

# Cuestionario de Diagnóstico Empresarial En base al modelo de la EFQM/MG

DATOS DE CONTACTO DE LA EMPRESA			
<b>Razón social</b>	Alistamiento y Empaque de Colombia S.A.S -AEMCOL S.A.S.		
<b>Sector de Actividad</b>	secundario alistamiento de documentos	<b>CNAE ó IAE:</b>	<b>842</b>
<b>Nº de Empleados</b>	<input type="checkbox"/> Menos de 10 <input type="checkbox"/> Entre 10 y 20 <input checked="" type="checkbox"/> Entre 20 y 50 <input type="checkbox"/> 50-100 <input type="checkbox"/> Más de 100		
<b>Facturación</b>	<input type="checkbox"/> 0.5-1 millones de € <input type="checkbox"/> 1-5 <input type="checkbox"/> 5-10 <input type="checkbox"/> 10-20 <input type="checkbox"/> Más de 20 millones de €		
<b>NIT</b>	900.528.457		
<b>Teléfono</b>	(031) 3008204 Bogotá		
<b>E-mail*</b>	<a href="mailto:recursoaemcol@gmail.com">recursoaemcol@gmail.com</a>		
<b>Nombre*</b>	Wilton Ávila		
<b>Cargo*</b>	Representante legal		
<b>Fecha**</b>	19 de noviembre de 2018		
<b>Hora de inicio**</b>	09:00 am	<b>Hora fin**</b>	04:40 pm
<b>dirección</b>	Sede Administrativa: Calle 141 N0.9-41 Interior 2 apto 303, Bogotá.  Planta Dispapeles Bogotá: Calle 103 No. 69-53.  Planta Dispapeles Bucaramanga: Calle 72 No.36 W-50		

\* Datos de contacto de la persona que dentro de la empresa responde al cuestionario.

\*\* Casillas a cumplimentar por el encuestador en caso de visita a la empresa.

**BLOQUE DE CARACTERISTICAS GENERALES**

1. Señale el tiempo transcurrido desde que se constituyó su empresa: 6 (Años)
2. ¿Qué porcentaje aproximado de sus ventas destina a cada uno de los siguientes mercados?

1. Nacional. 100%
2. Extranjero. 0 %

100 %
-------

3. N° total de empleados fijos en toda la empresa: 37  
 N° de empleados eventuales (equivalente por año\*): 4 - 6  
 \*Ej.: si dispone de 4 empleados a media jornada durante 6 meses, equivaldrían a 1 empleado por año.

4. Indique el número de empleados en las siguientes funciones del área comercial:

• Dirección comercial.	4
• Mandos intermedios (jefes de venta y/o responsables de área).	3
• Personal o telefonistas dedicados a la administración de ventas y atención del cliente en la empresa.	7

5. Indique el número de empleados de cada tipo que componen sus FF.VV:

• Red propia de vendedores.	0
• Red de vendedores compartida con otras empresas.	0
• Representantes exclusivos a comisión.	0
• Representantes libres multicartera.	2
• Distribuidores.	0

**BLOQUE PARA EL CRITERIO LIDERAZGO DEL MODELO**

Indique su grado de conformidad con las siguientes afirmaciones, respecto al ESQUEMA de VALORES y a la MISIÓN/VISIÓN de su empresa. Si no se especifica otro esquema de respuestas concreto para la pregunta, utilice el siguiente:

1 En total desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Indiferente	4 De acuerdo	5 Totalmente de acuerdo
--------------------------	--------------------	------------------	-----------------	----------------------------

**DIMENSIÓN 1: LIDERAZGO****ENFOQUE DEL LIDERAZGO**

1.1 La empresa tiene definida por escrito su Misión, su Visión, y en la redacción de éstas participó desde la alta dirección hasta el personal de base.	1	2	3	4	5
1.2 La Misión y la Visión de la empresa están enfocadas hacia la satisfacción de nuestros clientes, tanto internos como externos, a través de la mejora continua de nuestros procesos.	1	2	3	4	5

1.3 Hay un esquema de valores definido y documentado que guía las relaciones de la empresa con nuestros clientes, proveedores, nuestros empleados y entre ellos mismos, nuestras FF.VV, las instituciones públicas y la sociedad en general.	1	2	3	4	5
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

#### DESPLIEGUE DEL LIDERAZGO

1.4 Para la comunicación de estos valores y de la Misión, recurrimos a reuniones periódicas, convenciones de ventas, paneles informativos y carteles.	1	2	3	4	5
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

1.5 Nuestra Web Corporativa, contiene un apartado dedicado exclusivamente a la presentación de nuestra Misión y de nuestros valores.	1	2	3	4	5
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

#### CONTROL DEL LIDERAZGO

1.6 Nuestros directivos se implican activamente en la defensa y transmisión de esos valores frente a las presiones internas y externas, y se ha recurrido a ellos cuando ha habido que tomar decisiones importantes en la empresa.	1	2	3	4	5
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

1.7 Qué importancia da a las Tecnologías de la Información (TI) como herramienta para dar a conocer la Misión y los valores de su organización dentro de la propia empresa y hacia el exterior: *correo electrónico, groupware, Intranet o Web corporativa, grupos de noticias, software para presentaciones...*

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

1= Nula; 2= Escasa; 3= Regular; 4= Alta; 5= Muy Alta

### BLOQUE PARA EL CRITERIO ESTRATEGIA Y PLANIFICACIÓN DEL MODELO

Indique su grado de conformidad con las siguientes afirmaciones. Si no se especifica otro esquema de respuestas concreto para la pregunta, utilice el siguiente:

1	2	3	4	5
En total desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

#### DIMENSION 2: ESTRATEGIA Y PLANIFICACIÓN

##### ENFOQUE DE LA ESTRATEGIA

Respecto al grado de definición de las orientaciones estratégicas en su empresa, y cómo éstas se formulan...

