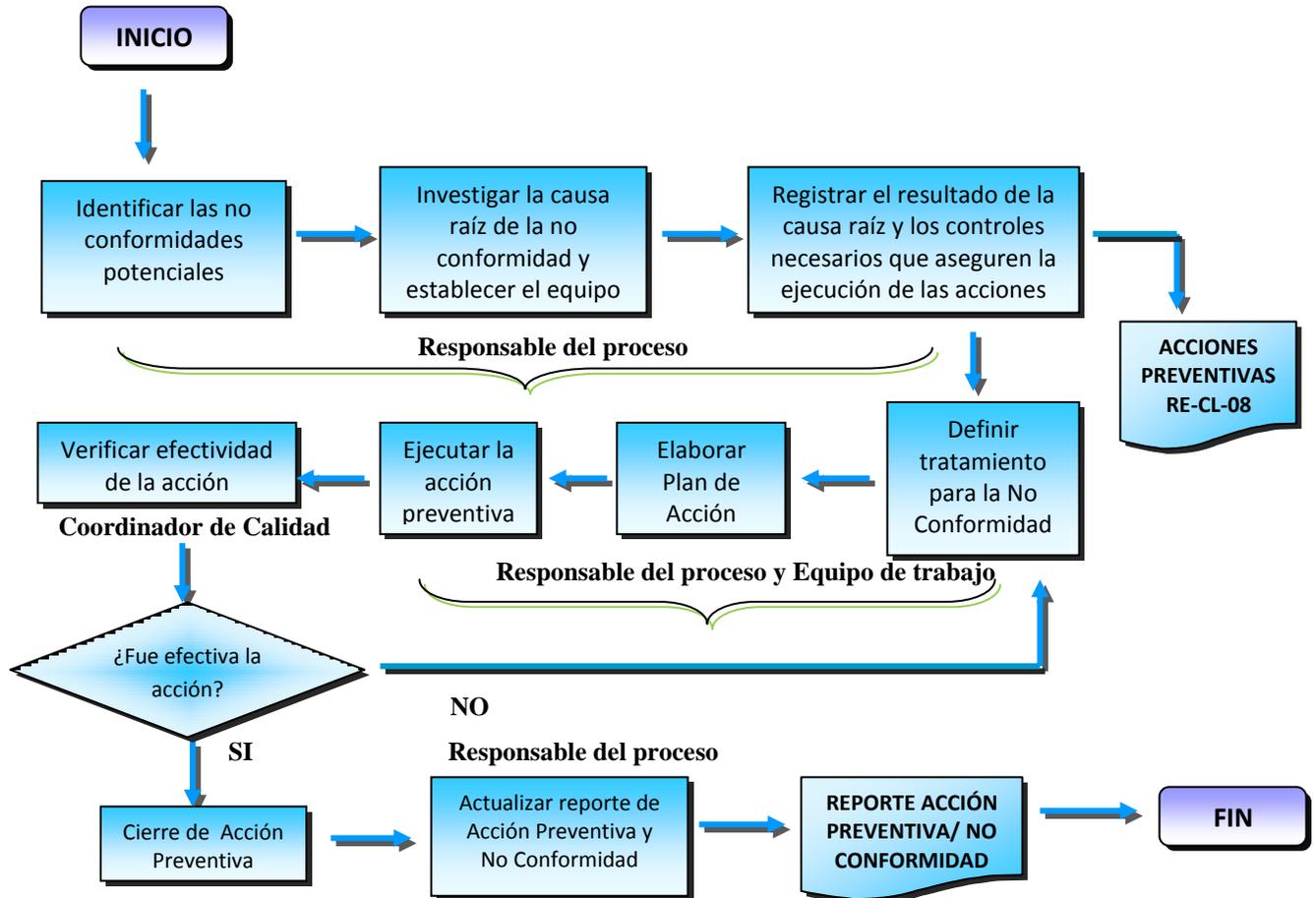
**EJECUCIÓN DE LAS ACCIONES PREVENTIVAS:** El responsable del proceso con el equipo de trabajo desarrollan e implementan las acciones para eliminar las causas de las no conformidades potenciales para prevenir su ocurrencia, tomadas con base en el Plan de Acción que elaboraron y el Coordinador de Calidad supervisa que las acciones se estén ejecutando.

**SEGUIMIENTO DE LA ACCIÓN PREVENTIVA:** El responsable del proceso debe monitorear el avance de la acción preventiva, registrándolo en el formato (**RE-CL-08**) y dando seguimiento con el Coordinador de Calidad. El Coordinador de Calidad con el fin de verificar el cumplimiento y

efectividad de las acciones, verifica las fechas en las que se ha de realizar seguimiento a la implementación de las acciones, de manera que conduzcan al cierre de la acción preventiva, en el formato **(RE-CL-08)**, sin embargo cuando se identifique incumplimiento de las fechas de implementación y provoquen por lo tanto demora en el cierre de la acción preventiva, solo se programará por una vez mas la fecha de implementación por parte del responsable del proceso.

**CIERRE Y ACTUALIZACIÓN DE REPORTE ACCIÓN PREVENTIVA Y DE NO CONFORMIDAD:** Una vez se verifique la efectividad de la acción implementada se realiza el cierre de la acción preventiva y se procede a actualizar los reportes de acciones preventivas y no conformidades potenciales.

**7. FLUJOGRAMA**



 <b>MLC</b> Tecnología Educativa <small>HT 9001137093</small>	<b>MLC TECNOLOGIA EDUCATIVA LTDA.</b>		<b>CÓDIGO:</b> PD – CL - 06
	<b>PROCESO:</b> CALIDAD	<b>VERSIÓN:</b> 00	<b>FECHA ELABORACIÓN:</b> 16/05/2010
<b>TÍTULO:</b> PROCEDIMIENTO DE AUDITORIA INTERNA DE CALIDAD			<b>SELLO:</b> Página 18 de 38

### 1. OBJETIVO

Establecer los lineamientos básicos para planificar y ejecutar las Auditorias Internas del SGC con el propósito de evaluar la eficacia, eficiencia y calidad de los procesos de MLC Tecnología Educativa Ltda.

### 2. ALCANCE

Este procedimiento aplica para la planificación, desarrollo, ejecución y evaluación de las Auditorias Internas.

### 3. RESPONSABLES

Los responsables para la ejecución de este procedimiento son los Auditores Lideres y los Auditores Internos de Calidad.

### 4. DEFINICIONES

**ALCANCE DE LA AUDITORIA:** Extensión y limites de una auditoria, incluyendo áreas y/o procesos a cubrir.

**AUDITORIA INTERNA:** Proceso sistemático, independiente y documentado para obtener evidencias que, al evaluarse de manera objetiva, permiten determinar la extensión en que se cumplen los criterios definidos para la auditoría interna.

**AUDITADO:** Organización que es auditada.

**AUDITOR INTERNO:** Persona con la competencia para llevar a cabo una auditoría.

**CRITERIOS DE AUDITORIA:** Conjunto de políticas, procedimientos o requisitos utilizados como referencia.

**CONFORMIDAD:** Cumplimiento de un requisito.

**EQUIPO AUDITOR:** Uno o más auditores que llevan a cabo una auditoría.

**EVIDENCIA DE AUDITORIA:** Registros, declaraciones de hechos o cualquier otra información que son pertinentes para los criterios de auditoría y que son verificables.

**EVIDENCIA OBJETIVA:** Datos que respaldan la existencia o veracidad de algo.

**HALLAZGOS DE LA AUDITORIA:** Resultados de la evaluación de la evidencia de la auditoría recopilada frente a los criterios de auditoría

**NO CONFORMIDAD:** Incumplimiento de un requisito.

**PROGRAMA DE LA AUDITORIA:** Conjunto de una o más auditorías planificadas para un periodo de tiempo determinado y dirigidas hacia un propósito específico.

## 5. REFERENCIAS

Programa Anual de Auditorias (RE-CL-09)

Informe de Auditorias (RE-CL-10)

Procedimiento Acciones Correctivas (PD-CL-04)

## 6. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

**PLANIFICAR LAS AUDITORIAS:** El responsable del control del sistema de gestión de la calidad procede a elaborar un Programa Anual de Auditorias Internas de la Calidad en el formato **(RE-CL-09)**, y un Plan de Auditorias **(RE-CL-10)**, considerando el estado e importancia de los procesos y áreas a auditar con base en los resultados de las Auditorias previas. Se deben incluir todas las áreas de los procesos, de tal manera, que tengan por lo menos una Auditoria de Calidad al año. En esta fase se debe asignar los Auditores, personas calificadas, con conocimientos e independencia del área o proceso a auditar, es decir, no deben auditar su propio trabajo.

En el Programa de la Auditoria se define los siguientes aspectos: objetivo, alcance, criterios de auditoria, actividades o procesos a auditar, auditados, auditor líder, equipo de auditores, fecha en que se realizará la auditoria.

En el Plan de la Auditoria se debe definir el objetivo y alcance de la auditoria, los procesos o actividades auditadas, los documentos o registros que intervienen en el proceso a auditar, los criterios, la fecha, hora, lugar, auditados o responsable del proceso, el Auditor y el equipo de auditores para cada proceso.