2.1 Para la definición de nuestros objetivos y estrategia, analizamos indicadores de previsiones económicas, demográficas, políticas, tecnológicas....	1	2	3	4	5
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

2.2 Nuestras reflexiones sobre el futuro de la empresa, las amenazas del entorno y oportunidades de negocio, y las líneas de actuación a seguir para conducir la empresa a donde queremos, <u>están documentadas formalmente</u> en nuestros Planes Estratégicos, Planes de Marketing anuales, Planes de Ventas y Presupuestos anuales.	1	2	3	4	5
2.3 Recurrimos <u>periódicamente</u> a estudios de mercado elaborados por otras empresas sobre la situación de nuestro sector de actividad.	1	2	3	4	5
2.4 Llevamos a cabo estudios de mercado con nuestro personal de ventas de manera continuada.	1	2	3	4	5
2.5 Se tiene en cuenta en el análisis del entorno competitivo a: clientes, proveedores, competencia actual, posibles entrantes en el sector y productos sustitutivos.	1	2	3	4	5
2.6 Además de por lo que se comenta habitualmente en el sector, nuestro conocimiento de la competencia proviene de la recogida sistemática de sus catálogos y tarifas, del estudio de sus datos depositados en el Registro Mercantil, de información recuperada de otras bases de datos, así como de estudios de benchmarking.	1	2	3	4	5
2.7 En el proceso de planificación, hacemos un análisis periódico de nuestra organización, en cuanto a capacidades, recursos, servicios, políticas, necesidades de formación, etc.	1	2	3	4	5
2.8 Para la definición de nuestros objetivos utilizamos la información recabada en los análisis anteriores, para detectar amenazas y oportunidades en el entorno, y puntos fuertes o áreas de mejora de nuestra empresa.	1	2	3	4	5
2.9Cuál de estas formas se ajusta mejor a la manera de establecer los objetivos de su empresa (marque con una X):					
• No nos marcamos objetivos de ventas.					
• Los marcamos en función de la evolución de las ventas en los años anteriores.					
• Los marcamos en función de la cuota de mercado que queremos conseguir.					X
• Los marcamos en función de las necesidades financieras de la empresa.					
• Los marcamos en función del crecimiento previsto en nuestro Plan Estratégico.					
2.10 Se han identificado los diferentes segmentos del mercado, y en cuál/es de ellos nuestros productos y/o servicios tienen o podrían alcanzar una mayor aceptación.	1	2	3	4	5
2.11 Se tienen claras cuáles son nuestras ventajas competitivas y nuestro posicionamiento (cómo queremos que el cliente nos vea), en cada uno de esos segmentos.	1	2	3	4	5

2.12 Valore de 1 a 5 las opciones que mejor describan las ventajas competitivas o factores de éxito de su empresa:  
1= Poco relevante...5= Muy importante

• Capacidad tecnológica y mejores costes	1	2	3	4	5
• La calidad de los procesos de fabricación o de prestación del servicio	1	2	3	4	5
• El precio	1	2	3	4	5
• La rapidez en los plazos de entrega	1	2	3	4	5
• Imagen de empresa seria en nuestros clientes	1	2	3	4	5
• La diferenciación en todos nuestros productos y/o servicios	1	2	3	4	5
• Flexibilidad para desarrollar nuevos productos y/o servicios (capacidad de innovación).	1	2	3	4	5
• Diseño mas innovador que los competidores	1	2	3	4	5
• La capacidad de adquirir nuevos clientes	1	2	3	4	5
• Imagen de Marca de nuestros productos/servicios	1	2	3	4	5
• El trato personalizado de la Fuerza de Ventas al cliente	1	2	3	4	5
• Servicio postventa y de atención al cliente	1	2	3	4	5
• La seriedad en los plazos de entrega	1	2	3	4	5
• El conocimiento y análisis exhaustivo de nuestros clientes	1	2	3	4	5
• Resolver con diligencia las demandas de todo tipo de nuestros clientes. Productos/servicios especiales.	1	2	3	4	5
Otras (especificar): La mejora continua como factor clave frente a los competidores.	1	2	3	4	5

2.13 Valore de 1 a 5 la importancia que tienen en el gasto total en comunicación promocional las siguientes acciones:  
1= Poco relevante...5= Muy importante

• Fuerzas de ventas	1	2	3	4	5
• Catálogos	1	2	3	4	5
• Ferias	1	2	3	4	5
• Publicidad en medios (revistas, periódicos, radio, TV...)	1	2	3	4	5
• Merchandising	1	2	3	4	5
• Publicidad directa	1	2	3	4	5
• Página Web	1	2	3	4	5

2.14 Qué importancia da a las Tecnologías de la Información (TI) como herramienta facilitadora en la elaboración de la estrategia de su organización:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

1= Nula; 2= Escasa; 3= Regular; 4= Alta; 5= Muy Alta

#### DESPLIEGUE DE LA ESTRATEGIA

Respecto a la forma en que su empresa comunica y pone en práctica las estrategias adoptadas:

2.15 Se elaboran por escrito Planes de Acción que despliegan las estrategias al resto de la organización, con la participación activa del personal implicado en el desarrollo de los mismos.	1	2	3	4	5
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

2.16 Se distribuyen copias (por escrito, por e-mail, se publican en la Intranet...) a los responsables de ejecución de cada tarea contemplada en los Planes de Acción, y éstos a su vez se encargan de explicarlos al resto de los participantes.	1	2	3	4	5
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

2.17 Qué importancia da a las TI como facilitadoras de la comunicación de la estrategia:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

1= Nula; 2= Escasa; 3= Regular; 4= Alta; 5= Muy Alta

### CONTROL DE LA PLANIFICACIÓN

En relación con los mecanismos de revisión de que hace uso su empresa para evaluar el grado de implantación y efectividad de sus planes de acción:

2.18 Revisamos mensualmente la planificación de marketing y ventas, y anualmente los planes estratégicos.	1	2	3	4	5
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

2.19 En la revisión de la planificación, participan los directivos y mandos intermedios de la empresa.	1	2	3	4	5
--------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

2.20 Qué importancia da a las TI como posibilitadoras de la revisión de estos planes:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

1= Nula; 2= Escasa; 3= Regular; 4= Alta; 5= Muy Alta

2.21 Qué importancia da a la participación de un consultor externo en la planificación y toma de decisiones estratégicas en su empresa (consejo frente a reestructuraciones internas, cambios organizativos profundos y establecimiento de alianzas estratégicas, elaboración de estudios de mercado, detección de áreas de mejora y amenazas del entorno competitivo, diseño de Planes Estratégicos, realización de estudios de benchmarking, diseño y seguimiento de planes de acción...).