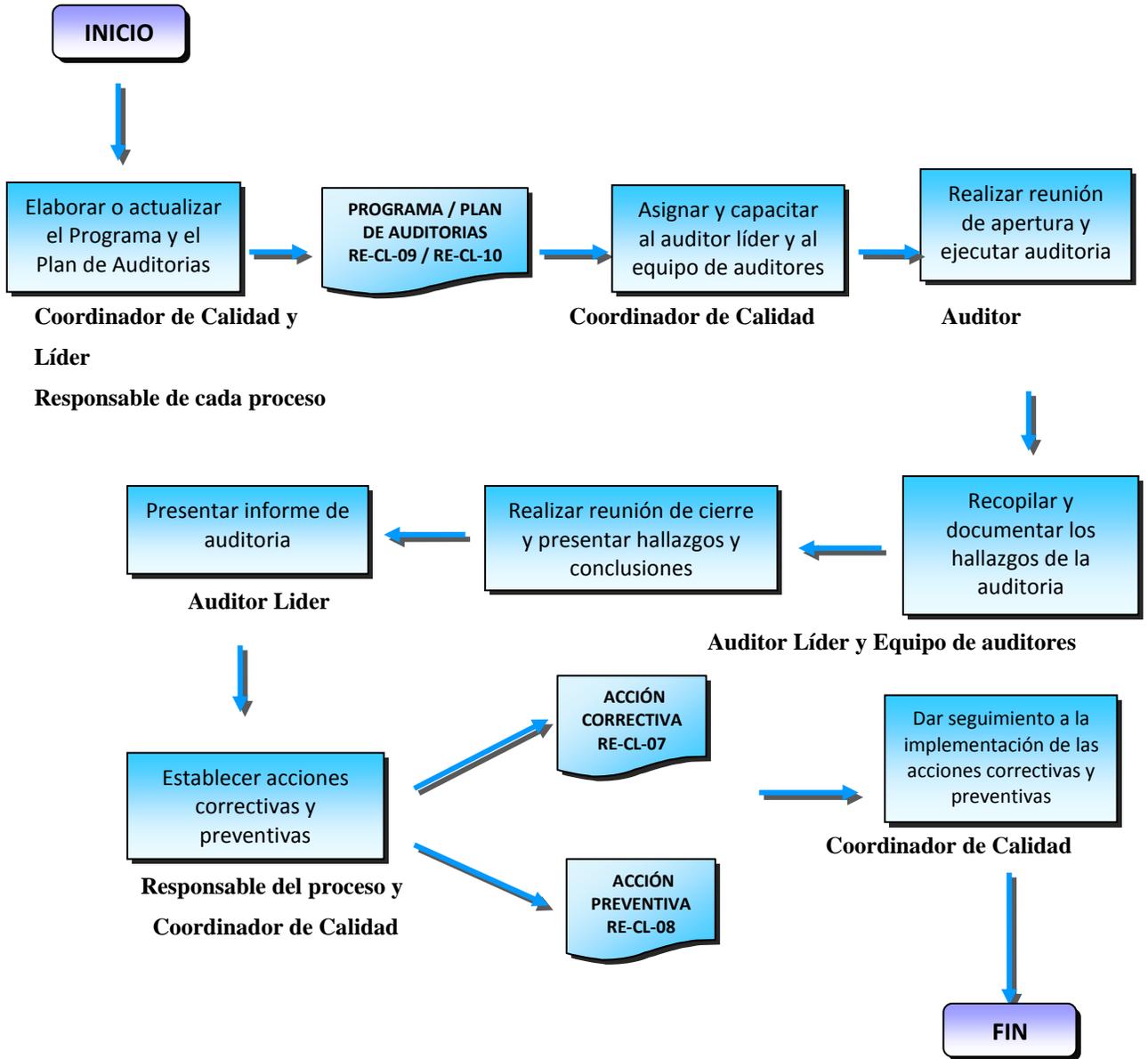
**IMPLEMENTAR LAS AUDITORIAS:** Posteriormente de haber sido aprobado el Plan de Auditoria **(RE-CL-10)**, se difunde la información con anticipación a los auditados y auditores, mínimo 5 días hábiles antes de la fecha programada.

**EJECUTAR LA AUDITORIA:** El Auditor Líder debe realizar la reunión de apertura, en la que presentará a los participantes, los objetivos, alcance y criterios de la auditoria, la metodología y procedimientos utilizados, la descripción de las actividades a realizar. Para la recopilación de información se puede hacer a través de entrevistas, revisión documental como los registros, observación de las actividades relacionadas con los criterios de la auditoria. Luego se procede a documentar los hallazgos clasificándolos en Conformidades, No Conformidades u Observaciones del área o proceso auditado. Los hallazgos deben estar soportados en evidencias objetivas. Seguidamente se prepara la reunión de cierre en la que se presentan los hallazgos y conclusiones aceptadas por el auditado y se establece la fecha para presentar el informe de Auditorias.

**PRESENTAR INFORME DE AUDITORIA:** El Auditor Líder es el responsable de la elaboración del informe final de Auditorias, en este debe presentar los objetivos, alcance, equipo auditor, descripción de resultados, observaciones, conclusiones y la lista de causas de las No conformidades. También debe definir las Acciones Correctivas y/o Acciones Preventivas ha que hubiere lugar.

El cierre de las No Conformidades se debe hacer de acuerdo al Procedimiento de Acciones Correctivas y debe establecerse una fecha límite para la implementación de la acción. La responsabilidad de analizar la causa de no conformidades e implementar las acciones correctivas depende del auditado, es decir del responsable del proceso, quien es el único encargado de eliminar o cerrar las no conformidades detectadas.

### 7. FLUJOGRAMA



# MANUAL DE FUNCIONES<sup>4</sup>

Elaborado por: Sandra Milena Ospina Agudelo Cargo: Coordinadora Administrativa	Revisado por: Cargo:	Aprobado por: Cargo:
--	-------------------------	-------------------------

---

<sup>4</sup> La empresa MLC Tecnología Educativa Ltda., sugiere no presentar la actualización del Manual de Funciones, a diferencia de los cargos que fueron diseñados en el periodo de práctica: Coordinador Administrativo, Coordinador de Calidad y Director de Talento Humano, exceptuando el cargo del Diseñador Gráfico, pues sus funciones son más específicas con base en los proyectos que la empresa esta realizando.

 <b>MLC</b> Tecnología Educativa <small>NR 900113770-3</small>		<b>MLC TECNOLOGIA EDUCATIVA LTDA</b>	
<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>			
<b>CÓDIGO:</b> MF - 01	<b>VERSIÓN:</b> 00	<b>FECHA ELABORACIÓN:</b> 26/04/2010	Página <b>5</b> de <b>30</b>

## COORDINADOR ADMINISTRATIVO

### I. IDENTIFICACIÓN

- **ÁREA:** Administrativa
- **CARGO:** Coordinador Administrativo
- **JEFE INMEDIATO:** Gerente Administrativo

### II. DESCRIPCIÓN DEL CARGO

#### OBJETIVO

- Controlar los procesos administrativos del área, logrando la efectiva distribución de los recursos materiales y financieros a fin de darle un adecuado uso.

#### FUNCIONES DEL CARGO

##### FUNCIÓN GENERAL

- Administrar eficientemente los recursos asignados y las actividades de su área.

##### FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Definir, controlar y ejecutar los procesos administrativos
- Generar documentación precisa de manera rápida acatando las normas de confidencialidad establecidas por la empresa
- Desarrollar su actividad eficientemente, cuidando la calidad de su trabajo y teniendo presente los plazos establecidos
- Redactar cartas e informes
- Recibir y transmitir información tanto escrita como oral
- Recibir, controlar y clasificar la correspondencia y documentación
- Realizar la gestión administrativa de compra y venta de productos
- Controlar caja y efectuar cobros y pagos
- Diligenciar formato de pagos
- Informar y atender al cliente sobre los productos y servicios de la empresa

### III. ANALISIS DEL CARGO

#### EXPERIENCIA

- **EDUCACIÓN FORMAL:** Profesional o técnico en Administración de Empresas. Conocimiento de Contabilidad básica, manejo de libros y registros. Manejo de herramientas tecnológicas.
- **EXPERIENCIA:** 1 año en el área o en cargos similares

#### COMPETENCIAS

##### HABILIDADES

- Destreza para redactar informes

- Facilidad para comunicarse con la gente
- Aptitud matemática
- Fluidez verbal
- Razonamiento lógico

#### **RASGOS DE PERSONALIDAD**

- Responsabilidad y ética en su desempeño profesional
- Espíritu emprendedor, dinámico
- Iniciativa en la toma de decisiones
- Capacidad de adaptarse a los cambios
- Ordenado y detallista
- Práctico y concreto

#### **ESFUERZO**

- Concentración
- Retención de datos
- Análisis de datos

#### **IV. RESPONSABILIDADES**

- Equipo de computo y Papelería
- Métodos y procesos
- Documentos
- Dinero
- Información confidencial
- Con miembros de la empresa
- Clientes
- Público general

#### **V. CONDICIONES DE TRABAJO**

- Espacio adecuado para realizar sus funciones
- Adecuada iluminación
- Bajo ruido
- Riesgos mínimos

		<b>MLC TECNOLOGIA EDUCATIVA LTDA</b>	
		<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>CÓDIGO:</b> MF - 01	<b>VERSIÓN:</b> 00	<b>FECHA ELABORACIÓN:</b> 26/04/2010	<b>Página 7 de 30</b>

## COORDINADOR DE CALIDAD

### I. IDENTIFICACIÓN

- **ÁREA:** Gerencia
- **CARGO:** Coordinador de Calidad
- **JEFE INMEDIATO:** Gerente Administrativo

### II. DESCRIPCIÓN DEL CARGO

#### OBJETIVO

- Supervisar y coordinar la calidad de los procesos, estableciendo estándares de calidad y procedimientos de control que contribuyan al mejoramiento continuo de MLC Tecnología Educativa Ltda.