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

1= Nula; 2= Escasa; 3= Regular; 4= Alta; 5= Muy Alta

### BLOQUE PARA EL CRITERIO CALIDAD DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL DEL MODELO

Si no se especifica otro esquema de respuestas concreto para la pregunta, utilice:

1	2	3	4	5
En total desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

### DIMENSIÓN 3: CALIDAD DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL

## Anexos

3.1 Existe una descripción y documentación de los puestos de trabajo del área comercial a nivel de directivos y de mandos intermedios (jefes de ventas, responsables de área...) con una especificación clara de los requisitos de formación y experiencia para cada uno de los puestos; y se recurre a estas especificaciones por parte del especialista en RR.HH, para los procesos de selección de personal.	1	2	3	4	5
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

3.2 La formación de reciclaje para los directivos del área comercial es sistemática y regularmente programada, y se contempla en el Plan de Formación Anual.	1	2	3	4	5
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

3.3 La dirección comercial participa activamente en la formación de los empleados del área comercial, de los jefes de ventas y responsables de área, de las FF.VV y también del personal de otras áreas.	1	2	3	4	5
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

3.4 La dirección comercial al establecer los objetivos de la planificación, establece siempre un sistema de reconocimiento (gratificaciones, premios, viajes...) para la consecución de los mismos, en el que tiene en cuenta a todo el personal del área comercial.	1	2	3	4	5
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

3.5 Se organizan convenciones y/o reuniones periódicas con todo el personal del área comercial para analizar la gestión realizada en el último período, presentar nuevos productos/servicios, explicar el Plan de Ventas y el de Marketing...	1	2	3	4	5
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

3.6 Indique cuál es la formación del personal del área comercial de su empresa:	Nº de personas
• Titulados Superiores o licenciados.	5
• Titulados Medios o diplomados.	4
• Formación profesional o bachiller.	22
• Estudios primarios.	7
Otras (especificar):	
¿Cuántos de estos empleados han cursado algún tipo de cursos específicos en Gestión Comercial (masters, cursos superiores, etc.)?.	4

3.7 Qué importancia da a las TI como herramienta de apoyo a la toma de decisiones de la dirección comercial:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

1= Nula; 2= Escasa; 3= Regular; 4= Alta; 5= Muy Alta

3.8 Qué importancia da a la participación de un consultor externo en la dirección comercial de su empresa (diseño de Planes de Marketing y de Ventas, supervisión y entrenamiento del personal de ventas y de atención al cliente, organización de ferias y convenciones de ventas, diseño de campañas de marketing y de nuevos productos y/o servicios, diseño de encuestas para la investigación de mercado y la evaluación de la satisfacción del cliente...).

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

1= Nula; 2= Escasa; 3= Regular; 4= Alta; 5= Muy Alta

## BLOQUE PARA EL CRITERIO GESTIÓN DEL PERSONAL DEL MODELO

Indique su grado de conformidad con las siguientes afirmaciones. Si no se especifica otro esquema de respuestas concreto para la pregunta, utilice el siguiente:

1	2	3	4	5
En total desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

### DIMENSIÓN 4: GESTIÓN DEL PERSONAL

4.1 La empresa elabora un Plan de Formación anual atendiendo a las necesidades planteadas por los directivos y/o mandos intermedios. Este plan contempla la contratación de personal cualificado y profesionales del sector, cursos organizados por asociaciones, institutos tecnológicos, universidades...	1	2	3	4	5
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

4.2 Nuestro departamento de RR.HH lleva a cabo directamente o subcontrata procesos de selección y elabora planes de contratación. También diseña planes de desarrollo profesional y promoción para los empleados actuales y para los de nueva incorporación.	1	2	3	4	5
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

4.3 En nuestra empresa se estimula al personal para que tome decisiones e implante cambios dentro de unos parámetros acordados.	1	2	3	4	5
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

4.4 La empresa contempla además del salario de convenio, otros sistemas de remuneración adicional como: reparto de beneficios, primas por consecución de objetivos, primas por calidad, por participación en proyectos, etc.	1	2	3	4	5
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

4.5 La liquidación de las comisiones a nuestros vendedores y/o representantes la realizamos (marque con una X, la opción que mejor se ajuste a la práctica de su empresa)					
• Mensualmente					
• Trimestralmente					
• Al final del ejercicio				X	
El cálculo de dichas comisiones lo hacemos en función de:					
• Cifra de ventas					
• Aportación a margen					X

4.6 Evalúe la utilidad de las TI en su Organización para: (1= Nula, 2= Escasa, 3= Moderada, 4= Alta, 5= Excelente)					
• Actividades de formación desarrolladas en su empresa (teleformación, e-learning, soporte multimedia para videoconferencias...)	1	2	3	4	5
• Gestión de RR.HH	1	2	3	4	5
4.7 Disponemos en nuestra página Web de un apartado específico para la publicación de ofertas de empleo y/o recepción de solicitudes.	1	2	3	4	5
4.8 Recogemos en una base de datos propia los datos personales, C.V. y resultados de entrevistas de posibles candidatos a incorporarse a la empresa.	1	2	3	4	5



4.9 Hacemos uso de Internet/Intranet para pasar encuestas a nuestros empleados o recibir sugerencias de los mismos.	1	2	3	4	5
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

4.10 ¿Qué importancia da a la participación de un consultor externo en la gestión de los recursos humanos de su empresa? (selección y/o formación de personal para puestos clave, diseño/rediseño de las competencias y requerimientos para cada puesto/sección de trabajo, motivación y desarrollo del potencial de sus empleados, detección y corrección de problemas de comunicación y/o cooperación que afecten al trabajo en equipo, diseño de encuestas para medir la satisfacción de sus empleados...)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

1= Nula; 2= Escasa; 3= Regular; 4= Alta; 5= Muy Alta

## BLOQUE PARA EL CRITERIO GESTIÓN DE RECURSOS DEL MODELO

Si no se especifica otro esquema de respuestas concreto para la pregunta, utilice:

1	2	3	4	5
En total desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

## DIMENSIÓN 5: GESTIÓN DE RECURSOS

### ENFOQUE

5.1 Destinamos los recursos necesarios (instalaciones, dotaciones presupuestarias, tiempo de trabajo de los empleados) para el desarrollo de proyectos o de actuaciones formativas relacionadas con:					
• Gestión del Conocimiento (Capital Intelectual, Aprendizaje Organizativo).	1	2	3	4	5
• Gestión de la Información (Conocer otras plataformas informáticas ofertadas además de las incorporadas por su empresa, capacitar a los empleados y directivos en su explotación).	1	2	3	4	5
• Gestión de la Innovación (Conocer las nuevas tecnologías emergentes en el sector, programas de I+D, desarrollo de nuevos productos y/o servicios, obtención de patentes industriales o tecnológicas...).	1	2	3	4	5
• Gestión de la Calidad (actividades sistemáticas de mejora continua en procesos y/o productos/servicios...).	1	2	3	4	5

### DESPLIEGUE

5.2 Siempre que nos es posible, establecemos acuerdos con otras empresas del sector para:					
• Agruparnos en grupos de compras.	1	2	3	4	5
• Agruparnos en consorcios de exportación.	1	2	3	4	5
• Implantar nuevas aplicaciones informáticas o desarrollar otros proyectos relacionados con las TI (presencia en Internet, automatización de FF.VV, comercio electrónico...).	1	2	3	4	5
• Desarrollar otro tipo de alianzas estratégicas.	1	2	3	4	5
5.3 Antes de contratar los servicios de un nuevo proveedor verificamos si está certificado ISO9000, o procedemos a su evaluación mediante cuestionario.	1	2	3	4	5

5.4 Disponemos de un sistema de evaluación continua de nuestros proveedores, en función de nuestros requerimientos de calidad respecto a: especificaciones técnicas de los suministros, plazos de entrega, plazos de reposición de partidas defectuosas, stock mínimo en sus almacenes...	1	2	3	4	5
5.5 Habitualmente recurrimos a subvenciones de la Administración para la financiación de actividades de formación, proyectos de I+D, TI, Planes de Calidad, etc.	1	2	3	4	5

5.6 Indique el nivel de cambios tecnológicos y organizativos introducidos por su empresa en los 3 últimos ejercicios, con relación a: (1= Nulo, 2= Escaso, 3= Moderado, 4= Alto, 5= Excelente)					
• Mejora de productos, bienes o servicios.	1	2	3	4	5
• Mejora del proceso productivo, incorporación de nuevas tecnologías.	1	2	3	4	5
• Mejora o adquisición de sistemas de gestión.	1	2	3	4	5

5.7 Evalúe la utilidad de las TI en su empresa para: (1= Nula, 2= Escasa, 3= Moderada, 4= Alta, 5= Excelente)					
• Comunicación y difusión de conocimiento entre equipos y departamentos.	1	2	3	4	5
• Aprovisionamiento (control de inventario, compras) y Logística (gestión de flotas, gestión de almacenes y control de stocks).	1	2	3	4	5

## BLOQUE PARA EL CRITERIO DE GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN DEL MODELO

Si no se especifica otro esquema de respuestas concreto para la pregunta, utilice el siguiente:

1	2	3	4	5
En total desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

### DIMENSION 6: GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN

DESPLIEGUE:

6.1 Indique qué procesos de su empresa están informatizados:

(1= No informatizados...5= Completamente informatizados)

• Producción (diseño del producto CAD/CAE/CAM, plan./prog. de la producción, ctrl. de operaciones en planta, mantenimiento, control de calidad).	1	2	3	4	5
• Aprovisionamiento (control de inventario, órdenes de compra), Logística y Distribución (control de flotas, rutas de reparto), Gestión de almacenes (control de stocks).	1	2	3	4	5
• Gestión Comercial (facturación, gestión de FF.VV), Marketing y Publicidad, Atención al cliente y Postventa (Aplicaciones CRM).	1	2	3	4	5
• Contabilidad, gestión de tesorería.	1	2	3	4	5

<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión RR.HH (gestión de información de personal, cálculo y tramitación de nóminas, selección y contratación, gestión de la formación, control de presencia).</li> </ul>	1	2	3	4	5
<ul style="list-style-type: none"> <li>Análisis de resultados, control de indicadores de gestión, toma de decisiones y elaboración de informes y previsiones por parte de la dirección (Aplicaciones EIS/DSS).</li> </ul>	1	2	3	4	5