#### FUNCIONES DEL CARGO

##### FUNCIÓN GENERAL

- Planificar, desarrollar, implementar y evaluar el modelo de calidad

##### FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Velar por el mejoramiento continuo de los procesos organizacionales
- Controlar la documentación generada de los procesos del SGC antes y después de su aprobación
- Hacer seguimiento a los procesos del SGC
- Supervisar el mantenimiento de las no conformidades, el estado de las acciones correctivas, preventivas y de mejora, además de las quejas, reclamos y sugerencias.
- Supervisar las actividades en el control de documentos y registros
- Implantar el programa de auditorías
- Capacitar al personal que realizará las auditorías
- Ejecutar las demás funciones que se le confieran y sean inherentes a su cargo

### III. ANALISIS DEL CARGO

#### EXPERIENCIA

- **EDUCACIÓN FORMAL:** Profesional en Administración, Finanzas o Contabilidad y Auditoría. Conocimientos en Desarrollo Humano y Organizacional, Procesos de Calidad Total y Manuales Administrativos. Manejo de herramientas tecnológicas.
- **EXPERIENCIA:** 2 año en el área o en cargos similares

#### COMPETENCIAS

##### HABILIDADES

- Habilidad para dirigir grupos de trabajo

- Capacidad de análisis y síntesis
- Facilidad de relacionarse con la gente
- Liderazgo
- Capacidad de organizar y coordinar un trabajo
- Destreza en manipular documentos, registros, clasificación y verificación de información

#### **RASGOS DE PERSONALIDAD**

- Responsabilidad y ética en su desempeño profesional
- Iniciativa en la toma de decisiones
- Capacidad de adaptarse a los cambios
- Ordenado y detallista
- Práctico y concreto

#### **ESFUERZO**

- Concentración
- Retención de datos
- Análisis de datos

#### **IV. RESPONSABILIDADES**

- Equipo de computo
- Documentos
- Información confidencial
- Con miembros de la empresa
- Clientes

#### **V. CONDICIONES DE TRABAJO**

- Espacio adecuado para realizar sus funciones
- Adecuada iluminación
- Bajo ruido
- Riesgo mínimo

 <b>MLC</b> Tecnología Educativa <small>NR 900113770-3</small>		<b>MLC TECNOLOGIA EDUCATIVA LTDA</b>	
		<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>CÓDIGO:</b> MF - 01	<b>VERSIÓN:</b> 00	<b>FECHA ELABORACIÓN:</b> 26/04/2010	Página 20 de 38

## **DIRECTOR DE RECURSO HUMANO**

### **I. IDENTIFICACIÓN**

- **ÁREA:** Recurso Humano
- **CARGO:** Director de Recurso Humano
- **JEFE INMEDIATO:** Gerente Administrativo

### **II. DESCRIPCIÓN DEL CARGO**

#### **OBJETIVO**

- Gestionar la administración del personal eficientemente con el propósito de disponer de personal altamente calificado y competente.

#### **FUNCIONES DEL CARGO**

##### **FUNCIÓN GENERAL**

- Planificar, coordinar y liderar la vinculación y el desarrollo del personal, remuneraciones, incentivos, seguridad social, rotaciones y despidos.

##### **FUNCIONES ESPECÍFICAS**

- Establecer el perfil de cargos
- Dirigir la selección y contratación de personal
- Preparar los contratos laborales
- Preparar y establecer programas para la capacitación y desarrollo del personal
- Desarrollar una adecuada política salarial y de incentivos
- Disponer y controlar los registros necesarios concernientes al personal
- Verificar que se cumpla las normas contempladas en el Código de Trabajo
- Desarrollar una política de Seguridad Social en la que prevalezca el bienestar laboral
- Preparar informes, liquidación de remuneraciones, reuniones
- Aconsejar y ayudar a los empleados con respecto a sus problemas personales
- Supervisar el desempeño del personal
- Realizar la evaluación del desempeño de los colaboradores
- Realizar programas de recreación laboral con el propósito de integrar a los empleados con sus familias
- Ejecutar las demás funciones que se le confieran y sean inherentes a su cargo

### **III. ANALISIS DEL CARGO**

#### **EXPERIENCIA**

- **EDUCACIÓN FORMAL:** Profesional en cualquiera de las siguientes áreas:  
Administración de
- Empresas, Administración Pública, Psicología Laboral, Sociología. Manejo de herramientas tecnológicas.

- **EXPERIENCIA:** 2 años en el área o en cargos similares.

### **COMPETENCIAS**

#### **HABILIDADES**

- Capacidad de liderar
- Capacidad de organizar
- Inteligencia e imaginación
- Facilidad de expresión para comunicarse ante los demás
- Mentalidad analítica tanto en lo organizacional como en lo psicológico
- Don de mando
- Manejo de herramientas tecnológicas

#### **RASGOS DE PERSONALIDAD**

- Responsabilidad y ética en su desempeño profesional
- Amable y cortés
- Prudencia y serenidad
- Paciencia
- Proactivo
- Ordenado

#### **ESFUERZO**

- Concentración
- Retención de datos
- Requiere de un grado de esfuerzo mental alto

## **IV. RESPONSABILIDADES**

- Materiales (herramientas)
- Métodos y procesos
- Dinero
- Documentos
- Información confidencial
- Con miembros de la empresa
- Clientes
- Público general

## **Conclusiones**

La implementación de los procesos en la organización a través del Sistema de Gestión de la Calidad, permite dar una mejor organización a la asignación de las tareas, y por consiguiente, controlar y efectuar el seguimiento a las actividades, prevaleciendo el concepto de calidad en los procesos, procedimientos y mediciones de la empresa. Por esto, la gestión de los procesos es de vital importancia para usar eficientemente los recursos humanos, financieros y físicos, proporcionando productos que cumplan con los requerimientos del cliente y por ende, aumenten su satisfacción.

La interacción de los procesos debe ser fluido y dinámico, para que la empresa sea más eficiente y asegure el cumplimiento de los objetivos, logrando el crecimiento e incrementando la competitividad. Por tal motivo, los procesos deben someterse a un seguimiento y medición de su desempeño, mediante indicadores que expresen y faciliten, comprobar que están cumpliendo con los lineamientos establecidos, o en caso contrario, identificar las causas que impiden un adecuado funcionamiento y definir por lo tanto, acciones de mejora continua.

Disponer de los registros necesarios para documentar las actividades de la empresa, permiten planificar, ejecutar y controlar los procesos, al igual que se cumple con un requisito del Sistema de Gestión de la Calidad. A través de los registros, la documentación proporciona evidencia objetiva, es decir, datos que respaldan las actividades desempeñadas, lo que conlleva a realizar seguimiento a las diferentes operaciones de la empresa. Cabe resaltar, que el control no solo se aplica a los procesos y actividades, sino también a los registros y documentos.

A través de la estandarización de los procesos, y cumpliendo con los requisitos exigidos, la empresa puede dar un siguiente paso con respecto a la certificación de calidad por la Norma ISO

La descripción de cargos en la empresa es una gran ayuda, puesto que asigna las funciones y responsabilidades para cada puesto de trabajo que integra la estructura organizacional, evitando la duplicidad de las actividades y ayudando a la coordinación de las mismas. Permite conocer a las directivas los requerimientos de cada puesto y a los empleados tener claro cuales son sus funciones y deberes a responder en el puesto a desempeñar.

Con la aparición de Internet las comunicaciones han cambiado notoriamente a nivel mundial, ya que la humanidad cada vez se hace mas participe en este medio, en el que las distancias se acortan pues hay mas facilidad para comunicarse. En este medio con más frecuencia se acrecienta la participación de las empresas, por los innumerables beneficios que ofrece la red, como ahorro en costos, en tiempo, nuevas oportunidades de negocio. Por esto, vale la pena expresar de que no solo a través de los medios tradicionales como periódicos, televisión, radio, entre otros, se informa sobre la existencia de un producto o servicio o del surgimiento de nuevas empresas, sino que el Internet también ofrece las herramientas para hacerlo, a través del cual se pueden obtener resultados a corto plazo, siempre y cuando se explote este medio eficientemente.

Conocer otros medios que faciliten anunciar los productos es válido, ya que las organizaciones buscan optimizar sus recursos en medios adecuados, que promuevan información sobre los productos y servicios ofrecidos, logrando el cumplimiento de los objetivos propuestos. Uno de los buscadores mas reconocidos en Internet es Google Adwords, una herramienta de fácil manejo que permite crear y publicar anuncios con la modalidad de pago por clic, y en la que los anuncios se publican junto a los resultados de búsqueda realizadas en Google, teniendo en cuenta el posicionamiento en el buscador, es decir, situar a la página web en las primeras posiciones, permitiendo que sea mas visitada por los usuarios en la red, generando mas posibilidades de obtener clientes. Por consiguiente, este buscador es útil para las empresas que consideren el Internet como una alternativa viable para anunciar sus productos al público deseado, captar nuevos clientes y convertirlos en clientes reales contribuyendo a su satisfacción, y por ende, realizar sus transacciones comerciales de manera efectiva.

### **Recomendaciones**

Gestionar en lo posible que la propuesta de este trabajo sea implementado en la empresa por la Gerente Administrativa y el equipo de trabajo, para dar organización y control a sus actividades, contribuyendo al mejoramiento continuo de la empresa.

Informar al equipo de trabajo sobre los procesos identificados en MLC Tecnología Educativa Ltda., necesarios para operar eficientemente y delegar para cada proceso una persona que se responsabilice de efectuar un seguimiento y comprobar que su desempeño se ejecuta conforme a lo establecido por el Sistema de Gestión de la Calidad.

Realizar seguimiento y medición al desempeño de los procesos y programar reuniones mensuales para verificar que se esta cumpliendo con los requisitos estipulados por el SGC, o detectar las causas de no conformidades que afectan su rendimiento.

Administrar adecuadamente los registros, documentando en los formatos correspondientes todas las actividades generadas en el desarrollo de los procesos, para cumplir con los requisitos del SGC.

Poner en marcha la estrategia del buscador Google Adwords, con el fin de divulgar la existencia del software educativo Burbuja, de manera que se logre captar clientes y por lo tanto, se incremente las ventas.

## Glosario

- ♣ **Acción correctiva:** Acción tomada para eliminar la causa de una **no conformidad** detectada u otra situación indeseable.
- ♣ **Acción preventiva:** Acción tomada para eliminar la causa de una **no conformidad** potencial u otra situación potencialmente indeseable.
- ♣ **Actividad:** Conjunto de tareas interrelacionadas que garantizan el resultado esperado.
- ♣ **Alta dirección:** Persona o grupo de personas que dirigen y controlan al mas alto nivel una organización.
- ♣ **Aseguramiento de la calidad:** Parte de la gestión de la calidad orientada a proporcionar confianza en que se cumplirán los requisitos de la calidad.
- ♣ **Calidad:** Grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos.
- ♣ **Conformidad:** Cumplimiento de un requisito.
- ♣ **Corrección:** Acción tomada para eliminar una **no conformidad** detectada.
- ♣ **Macroproceso:** Conjunto de procesos interrelacionados en la organización para el cumplimiento de la misión y el cumplimiento de los objetivos propuestos.
- ♣ **No conformidad:** Incumplimiento de un requisito.

- ♣ **Proceso:** Conjunto de actividades interrelacionadas que transforman insumos para el logro de un resultado, producto o servicio

Un proceso puede ser definido como un conjunto de actividades interrelacionadas entre sí que, a partir de una o varias entradas de materiales o información, dan lugar a una o varias salidas también de materiales o información con valor añadido.

- ♣ **Procedimiento:** Forma especificada para llevar a cabo una actividad o un **proceso**.
- ♣ **Producto:** Resultado de un **proceso**.
- ♣ **Satisfacción del cliente:** Percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos.
- ♣ **Tarea:** Conjunto de acciones simples interrelacionadas para ejecutar una actividad.

## Referencias

### *Referencias para el Área Administrativa*

Bohlander, G. y Snell, S. (2008). *Administración de Recursos Humanos*. México: Editorial Thomson.

Harrington, H James. (1993). *Mejoramiento de los procesos de la empresa*. Colombia. McGraw-Hill Interamericana, S.A.

ICONTEC. *Sistemas de Gestión de la Calidad: Fundamentos y Vocabulario. Norma Técnica Colombiana ISO 9000*. 37p.

Jaimes, W. y Álvarez, C. (2005). *Gestión por procesos. Técnicas básicas*. Palmira: Universidad Nacional de Colombia.

Labrado, M. (2000). *Misiones y Responsabilidades de los puestos de trabajo*. Barcelona: Ediciones Gestión S.A.

MLC Tecnología Educativa Ltda. (2009). *Modelo Administrativo Eficiente*. 27p.

Pedroza, C. (2007a). *Instructivo elaboración de documentos*. 8p.

Pedroza, C. (2007b). *Procedimiento control de documentos*. 6p.

Pedroza, C. (2007c). *Procedimiento control de registros*. 4p.

### *Otras fuentes*

Ayala, S. (2004). *Proceso de Admisión y Empleo de los Recursos Humanos*. Recuperado el 23 de Mayo de 2010 Disponible en:

[http://www.elprisma.com/apuntes/administracion\\_de\\_empresas/reclutamientoyseleccionpersonal/default.asp](http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/reclutamientoyseleccionpersonal/default.asp)

Centro de Formación Técnica UTEM. (Diciembre de 2009). *Acciones Preventivas*. Recuperado el 20 de Mayo de 2010 Disponible en:

[http://www.cftutem.cl/plataforma/aulavirtual/assets/asigid\\_139/contenidos\\_arc/2993\\_PGCCC07\\_AccionesPreventivas\\_Rev.00.pdf](http://www.cftutem.cl/plataforma/aulavirtual/assets/asigid_139/contenidos_arc/2993_PGCCC07_AccionesPreventivas_Rev.00.pdf)

Cordoba, C. (2008). *Gerencia de procesos- 3. Macroprocesos*. Recuperado el 17 de Marzo de 2010. Disponible en:

<http://gerenciaprosesos.comunidadcoomeva.com/blog/index.php?/categories/3-3-Macroprocesos>

CRC. (2008). *Manual de calidad*. Recuperado el 18 de Maro de 2010. Disponible en:

[http://www.crc.gov.co/files/SGC/Manual\\_calidad.pdf](http://www.crc.gov.co/files/SGC/Manual_calidad.pdf)

Departamento Nacional de Planeación. (s.f). *Guía general para elaborar Indicadores*.

Recuperado el 20 de Marzo de 2010. Disponible en:  
[http://www.dnp.gov.co/archivos/documentos/DIFP\\_Bpin/Guia\\_para\\_elaboracion\\_de\\_indicadores.pdf](http://www.dnp.gov.co/archivos/documentos/DIFP_Bpin/Guia_para_elaboracion_de_indicadores.pdf)

*Flujograma*. (s.f.). Recuperado el 20 de Marzo de 2010. Disponible en:

<http://www.slideshare.net/talquino/flujograma-92604>

*Guía para el Diseño de un Sistema de Evaluación y Control de Gestión*. (Junio de 2002)

Recuperado el 20 de Marzo de 2010. Disponible en:

<http://sig.unillanos.edu.co/index.php/Documentos-de-Calidad/Ver-categoria.gsol?mosmsg=Est%E1+intentando+acceder+desde+un+dominio+no+autorizado.+%28www.google.com.co%29>

Instituto Tecnico de Capacitación y Productividad. (Septiembre de 2008). *Procedimiento de calidad*. Recuperado el 18 de Mayo de 2010. Disponible en: <http://intecap.info/public/manuales/aseguramiento/PGAC03%20%20E7.pdf>

*MLC Tecnología Educativa Ltda.* (2010). Recuperado el 23 de Marzo de 2010. Disponible en: <http://www.mlctecnologia.com/>

Monzón, I & Prendes, R. (2004). *Implantación de los Sistemas de Gestión de la Calidad ISO 9000. Una guía práctica*. Recuperado el 10 de Marzo de 2010. Disponible en: [www.monografias.com](http://www.monografias.com)

Organización Internacional para la Estandarización. (s.f.). Recuperado el 11 de Marzo de 2010. Disponible en: [http://es.wikipedia.org/wiki/ISO\\_\(organización\)](http://es.wikipedia.org/wiki/ISO_(organización))

Procuraduría Ambiental y del Ordenamiento Territorial del D.F. (Enero de 2006). *Procedimiento para las acciones correctivas del Sistema de Gestión de Calidad de la PAOT*. Recuperado el 18 de Mayo de 2010. Disponible en: [http://www.calidad.com.mx/docs/art\\_37\\_7.pdf](http://www.calidad.com.mx/docs/art_37_7.pdf)

Portal Calidad. (s.f). *Procedimiento de Acciones Correctivas y Preventivas*. Recuperado el 22 de Mayo de 2010 Disponible en: [http://www.portalcalidad.com/docs/289-procedimiento\\_acciones\\_correctivas\\_y\\_preventivas](http://www.portalcalidad.com/docs/289-procedimiento_acciones_correctivas_y_preventivas)

Programa Exporte. (s.f.). *MLC Tecnología Educativa Ltda.* Recuperado el 24 de Febrero de 2010. Disponible en [http://www.programaexporte.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=66%3Amlc-tecnologia-educativa-ltda&catid=1%3Alatest-news&Itemid=50](http://www.programaexporte.org/index.php?option=com_content&view=article&id=66%3Amlc-tecnologia-educativa-ltda&catid=1%3Alatest-news&Itemid=50)

Sistemas de Gestión de la Calidad: Requisitos. ISO 9001:2008 (Traducción oficial)  
Recuperado el 19 de Marzo de 2010. Disponible en:  
[http://www.congresoson.gob.mx/ISO/ISO-9001-2000\\_Requisitos.pdf](http://www.congresoson.gob.mx/ISO/ISO-9001-2000_Requisitos.pdf)