<p>6.2 Evalúe globalmente la <u>calidad</u> de las aplicaciones informáticas usadas en el <u>área comercial</u> por sus <u>directivos</u> (análisis de resultados, control de indicadores de gestión, toma de decisiones y elaboración de informes y previsiones), <u>mandos intermedios</u> (jefes de ventas y/o responsables de zona), <u>empleados</u> del departamento comercial o de atención al cliente, y por sus <u>FF.VV</u> (vendedores y/o representantes desde sus terminales) en relación a: (1= Muy baja; 2= Baja; 3= Regular; 4= Alta; 5= Excelente)</p>					
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Facilidad de uso:</b> presenta una interfaz amigable para cada tipo de usuario, de forma que sea sencillo navegar por las distintas pantallas o menús, y rápido el aprendizaje en su uso.</li> </ul>	1	2	3	4	5
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Oportunidad:</b> pone a disposición de cada tipo de usuario la información que necesita en cada momento y lugar para agilizarle la toma de decisiones.</li> </ul>	1	2	3	4	5
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Fiabilidad/Contrastabilidad:</b> proporciona datos actuales y coherentes con los disponibles mediante otras aplicaciones de la empresa, pudiéndose filtrar y/o corregir los erróneos para no desvirtuar los análisis.</li> </ul>	1	2	3	4	5
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Selectividad:</b> dispone de varios niveles de agregación, de manera que el usuario puede visualizar en cada momento sólo la información que le interesa, sin abrumarlo con demasiados datos.</li> </ul>	1	2	3	4	5
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Flexibilidad:</b> permite visualizar la información en distintos formatos (listados, gráficos, tablas, diagramas), personalizando el aspecto de las pantallas en función del usuario. Está habilitada la introducción manual de datos.</li> </ul>	1	2	3	4	5
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Productividad/Automatización:</b> facilita el trabajo que antes se hacía manualmente, permitiendo un ahorro de tiempo y una reducción de la carga de trabajo de los usuarios.</li> </ul>	1	2	3	4	5
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Tiempo de respuesta:</b> proporciona rápidamente la información solicitada y las respuestas a los análisis requeridos por los usuarios.</li> </ul>	1	2	3	4	5
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Adaptabilidad:</b> cubre todas las funcionalidades requeridas para cada tipo de usuario (directivos, vendedores y/o representantes), y permite ampliarlas si las circunstancias lo requieren.</li> </ul>	1	2	3	4	5
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Integración/Conectividad:</b> permite la recuperación y actualización de datos residentes en otras aplicaciones de la empresa, así como exportar los datos a otras herramientas ofimáticas o de back-office para su explotación desde las mismas.</li> </ul>	1	2	3	4	5
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Accesibilidad/Cobertura:</b> todos los empleados que necesitan acceder a la aplicación, pueden hacerlo desde sus equipos (PC de oficina) o terminales (portátiles, PDAs o capturadores de datos de los vendedores y/o representantes), desde dentro fuera de la empresa (vía módem/Internet/Intranet/GSM/GPRS...).</li> </ul>	1	2	3	4	5

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Seguridad:</b> permite asignar distintos perfiles a los usuarios para el control del acceso a la información almacenada en el sistema, con el objetivo de consultar o modificar datos.</li> </ul>	1	2	3	4	5
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

6.3 Indique cómo explota la información de su sistema informático, para la obtención de datos que le permitan tomar decisiones o elaborar previsiones relacionadas con:

1= No disponemos de estadísticos fiables en el sistema informático; 2= Obtenemos listados “en bruto” en papel; 3= Realizamos cada vez una consulta para obtener listados y/o gráficos en la pantalla de la aplicación; 4= Realizamos cada vez una consulta para exportar datos a hojas de cálculo o de Word y trabajamos desde ellas; 5= Se dispone de un cuadro de mando automático con indicadores, tablas y gráficos, que se actualiza automáticamente al entrar, y responde a las consultas más frecuentes.

<b>SUS PRODUCTOS y/o SERVICIOS</b>					
• ventas por gamas, series, productos	1	2	3	4	5
• aportación al margen por gamas, series, productos	1	2	3	4	5
• clasificaciones ABC de productos	1	2	3	4	5
• stock en almacenes	1	2	3	4	5
• incidencias de calidad detectadas por el cliente	1	2	3	4	5
<b>VENTAS</b>					
• ventas por mercados, zonas, provincias, clientes, vendedores y/o representantes, campañas	1	2	3	4	5
• rentabilidad de las ventas por mercados, zonas, provincias, clientes, vendedores y/o representantes, campañas	1	2	3	4	5
• comparativos de ventas con objetivos	1	2	3	4	5
• comparativos de ventas con año anterior	1	2	3	4	5
• seguimiento de cartera de clientes	1	2	3	4	5
<b>CLIENTES</b>					
• clasificaciones ABC de clientes	1	2	3	4	5
• clasificaciones de clientes por tipologías o segmentos	1	2	3	4	5
• cartera de clientes potenciales	1	2	3	4	5
• incidencias en los servicios	1	2	3	4	5

6.4 Indique el número de empleados del área comercial con conocimientos de informática a nivel de usuario (ofimática: Word, Excel, Access; sistema operativo Windows; aplicaciones específicas que les afecten en uso en la empresa).

• En la dirección comercial.	3
• Mandos intermedios (jefes de venta y/o responsables de área).	4
• Vendedores y/o representantes.	4
• Personal o telefonistas dedicados a la administración de ventas y atención del cliente en la empresa.	6
6.5 Indique el número de empleados que integran el Depto. de Informática. (O principalmente dedicados a tareas de mantenimiento de equipos y aplicaciones, o a realizar pequeños desarrollos propios)	4

## Despliegue de equipos hardware en el área comercial:

6.6 <u>Número</u> de PCs (incluya portátiles) en uso por sus empleados, en el área comercial (incluya directivos, mandos intermedios, personal o telefonistas dedicados a la administración de ventas y atención del cliente en la empresa).	7	
6.7 Porcentaje de vendedores y/o representantes que disponen de PC en la empresa, portátil, palm o terminal capturador de datos (para toma de pedidos).	12	%

6.8 Indique la frecuencia con que su empresa subcontrata servicios de: (1= Nunca...5= Siempre)					
• Mantenimiento de equipos informáticos.	1	2	3	4	5
• Gestión del parque microinformático.	1	2	3	4	5
• Consultoría informática.	1	2	3	4	5
• Formación en TI.	1	2	3	4	5
• Desarrollo de software.	1	2	3	4	5

Indique qué situación se ajusta mejor a la forma de trabajo de su fuerza de ventas (sólo una contestación es válida para cada pregunta):