Universidad Nacional de Colombia. (s.f.). Guía Básica para documentar. Caracterización de procesos. Recuperado el 12 de Abril del 2010 Disponible en:  
<http://www.simege.unal.edu.co/simege/documentos/GUIABASICAPARADOCUMENTAR.pdf>

### *Referencias para el Área Comercial*

*Amplie su negocio con Adwords.* (2009). Guía descargable Recuperado el 16 de Abril de 2010 Disponible en:  
[http://adwords.google.com/support/aw/bin/static.py?hl=es&guide=21899&utm\\_medium=redirect&page=guide.cs&utm\\_source=google&utm\\_campaign=beginners](http://adwords.google.com/support/aw/bin/static.py?hl=es&guide=21899&utm_medium=redirect&page=guide.cs&utm_source=google&utm_campaign=beginners)

Canchanya, R. (s.f.). *Business to Business Marketing*. Recuperado el 18 de Abril del 2010 Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos38/business/business.shtml>

Campuzano, A. (Diciembre de 2001). *¿Qué es el email marketing?* Recuperado el 10 de Junio de 2010. Disponible en: <http://www.masterdisseny.com/master-net/iconos/0011.php3>

Fuser. (Mayo de 2007). *¿Qué es un ATL?* Recuperado el 13 de Abril de 2010. Disponible en: <http://impactoz.blogspot.com/2007/05/que-es-un-atl.html>

Google Adwords. (2010a). *Ventajas de Adwords*. Recuperado el 6 de Mayo de 2010 Disponible en: [https://www.google.com/intl/es\\_es/adwords/select/advantages.html](https://www.google.com/intl/es_es/adwords/select/advantages.html)

Google Adwords. (2010b). *Guía para principiantes de Adwords*. Recuperado el 6 de Mayo de 2010 Disponible en: [https://adwords.google.com/support/aw/bin/static.py?hl=es-419&guide=21899&hlrm=es\\_MX&page=guide.cs](https://adwords.google.com/support/aw/bin/static.py?hl=es-419&guide=21899&hlrm=es_MX&page=guide.cs)

Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX). (2005). *El sector del software en Colombia*. Recuperado el 10 de Abril de 2010. Disponible en: <http://www.icex.es/icex/cma/contentTypes/common/records/viewDocument/0,,00.bin?doc=577639>

Kimera – *Multimedia y Software Educativo*. (28 de Agosto de 2008). Recuperado el 12 de Abril de 2010 Disponible en: <http://www.kimera.com/productos/index.html>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo & Proexport Colombia. (Mayo de 2009). *Invierta en Colombia. Sector Software*. Recuperado el 10 de Abril de 2010 Disponible en: [http://asesoftware.com/analisis\\_sector\\_software\\_proexport.pdf](http://asesoftware.com/analisis_sector_software_proexport.pdf)

Muñiz, R. (2006). *Marketing en el siglo XXI*. 3ª. Edición. Recuperado el 13 de Abril de 2010 Disponible en: <http://www.marketing-xxi.com/>

Pereira, J. (s.f.). *BTL – Marketing Bajo la Línea* Recuperado el 12 de Abril del 2010 Disponible en: [http://www.mercadeo.com/67\\_btl\\_mktng.htm](http://www.mercadeo.com/67_btl_mktng.htm)

Polack, C. (Agosto de 2007). *Marketing en BTL*. Recuperado el 12 de Abril del 2010 Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos51/marketing-btl/marketing-btl.shtml>

*Samira Software* Aquí los niños Juegan, Aprenden, Conocen Recuperado el 11 de Abril de 2010 Disponible en: <http://www.samirasoftware.com/>

*Sem Seo y Posicionamiento web*. (s.f.). Recuperado el 14 de Abril de 2010 Disponible en: <http://semseoyposicionamientoweb.comuf.com/index.htm>

*Software Educativo A.P.C.* (2010). Recuperado el 11 de Abril de 2010 Disponible en: <http://www.sistemasapc.com/software%20mi%20pc.htm>

# APENDICES<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> En este ítem se omiten varios apéndices como sugerencia de la empresa MLC Tecnología Educativa Ltda.

**Apéndice A**

	<b>MLC TECNOLOGIA EDUCATIVA LTDA.</b>	<b>CÓDIGO: RE – CV - 01</b>
	<b>ACTUALIZACIÓN DE DATOS</b>	<b>VERSIÓN: 00</b>

<b>INFORMACIÓN EMPRESARIAL</b>		Fecha de diligenciamiento	<table border="1"> <tr> <td style="width: 30px; height: 20px;"></td> <td style="width: 30px; height: 20px;"></td> <td style="width: 30px; height: 20px;"></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">DÍA</td> <td style="text-align: center;">MES</td> <td style="text-align: center;">AÑO</td> </tr> </table>						DÍA	MES	AÑO
DÍA	MES	AÑO									
NOMBRE DE LA EMPRESA:											
NIT:		DEPARTAMENTO:									
DIRECCIÓN:		TELÉFONO:		EXT:							
REPRESENTANTE LEGAL:			CELULAR:								
E-MAIL:		PÁGINA WEB:									
No. DE ESTUDIANTES DE BÁSICA PRIMARIA Y PREESCOLAR:											
No. DE DOCENTES DE BÁSICA PRIMARIA Y PREESCOLAR:											

**INFORMACIÓN COORDINADOR DEL SOFTWARE BURBUJA EN LA INSTITUCIÓN**

NOMBRE:	
DOCUMENTO DE IDENTIDAD:	CELULAR:
TELÉFONO:	DIRECCIÓN:
E-MAIL:	

Por favor relacione información de docentes en la siguiente tabla:

**DOCENTES NUEVOS**

NOMBRE	CÉDULA	TELÉFONO	E-MAIL

**DOCENTES RETIRADOS (Datos necesarios para desvincularlos)**

NOMBRE	CÉDULA	TELÉFONO	E-MAIL

**Apéndice B**

	<b>MLC TECNOLOGIA EDUCATIVA LTDA.</b>	<b>CÓDIGO: RE – CV - 02</b>
	<b>ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</b>	<b>VERSIÓN: 00</b>

<b>INFORMACIÓN EMPRESARIAL</b>	Fecha de diligenciamiento	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
		DIA	MES	AÑO

RAZÓN SOCIAL:	
NOMBRE:	
CARGO:	
TELÉFONO:	E-MAIL:

Para nosotros es muy importante conocer su experiencia y opinión acerca de nuestro producto y servicio. Su información nos permitirá conocer el grado con el cual cumplimos sus expectativas, dirigir los esfuerzos para mejorar el servicio, ampliar y mantenernos en el mercado.

Califique de 1 a 5, siendo 1 muy deficiente y 5 excelente, los siguientes aspectos:

<b>1. La calidad del servicio cumple con los siguientes estándares:</b>	1	2	3	4	5	<b>SUGERENCIA/ OBSERVACIÓN</b>
a. Cumplimiento en los compromisos de la negociación.						
b. Información clara, veraz y oportuna.						
c. Entrega oportuna del servicio.						
<b>2. Considera que el precio que paga por el servicio tiene buena relación con el mismo.</b>						
<b>3. Recibe un trato amable y respetuoso de los funcionarios.</b>						
<b>4. Recibe atención y solución a problemas oportunamente.</b>						
<b>5. Material Interactivo</b>						
<b>6. Evaluación Pedagógica</b>						
<b>7. Se encuentra satisfecho con el servicio suministrado.</b>	Si_____ No_____					
<b>8. Ha recibido acompañamiento oportunamente.</b>	Si_____ No_____					
<b>9. Considera que los asesores están altamente capacitados.</b>	Si_____ No_____					
<b>10. Ha tenido dificultades en el manejo del programa.</b>	Si_____ No_____					
<b>11. Recomendaría Burbuja a otros clientes.</b>	Si_____ No_____					

**Sugerencias:**

[Empty space for suggestions]
-------------------------------

**Apéndice C**

	<b>MLC TECNOLOGIA EDUCATIVA LTDA.</b>	<b>CÓDIGO: RE – CV - 03</b>
	<b>VISITAS A POSIBLES CLIENTES</b>	<b>VERSIÓN: 00</b>

<b>RESPONSABLE DE LA VISITA:</b> <b>CARGO:</b>	<b>PRODUCTO:</b> 
---	---

INSTITUCIÓN EDUCATIVA:	REPRESENTANTE LEGAL:	DIRECCIÓN:
TELEFONO:	E-MAIL:	
FECHA DE VISITA:	HORA INICIO:	HORA FINALIZACIÓN:
OBSERVACIONES: _____		

INSTITUCIÓN EDUCATIVA:	REPRESENTANTE LEGAL:	DIRECCIÓN:
TELEFONO:	E-MAIL:	
FECHA DE VISITA:	HORA INICIO:	HORA FINALIZACIÓN:
OBSERVACIONES: _____		

INSTITUCIÓN EDUCATIVA:	REPRESENTANTE LEGAL:	DIRECCIÓN:
TELEFONO:	E-MAIL:	
FECHA DE VISITA:	HORA INICIO:	HORA FINALIZACIÓN:
OBSERVACIONES: _____		

INSTITUCIÓN EDUCATIVA:	REPRESENTANTE LEGAL:	DIRECCIÓN:
TELEFONO:	E-MAIL:	
FECHA DE VISITA:	HORA INICIO:	HORA FINALIZACIÓN:
OBSERVACIONES: _____		

INSTITUCIÓN EDUCATIVA:	REPRESENTANTE LEGAL:	DIRECCIÓN:
TELEFONO:	E-MAIL:	
FECHA DE VISITA:	HORA INICIO:	HORA FINALIZACIÓN:
OBSERVACIONES: _____		



**Apéndice E**

	<b>MLC TECNOLOGIA EDUCATIVA LTDA.</b>		
	<b>VERSIÓN: 00</b>	<b>CÓDIGO: RE – CV - 13</b>	
	<b>PETICIONES, QUEJAS, RECLAMOS Y SUGERENCIAS</b>		

<b>FECHA Y NÚMERO DE RADICACIÓN (Este espacio para llenarlo por Servicio de Atención al Cliente)</b>			
FECHA			
	DÍA AÑO	MES	
<b>DATOS DEL SOLICITANTE (Espacio exclusivo para el usuario)</b>			
NOMBRE:		DOCUMENTO DE IDENTIDAD:	
DIRECCIÓN:		CIUDAD:	
TELÉFONO:		E-MAIL:	
NOMBRE DEL FUNCIONARIO QUE RECIBE:			
<b>Seleccione con una X la opción correspondiente a su comentario</b>			
PETICIÓN	<input type="checkbox"/>	QUEJA	<input type="checkbox"/>
		RECLAMO	<input type="checkbox"/>
			SUGERENCIA <input type="checkbox"/>
<b>DESCRIPCIÓN:</b>			
ANEXA ALGUN DOCUMENTO		SI	NO
<b>DESCRIBALO:</b>			
<b>ESPACIO EXCLUSIVO PARA LA EMPRESA</b>			
<b>ANÁLISIS DEL CASO</b>			
<b>PLAN DE ACCIÓN</b>			
<b>Acciones Correctivas</b>		<b>Acciones Preventivas</b>	
<b>RESULTADOS OBTENIDOS</b>			
Firma Director del Departamento		Coordinador de Calidad	

**Apéndice F**

 <b>MLC</b> Tecnología Educativa <small>NIT 900113770-3</small>	<b>MLC TECNOLOGIA EDUCATIVA                  LTDA.</b>	<b>CÓDIGO: RE – CV - 14</b>
	<b>COTIZACIÓN</b>	<b>VERSIÓN: 00</b>

**MLC TECNOLOGIA EDUCATIVA LTDA**  
 NIT 900113770-3

**COTIZACIÓN No. \_\_\_\_\_**

Cotizado a:	Fecha de elaboración:
NIT:	Vendedor:
Dirección:	Valida la oferta:
Ciudad:	Forma de pago:
Teléfono:	Plazo de entrega:

No.	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
			<b>SUBTOTAL</b>	
<b>VALOR EN LETRAS:</b>			<b>TOTAL</b>	

Cotizado por:

Aceptado por:

\_\_\_\_\_  
 Firma

\_\_\_\_\_  
 Firma

www.mlctecnologia.com  
 Cra. 31 No. 15-87 Barrio San Luis – Pereira – Colombia  
 Teléfono (576) 3216899 Ext. 108  
 Fax: 3216894  
 info@mlctecnologia.com mlctecnologia@gmail.com

**Apéndice G**

	<b>MLC TECNOLOGIA EDUCATIVA LTDA.</b>	<b>CÓDIGO: RE – ADF - 01</b>
	<b>ORDEN DE COMPRA</b>	<b>VERSIÓN: 00</b>

**MLC TECNOLOGIA EDUCATIVA LTDA**  
NIT 900113770-3

**ORDEN DE COMPRA No. \_\_\_\_\_**

Proveedor:	Fecha del pedido:
NIT:	Fecha de entrega:
Dirección:	Términos de entrega:
Ciudad:	Forma de pago:
Teléfono:	

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
<b>SUBTOTAL</b>			
<b>VALOR EN LETRAS:</b>			
<b>TOTAL</b>			

Elaborado por:

Aceptado por:

\_\_\_\_\_  
Firma

\_\_\_\_\_  
Firma

www.mlctecnologia.com  
Cra. 31 No. 15-87 Barrio San Luis – Pereira – Colombia  
Teléfono (576) 3216899 Ext. 108  
Fax: 3216894  
info@mlctecnologia.com mlctecnologia@gmail.com





**Apéndice J**

	<b>MLC TECNOLOGIA EDUCATIVA LTDA.</b>	<b>CÓDIGO: RE – GR- 02</b>
	<b>INFORME DE GESTIÓN</b>	<b>VERSIÓN: 00</b>

**INFORME DE GESTIÓN**

PRESENTADO A:	CARGO:
PROCESO:	FECHA:
RESPONSABLE:	CARGO:

**INDICADORES DE GESTIÓN**

1.	3.
2.	4.

**DESEMPEÑO DEL PROCESO  
DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES**


**ESTADISTICAS**

	<b>GRÁFICO</b>

**ANALISIS DE INFORMACIÓN**


**CUMPLIMIENTO DEL DESEMPEÑO DEL PROCESO**

<b>SI</b>	<b>NO</b>
-----------	-----------

**ACCIONES DE MEJORA**


\_\_\_\_\_

**Firma del Responsable**



**Apéndice L**

	<b>MLC TECNOLOGIA EDUCATIVA LTDA.</b>	<b>CÓDIGO: RE – TH- 02</b>
	<b>ENTREVISTA PERSONAL</b>	<b>VERSIÓN: 00</b>

<b>1. ANTECEDENTES GENERALES</b>	Fecha de diligenciamiento	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
		DIA	MES	AÑO

NOMBRES Y APELLIDOS:				CEDULA:	
FECHA DE NACIMIENTO:				CELULAR:	
LUGAR DE RESIDENCIA:				TELEFONO:	
ESTADO CIVIL	SOLTERO	<input type="checkbox"/>	CASADO	<input type="checkbox"/>	VIUDO
¿TIENE HIJOS?	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	¿Cuántos?

**2. AREA ACADEMICA**

ESTUDIOS REALIZADOS:

**OTROS CONOCIMIENTOS**

IDIOMAS	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	¿Qué idiomas maneja?
SISTEMAS	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	¿Qué programas maneja?

**3. AREA PROFESIONAL**

EXPERIENCIA PROFESIONAL:

**4. AREA FAMILIAR**

RELACIONES FAMILIARES
¿Cuántas personas viven con usted?

**5. ACTIVIDADES E INTERESES (PASATIEMPOS)**


**6. OBSERVACIONES**


**Espacio exclusivo para el evaluador**

Califique según la escala: 1 Deficiente 2 Regular 3 Bueno 4 Excelente

Grado de conocimiento	<input type="checkbox"/>	Presencia Personal	<input type="checkbox"/>	Modo de vestir	<input type="checkbox"/>	Agudeza mental	<input type="checkbox"/>
Fluidez verbal	<input type="checkbox"/>	Aspecto saludable y limpieza	<input type="checkbox"/>	Seguridad para expresar sus ideas	<input type="checkbox"/>		
Introverso	<input type="checkbox"/>	Extroverso	<input type="checkbox"/>	Sinceridad	<input type="checkbox"/>	Comprensión y análisis racional	<input type="checkbox"/>

\_\_\_\_\_  
Firma del Entrevistador

\_\_\_\_\_  
Firma del Evaluador

# ANEXOS<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> En este ítem se omiten varios anexos como sugerencia de la empresa MLC Tecnología Educativa Ltda.