6.9 ¿Dispone su sistema informático (ERP, paquete integrado, otros...) de un módulo de Gestión Comercial que le permita la gestión automatizada de sus FF.VV? (1= No lo tenemos; 2= No, pero está prevista su adquisición; 3= Sí y estamos en la fase de implantación; 4= Sí pero sólo lo usa una parte de la fuerza de ventas; 5= Sí y lo usa toda la fuerza de ventas)	1	2	3	4	5
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

6.10 En caso afirmativo, evalúe el coste global de la inversión: \_\_\_\_\_ Euros

6.11 ¿Explota la información de su sistema de gestión para enviar periódicamente a sus vendedores y/o representantes indicadores sobre el comportamiento de las ventas en sus respectivas zonas (históricos y comparativos de ventas por clientes, por productos, clientes que repiten, impagados, devoluciones, reclamaciones...), resultándoles esta información de ayuda para la planificación de su actividad diaria (rutas, visitas...) y para su autoevaluación en relación al grado de cumplimiento de sus objetivos de ventas? 1= No; 2= Sólo cuando lo consideramos oportuno, pues nos cuesta extraer los datos del sistema informático; 3= Periódicamente les enviamos cartas o faxes con esa información; 4= Periódicamente, principalmente mediante e-mails; 5= Pueden consultar esa información on-line desde sus terminales (portátiles, PDAs, recolectores de datos) o en nuestra Web	1	2	3	4	5
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

6.12 ¿Puede acceder diariamente su fuerza de ventas a información actualizada sobre catálogos, tarifas, fechas de entrega de pedidos, stock en almacenes, promociones o descuentos... a través de su página Web o desde sus terminales, e introducir pedidos en el sistema o enviar reports por alguno de estos medios? (1= No lo tenemos previsto; 2= Nos planteamos hacerlo en breve; 3= Ya hacemos algo de lo indicado; 4= La mayoría de lo indicado; 5= Todo lo indicado)	1	2	3	4	5
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

Indique qué situación se ajusta mejor a la forma como su empresa gestiona las relaciones comerciales con sus clientes (sólo una contestación es válida para cada pregunta):

6.13 La empresa dispone de una base de datos permanentemente actualizada, exclusivamente dedicada a recoger información estructurada sobre nuestros clientes y mercado (para actuaciones de marketing, seguimiento postventa, resolución de incidencias, demandas de información, etc.).	1	2	3	4	5
6.14 Tienen acceso a ella todos los empleados que tienen relación directa con los clientes (director comercial, jefes de ventas y/o responsables de área, vendedores y/o representantes, empleados del servicio de atención al cliente), pudiendo consultar los datos y/o introducir nuevos.	1	2	3	4	5
6.15 Los directivos y mandos intermedios del área comercial, también vendedores y/o representantes, han participado en el diseño y modificaciones (datos que debe contener, estructura de tablas) de la base de datos.	1	2	3	4	5
6.16 Se ha recurrido a los datos contenidos en dicha base para:					
• Clasificar a nuestros clientes por tipologías o segmentos (en función de hábitos de compra, productos que consume...).	1	2	3	4	5
• Detectar clientes potenciales de nuestros nuevos productos y/o servicios.	1	2	3	4	5
• Analizar la rentabilidad de los clientes.	1	2	3	4	5
• Planificar la producción en función de la estacionalidad de las compras de los clientes.	1	2	3	4	5
• Diseñar nuevos productos y/o servicios o modificar los actuales para mejorar el posicionamiento en el mercado.	1	2	3	4	5
• Detectar nuevos segmentos en el mercado.	1	2	3	4	5
• Elegir muestras de clientes para realizar pruebas de mercado con los prototipos.	1	2	3	4	5
6.17 ¿Qué potencial de dicha base de datos considera que está actualmente explotando la empresa? (1= menos del 20%; 2= entre el 20 y el 40%; 3= entre 40 y 60%; 4= entre 60 y 80%; 5= entre 80 y 100%)	1	2	3	4	5
6.18 ¿Cuántas de las consultas más habitualmente planteadas por sus clientes al servicio de atención telefónica, pueden ser resueltas por el propio cliente, accediendo a la información y los servicios de su página Web (estado/ubicación del pedido, fechas de entrega, características de productos y/o servicios, tarifas, formularios de reclamaciones, comunicación de incidencias...)? (1= Ninguna o no tenemos Web; 2= Sólo las relativas al catálogo y/o tarifas; 3= La mayoría, aunque siguen llamándonos para verificarlo; 4= La mayoría y ha supuesto un importante ahorro de tiempo para nuestros empleados; 5= Todas)	1	2	3	4	5
6.19 ¿Pueden sus clientes realizarle pedidos a través de su página Web o introducir pedidos directamente en su sistema informático vía EDI (Intercambio Electrónico de Datos)? (1= No de momento; 2= Sólo pueden consultar el catálogo y/o tarifas, no pasar pedidos; 3= Sólo mediante correo electrónico ordinario; 4= Sí, pero su uso es minoritario de momento; 5= Sí, y usan este servicio una buena parte de nuestros clientes)	1	2	3	4	5

## Anexos

## CONTROL:

6.20 Indique el nivel de satisfacción en sus directivos en cuanto a la fiabilidad, facilidad de acceso y utilidad de la información electrónica de que disponen para el desempeño de sus funciones. (1= Nada satisfechos ... 5= Muy satisfechos)	1	2	3	4	5
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

6.21 ¿Con qué frecuencia realiza copias de seguridad de los datos importantes para su organización en dispositivos de almacenamiento externos (disquetes, cdroms, zips, cintas...)? (1= No hacemos; 2= anualmente; 3= cada 3 o 6 meses; 4= mensualmente; 5= semanalmente)	1	2	3	4	5
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

6.22 ¿Dispone de algún servidor de backup o de redundancia propio o externo? (1= No; 2= No, pero realizamos copias de seguridad periódicas; 3= Sí, aunque no lo usamos exclusivamente para ello; 4= Sí, dedicado exclusivamente a ello; 5= Sí, disponemos de más de uno)	1	2	3	4	5
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