Anexo A

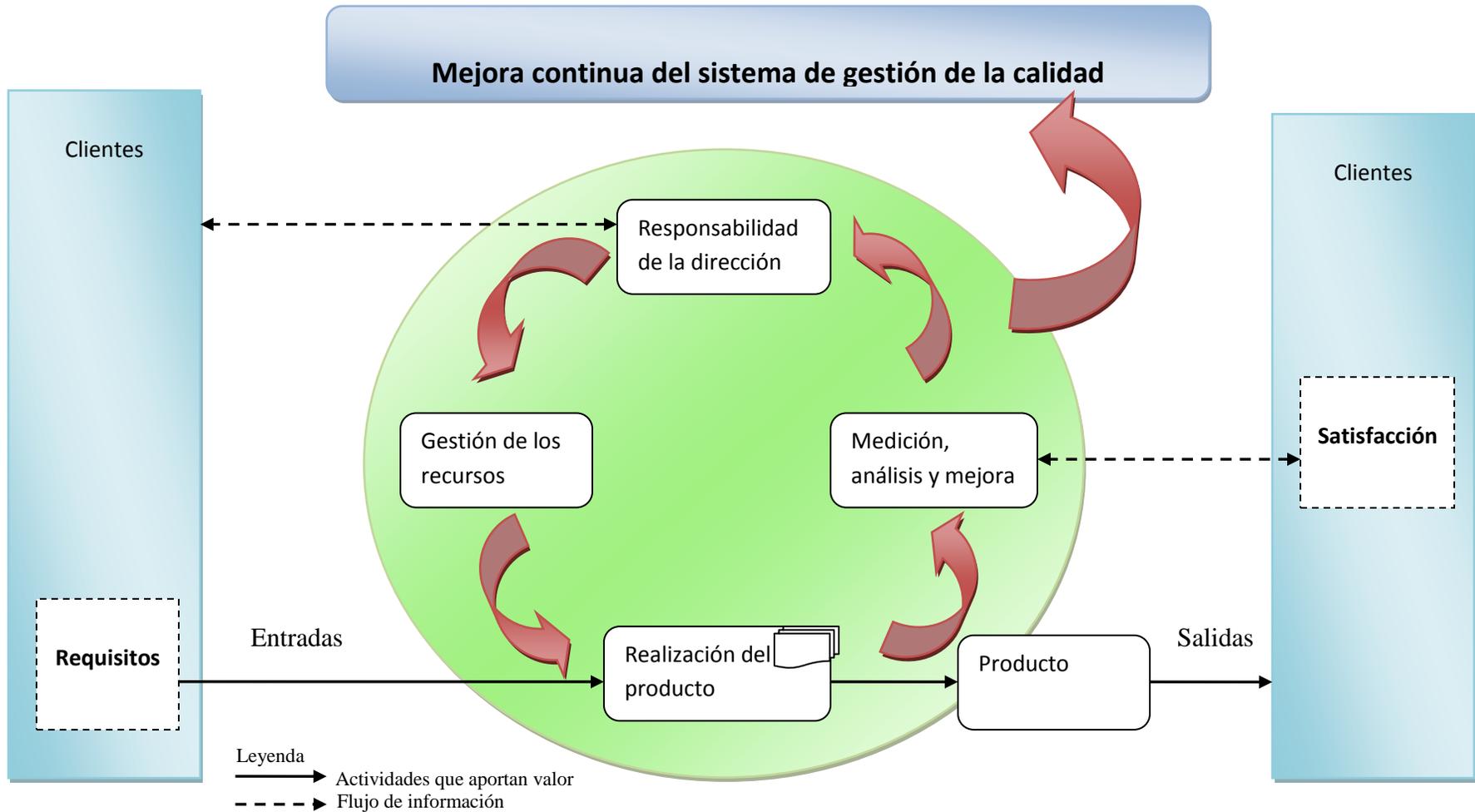
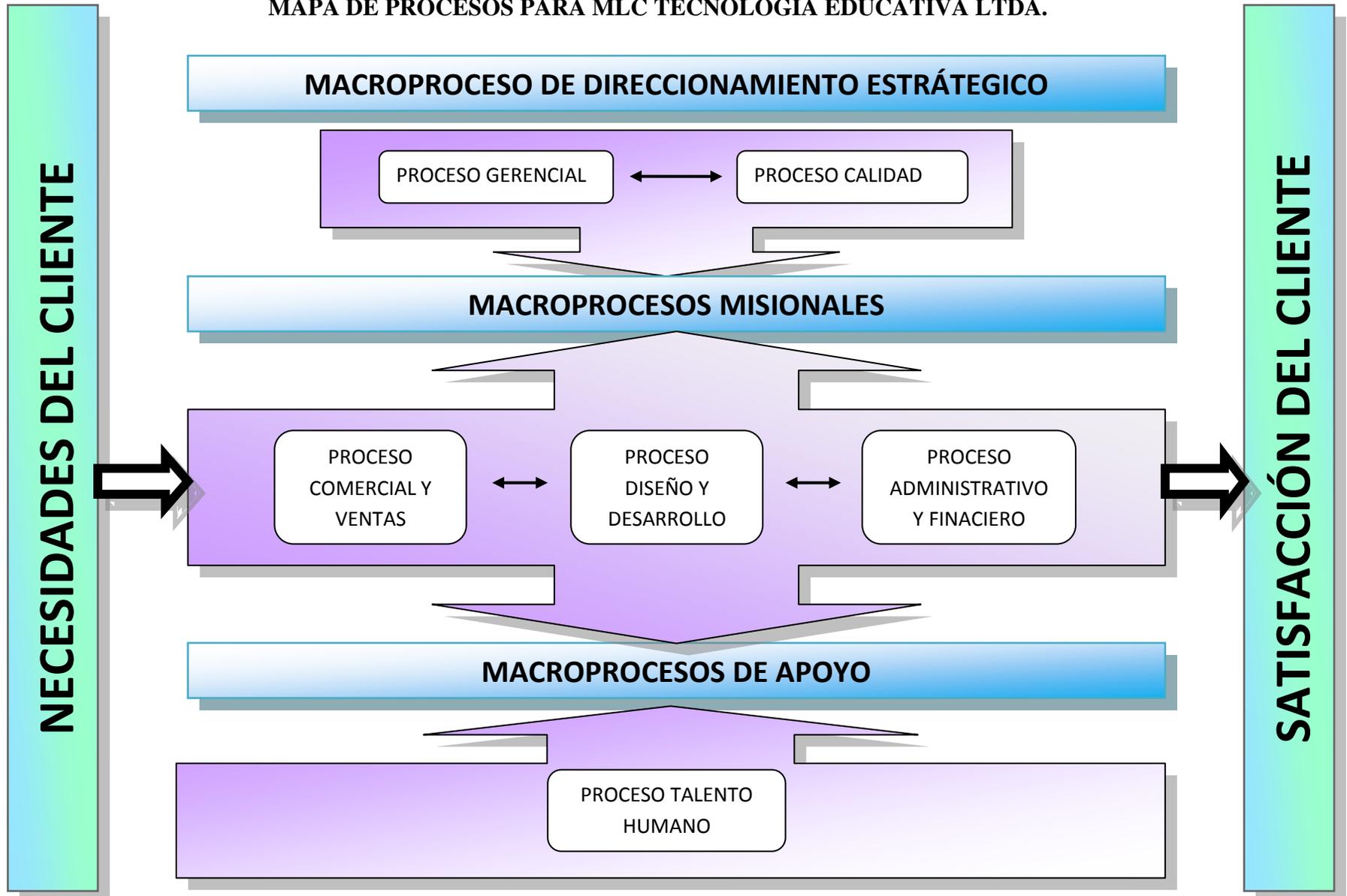


Figura1. Modelo de un Sistema de Gestión de la Calidad basado en procesos

Fuente: Tomado del Sistema de Gestión de la Calidad: Requisitos. Norma Técnica Colombiana ISO 9001

Anexo B

MAPA DE PROCESOS PARA MLC TECNOLOGIA EDUCATIVA LTDA.



**Anexo C**

**GUIA PARA DOCUMENTAR UN PROCESO O PROCEDIMIENTO**

<b>LOGO</b>	<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>			<b>CÓDIGO:</b>
	<b>PROCESO:</b>	<b>AREA:</b>	<b>VERSIÓN:</b>	<b>FECHA DE ELABORACIÓN:</b>
<b>TÍTULO:</b>			<b>SELLO:</b>	<b>PÁGINA:</b>
<p>                     ♠ <i>Logotipo de la empresa.</i>                      ♠ <i>Nombre de la empresa.</i>                      ♠ <i>Código del Documento: Según la estructura de codificación para documentación Interna.</i>                      ♠ <i>Proceso: Indica el nombre del proceso al que pertenece el documento.</i>                      ♠ <i>Área: Indica el área de la empresa a la que pertenece el documento, cuando no exista área será el mismo nombre del proceso.</i>                      ♠ <i>Versión: Indica el número de veces que el documento ha tenido modificaciones.</i>                      ♠ <i>Fecha de elaboración: Determina la fecha en que fue elaborado dicho documento, el orden de la fecha será día, mes y año..</i>                      ♠ <i>Título: Indica el nombre de la actividad a describir.</i>                      ♠ <i>Sello: Indica si es un documento controlado (sello color verde), copia no controlada o documento obsoleto (sello color rojo).</i>                      ♠ <i>Paginación: Indica la numeración consecutiva y total del documento desarrollado.</i> </p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>OBJETIVO:</b> Es la razón de ser del documento.</li> <li><b>ALCANCE:</b> Es el grado de aplicabilidad del documento, hasta donde llega, lo que abarca, cuales son sus límites, etc.</li> <li><b>RESPONSABLES:</b> Unidades administrativas o puestos que intervienen en los procedimientos en cualquiera de sus fases.</li> <li><b>DEFINICIONES (Opcional):</b> Palabras o términos de carácter técnico que se emplean en el procedimiento, las cuales, por su significado o grado de especialización requieren de mayor información o ampliación de su significado, para hacer más accesible al usuario la consulta del manual</li> <li><b>DESARROLLO/PROCEDIMIENTO:</b> Descripción detallada de las actividades a realizar.</li> </ol>				

- 6. DIAGRAMA DE FLUJO (Opcional):** Representación gráfica a través de símbolos para describir la secuencia de un proceso o procedimiento.
- 7. REGISTRO (Opcional):** Documento que suministra evidencia objetiva de una determinada actividad (información que se puede demostrar).
- 8. ANEXOS (Opcional):** Es cualquier tipo de información secundaria que tenga relación con el documento.

<b>ELABORÓ:</b> <b>CARGO:</b>	<b>REVISÓ:</b>	<b>APROBÓ:</b>
	<b>CARGO:</b>	<b>CARGO:</b>
	<b>FECHA DE REVISIÓN:</b>	<b>FECHA DE APROBACIÓN:</b>

**Anexo D**

**GUIA PARA DOCUMENTAR UN REGISTRO**

<b>LOGO</b>	<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>CÓDIGO:</b>
<b>TÍTULO:</b>		<b>VERSIÓN:</b>
<p>♣ <i>Logotipo de la empresa.</i></p> <p>♣ <i>Nombre de la empresa.</i></p> <p>♣ <i>Código del Registro: Según la estructura de codificación para documentación interna.</i></p> <p>♣ <i>Título: Indica el nombre de la actividad a realizar</i></p> <p>♣ <i>Versión: Indica el numero de veces en que el registro ha sido modificado, la primera versión se indica con 00, la primera modificación se indica con 01 y así sucesivamente.</i></p> <p><b>NOTA:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>El pie de página de los registros es OPCIONAL</i></li> <li>• <i>No todos los registros requieren de encabezado pero como mínimo deberán tener código, versión y título.</i></li> </ul> <p><b>1. DESARROLLO/PROCEDIMIENTO:</b> Descripción detallada de las actividades a realizar.</p> <p><b>2. RESPONSABLES (Opcional):</b> Unidades administrativas o puestos que intervienen en los procedimientos en cualquiera de sus fases.</p>		
<b>ELABORÓ:</b> <b>CARGO:</b>	<b>REVISÓ:</b> <b>CARGO:</b>	<b>APROBÓ:</b> <b>CARGO:</b>
	<b>FECHA DE REVISIÓN:</b>	<b>FECHA DE APROBACIÓN:</b>

**Anexo E**

	<b>MLC TECNOLOGIA EDUCATIVA LTDA.</b>	<b>CÓDIGO: RE – CL- 01</b>
	<b>LISTADO MAESTRO DE DOCUMENTOS</b>	<b>VERSIÓN: 00</b>

No.	CODIGO DEL DOCUMENTO	NOMBRE DEL DOCUMENTO	FECHA EMISIÓN DEL DOCUMENTO	No. VERSIÓN	SOPORTE DEL DOCUMENTO	UBICACIÓN DEL DOCUMENTO
<b>OBSERVACIONES:</b>						

**Anexo F**

	<b>MLC TECNOLOGIA EDUCATIVA LTDA.</b>	<b>CÓDIGO: RE – CL- 02</b>
	<b>ENTREGA Y DISTRIBUCIÓN DE DOCUMENTOS</b>	<b>VERSIÓN: 00</b>

No.	CODIGO	NOMBRE DEL DOCUMENTO	FECHA DE DISTRIBUCIÓN DEL DOCUMENTO	DEPENDENCIA	CARGO	NOMBRE	FIRMA
<b>OBSERVACIONES:</b>							





**Anexo I**

 <b>MLC</b> Tecnología Educativa <small>INC 900113770-3</small>	<b>MLC TECNOLOGIA EDUCATIVA                  LTDA.</b>	<b>CÓDIGO: RE – CL- 06</b>
	<b>REPORTE DE NO CONFORMIDAD                  (RNC)</b>	<b>VERSIÓN: 00</b>

<b>REPORTE DE NO CONFORMIDAD (RNC)</b>			
RNC No.			
ÁREA/PROCESO:			
NORMA Y CLAUSULA:			
<b>Sección 1. Detalle de la No Conformidad</b>			
<b>DESCRIPCIÓN:</b>			
DETECTADA POR:		RESPONSABLE:	CATEGORIA:
FECHA:			
<b>Sección 2. Plan de Acción propuesto por el Responsable (Auditado)</b> (Adjunte hojas si requiere)			
<b>Análisis de causa raíz</b> (¿Cómo / Por qué pasó?)			
<b>Corrección</b> (ahora arreglado) con fechas de terminación			
<b>Acción Correctiva</b> (para prevenir la recurrencia) con fechas de terminación			
<b>Revisión y aceptación del plan de acción correctiva por el “Auditor”:</b>			
Representante del auditado		Fecha:	
<b>Sección 3. Detalles de la verificación por el “Auditor” de la implementación del Plan de Acción</b>			
<b>Sección 4. RNC cerrada por “Auditor” en fecha</b>		<b>Nombre del auditor líder.</b>	

**Anexo J**

 <b>MLC</b> Tecnología Educativa <small>LTDA. NC 900113790-3</small>	<b>MLC TECNOLOGIA EDUCATIVA                  LTDA.</b>	<b>CÓDIGO: RE – CL- 07</b>
	<b>ACCIONES CORRECTIVAS</b>	<b>VERSIÓN: 00</b>

<b>1. REPORTE DE LA NO CONFORMIDAD</b>			
No Conformidad No. – Año – Siglas del Área)		(Consecutivo)	
Requisito que se incumple			
Se detectó la No Conformidad a partir de: Control de trabajo No Conforme, Quejas y reclamos, Revisión de informes, Auditorias, Revisión por la Dirección, Observaciones del personal. (Cual?) :			
Fecha en que se detectó la No Conformidad		Fecha en que ocurrió la No Conformidad	
Descripción de la No Conformidad:			
Nombre y Firma del Funcionario que detectó la NO Conformidad		Nombre y firma del Jefe del área donde se detectó la NO conformidad	

<b>2. TRATAMIENTO DE LA NO CONFORMIDAD</b>			
<b>2.1. ACCION INMEDIATA (CORRECCION O LIBERACION) DESCRIBIR EL TRATAMIENTO INMEDIATO)</b>			
<b>2.2. ANALISIS DE LA NO CONFORMIDAD ( posibles causas de la no conformidad, indicar metodología utilizada)</b>			
<b>2.3. PLAN DE ACCIÓN</b>			
ACCIÓN	RESPONSABLE	FECHA DE IMPLEMENTACIÓN	RECURSOS
FUNCIONARIOS QUE PARTICIPARON EN EL ANÁLISIS			
<b>2.4. EVALUACIÓN DE LA EFECTIVIDAD</b>			
Requiere de Auditoria	SI	NO	
No Conformidad Cerrada	SI	NO	
¿Por qué? (Si la respuesta anterior es NO, justifíquelo)			
NOMBRE Y FIRMA DEL JEFE DEL ÁREA DONDE SE PRESENTÓ, TRATÓ Y CERRÓ LA NO CONFORMIDAD			

**Anexo K**

	<b>MLC TECNOLOGIA EDUCATIVA LTDA.</b>	<b>CÓDIGO: RE – CL- 08</b>
	<b>ACCIONES PREVENTIVAS</b>	<b>VERSIÓN: 00</b>

**ACCIÓN PREVENTIVA**

<b>No.</b> Número de la No Conformidad	<b>Proceso Afectado:</b>
---	--------------------------

<b>Ref. ISO-9001:2000</b>	<b>Fecha:</b>	<b>Documento de Ref.:</b>
---------------------------	---------------	---------------------------

<b>Detectada en:</b> Producto <input type="checkbox"/> Proceso <input type="checkbox"/> Sistema <input type="checkbox"/>	<b>Responsable de la Acción Preventiva:</b> Nombre y Firma:
---	--

**DESCRIPCIÓN:**

<b>Fecha de Aceptación:</b>	<b>Auditor:</b>
-----------------------------	-----------------

**ANÁLISIS DE LA CAUSA RAIZ (Método utilizado)**

**PLAN DE PREVENCIÓN**

<b>Plan de Acción</b> (En caso de ser insuficiente el espacio, favor de anexar documento conteniendo esta misma información)	Responsable	Fecha de Programa	<b>Verificación (es)</b>	
			Fecha de verificación	Comentarios del auditor que verifica

**Observaciones:**

<b>Fecha de Aceptación:</b>	<b>Auditor:</b>
-----------------------------	-----------------

¿Se requiere cambios en la documentación?            SI            NO

**CIERRE DE LA ACCIÓN PREVENTIVA**

**RESPONSABLE DEL CIERRE DE LA ACCIÓN PREVENTIVA**  
 (Hasta que las acciones se hayan verificado y sean efectivas)

**Nombre, firma y fecha**

**Anexo L**

 <b>MLC</b> Tecnología Educativa <small>LTDA. N° 900113770-3</small>	<b>MLC TECNOLOGIA EDUCATIVA                  LTDA.</b>	<b>CÓDIGO: RE – CL- 10</b>
	<b>PLAN DE AUDITORIA INTERNA DE                  LA CALIDAD</b>	<b>VERSIÓN: 00</b>

<b>PLAN DE AUDITORIA INTERNA DE LA CALIDAD</b>	
ÁREA O PROCESO A AUDITAR:	
FECHA AUDITORIA:	
HORA INICIO:	HORA CIERRE:
<b>1. OBJETIVO DE LA AUDITORIA</b>	
<b>2. ALCANCE DE LA AUDITORIA</b>	
<b>3. CRITERIOS DE LA AUDITORIA O REQUISITOS A EVALUAR</b>	
<b>4. AUDITORES</b>	
<b>5. AUDITADOS</b>	
<b>6. FECHA DE COMUNICACIÓN DEL PLAN</b>	
<b>NOMBRE Y FIRMA DEL AUDITOR AUDITADO</b>	<b>NOMBRE Y FIRMA DEL AUDITADO</b>
<b>NOMBRE Y FIRMA DEL AUDITOR LIDER</b>	