6.23 ¿Qué grado de participación o negociación tiene la empresa frente al proveedor de software, en cuanto al planteamiento de las especificaciones técnicas y funcionales que desea obtener con sus aplicaciones? (1= Nulo; 2= Escaso; 3= Regular; 4= Alto; 5= Muy Alto)	1	2	3	4	5
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

6.24 En la decisión de compra de una nueva aplicación involucramos al usuario final de la misma, y evaluamos la capacidad de integración de la aplicación con las ya usadas en la empresa.	1	2	3	4	5
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

6.25 Es también un requisito fundamental, que la nueva aplicación contemple desde el principio todos los requerimientos de información para toma de decisiones (DSS) de los directivos y mandos intermedios.	1	2	3	4	5
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

6.26 Consideramos importante el consejo de consultores externos independientes, en la decisión de compra.	1	2	3	4	5
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

6.27 En la decisión de compra es muy importante la fiabilidad demostrada del proveedor del sistema.	1	2	3	4	5
-----------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

6.28 Evalúe la calidad del servicio postventa proporcionado por su proveedor de software, en cuanto a formación, corrección de fallos de programación, y disponibilidad a ampliar las funcionalidades de la solución inicialmente adquirida. (1= Baja; 2= Regular; 3= Aceptable; 4= Buena; 5= Excelente)	1	2	3	4	5
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

6.29 Tras su adquisición, la empresa se encarga de capacitar al usuario final de la aplicación.	1	2	3	4	5
-------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

6.30 ¿Ha afectado la implantación de las aplicaciones informáticas a la forma de trabajar de la empresa? (1= Muy negativamente; 2= Negativamente; 3= No ha afectado; 4= Positivamente; 5= Muy positivamente)	1	2	3	4	5
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---

6.31 ¿Cuáles considera que han sido las ventajas o beneficios proporcionados por su inversión en TI? (1= Nulo; 2= Escaso; 3= Regular; 4= Alto; 5= Muy Alto)					
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

• <b>Reducción de costes en el área comercial.</b>	1	2	3	4	5
• Reducción de costes en otras áreas.	1	2	3	4	5
• <b>Aumento de la capacidad para extraer información útil sobre nuestros clientes.</b>	1	2	3	4	5
• <b>Fidelización y captación de nuevos clientes.</b>	1	2	3	4	5

• <b>Apertura de nuevos mercados o líneas de negocio.</b>	1	2	3	4	5
• <b>Apertura de nuevos canales de venta, promoción y distribución.</b>	1	2	3	4	5
• La configuración de nuevos productos o servicios que mejoran nuestro posicionamiento en el mercado.	1	2	3	4	5
• <b>Mayor satisfacción y capacidad de gestión de la dirección comercial.</b>	1	2	3	4	5
• <b>Mejora de la productividad de nuestras FF.VV.</b>	1	2	3	4	5
• Rediseño de determinados procesos con las consiguientes mejoras en la eficacia de los mismos.	1	2	3	4	5
• Reducción de la "obra en curso" (expedientes en proceso, producción en curso en una sección, pedidos en proceso, etc.).	1	2	3	4	5
• <b>Mejora de la relación con los clientes y ofrecer un mejor nivel de servicio.</b>	1	2	3	4	5
• Mejora de la relación con nuestros proveedores y mejora del proceso de aprovisionamiento.	1	2	3	4	5

6.32 ¿Qué importancia da a la participación de un consultor externo en la gestión de los recursos de información y de las nuevas tecnologías en su empresa? (diseño de paneles de consulta y cuadros de mando para la dirección, gestión de proyectos relacionados con las TI – diseño de la Web corporativa e Intranet, automatización de FF.VV...-, implantación de soluciones informáticas, negociación con el proveedor de nuevos desarrollos software, introducción de las nuevas herramientas informáticas –workflow, groupware, correo electrónico- para trabajo colaborativo...).

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

1= Nula; 2= Escasa; 3= Regular; 4= Alta; 5= Muy Alta

## BLOQUE PARA EL CRITERIO DE SISTEMA DE CALIDAD Y PROCESOS DEL MODELO

Indique su grado de conformidad con las siguientes afirmaciones. Si no se especifica otro esquema de respuestas concreto para la pregunta, utilice el siguiente:

1	2	3	4	5
En total desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

## DIMENSIÓN 7: SISTEMA DE CALIDAD Y PROCESOS

### ENFOQUE HACIA LA CALIDAD TOTAL

7.1 Hemos identificado nuestro mapa de procesos y distinguido aquellos procesos estratégicos, clave y de soporte para nuestra actividad.	1	2	3	4	5
7.2 En nuestra empresa asignamos equipos de mejora a los procesos, éstos a través de un sistema de indicadores, controlan dichos procesos y trabajan en la mejora continua de los mismos.	1	2	3	4	5
7.3 En las actividades de mejora e innovación que desarrollamos en la empresa participan también los siguientes agentes del entorno: clientes, proveedores, instituciones públicas, universidades, institutos tecnológicos y asociaciones del sector, consultores externos.	1	2	3	4	5



7.4 La innovación y mejora en nuestros productos y servicios responde en gran medida a las necesidades y expectativas detectadas en nuestros clientes.	1	2	3	4	5
7.5 Dada la elevada competitividad en nuestro sector, es necesario ofrecer servicios de valor añadido a nuestros clientes, que nos diferencien de la competencia.	1	2	3	4	5
7.6 Continuamente introducimos cambios tecnológicos y organizativos en nuestra organización, para ser capaces de responder a las nuevas exigencias de nuestros clientes.	1	2	3	4	5
7.7 Nuestros clientes cada vez empiezan a demandar más nuestra certificación de la calidad, es además fundamental para conseguir introducirnos en nuevos mercados.	1	2	3	4	5

### DESPLIEGUE DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

7.8 Marque con una X la casilla que mejor se corresponde con el estado de su sistema de gestión de calidad.	
• No estamos certificados ISO9000	
• Hemos iniciado proceso de implantación de la norma	X
• En vías de adaptar nuestra certificación a la revisión de la norma del 2000	
• Estamos certificados ISO9000:2000	
• Nos autoevaluamos con el modelo de la EFQM	

### 7.9 Respecto a la gestión de sus procesos y procedimientos:

• Documentamos formalmente procesos.	1	2	3	4	5
• Asignamos responsables de procesos.	1	2	3	4	5
• Documentamos formalmente procedimientos.	1	2	3	4	5
• Asignamos responsables de procedimientos.	1	2	3	4	5
• Documentamos instrucciones técnicas de puestos de trabajo.	1	2	3	4	5
• Mantenemos registros electrónicos generados por los procesos y/o procedimientos.	1	2	3	4	5
• Distribuimos periódicamente entre nuestros departamentos y secciones los indicadores de resultado de los procesos que les conciernen.	1	2	3	4	5
• Realizamos auditorias internas periódicamente.	1	2	3	4	5
• Cuando se detecta un problema, documentamos acciones correctoras y preventivas para detectar las causas del problema y corregir el proceso y/o el procedimiento.	1	2	3	4	5

7.10 Qué importancia da a las TI en la gestión de la calidad y de los procesos en su empresa:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

1= Nula; 2= Escasa; 3= Regular; 4= Alta; 5= Muy Alta

7.11 Qué importancia da a la participación de un consultor externo en la gestión de la calidad y de los procesos en su empresa (en programas de certificación ISO9000, auditorías internas, formación del personal y de la dirección en temas de Calidad Total, apoyo al Director de Calidad, diseño del Plan de Calidad, puesta en marcha de grupos de calidad y de equipos de mejora...).

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

1= Nula; 2= Escasa; 3= Regular; 4= Alta; 5= Muy Alta

## BLOQUE PARA EL CRITERIO RESULTADO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DEL MODELO

### DIMENSIÓN 8: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Indique su grado de conformidad con las siguientes afirmaciones:

(1= En total desacuerdo; 2= En desacuerdo; 3= Indiferente; 4= De acuerdo; 5= Totalmente de acuerdo)

8.1 Realizamos periódicamente encuestas de satisfacción a nuestros clientes para evaluar aspectos tales como: calidad de nuestros productos y/o servicios, plazos de entrega, atención de nuestros vendedores y/o representantes, atención telefónica, solución a reclamaciones, etc.	1	2	3	4	5
8.2 Los resultados obtenidos en estas encuestas, presentan una evolución positiva en los últimos ejercicios.	1	2	3	4	5
8.3 Los resultados obtenidos en estas encuestas son iguales o mejores que los de la competencia.	1	2	3	4	5
8.4 Nuestro sistema de información nos permite conocer en cada momento cuáles son las necesidades y expectativas de nuestros clientes.	1	2	3	4	5

8.5 Indique cómo ha sido la evolución de los siguientes parámetros en los últimos 3 ejercicios:

(1= Muy Negativa; 2= Negativa; 3= Sin cambios apreciables; 4= Positiva; 5= Muy positiva)

• Plazos de entrega.	1	2	3	4	5
• Tiempo transcurrido desde la recepción de la reclamación hasta dar la solución final al cliente.	1	2	3	4	5
• Tasa de repetición media de los clientes de su empresa (Nº total de pedidos/ Nº total de clientes activos).	1	2	3	4	5
• Antigüedad media de sus clientes.	1	2	3	4	5
• Retención de sus clientes VIP.	1	2	3	4	5

8.6 Evalúe la percepción media de sus clientes respecto de sus productos y/o servicios, en relación con los de la competencia, en su sector de actividad:

(1= Mucho peor; 2= Peor; 3= Igual; 4= Mejor; 5= Mucho mejor)

• Plazos de entrega.	1	2	3	4	5
• Relación Calidad-precio.	1	2	3	4	5
• Accesibilidad, servicio de atención al cliente.	1	2	3	4	5
• Garantías ofrecidas al cliente.	1	2	3	4	5
• Número de reclamaciones.	1	2	3	4	5
• Tiempo de respuesta a reclamaciones.	1	2	3	4	5
• Tratamiento de las mismas.	1	2	3	4	5

Anexos

8.7 Rellene la siguiente tabla (datos en euros):

	Ejercicio n-2	Ejercicio n-1	Último ejercicio (n)
Ventas Totales (Total Facturación)	104.267€	115.242€	94.663€
Devoluciones de Ventas (Total Notas de Abono)	2.689€	1.262€	982€

## BLOQUE PARA EL CRITERIO RESULTADO SATISFACCIÓN DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL DEL MODELO

### DIMENSIÓN 9: SATISFACCIÓN DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL

9.1 ¿Está satisfecha la Dirección Comercial de la empresa con: ? (1= Muy insatisfecha; 2= Insatisfecha; 3= Indiferente; 4= Satisfecha; 5= Muy satisfecha)					
• La cooperación ofrecida por la dirección en las actividades de planificación y gestión del área comercial.	1	2	3	4	5
• Los recursos puestos a su disposición para dichas actividades.	1	2	3	4	5
• La calidad y cantidad de la formación impartida en el área comercial.	1	2	3	4	5
• La formación de reciclaje prevista para los directivos, y por tanto, para la propia Dirección Comercial.	1	2	3	4	5
• El sistema de información marketing para el apoyo en la toma de decisiones.	1	2	3	4	5
• El sistema de remuneración y reconocimiento aplicado a los directivos, y por tanto, a la propia Dirección Comercial...	1	2	3	4	5
• Las relaciones mantenidas con el resto del personal del área comercial y de otras áreas de la empresa.	1	2	3	4	5

## BLOQUE PARA EL CRITERIO RESULTADO SATISFACCIÓN DEL PERSONAL DEL MODELO

Indique su grado de conformidad con las siguientes afirmaciones. Si no se especifica otro esquema de respuestas concreto para la pregunta, utilice el siguiente:

1	2	3	4	5
En total desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

### DIMENSIÓN 10: SATISFACCIÓN DEL PERSONAL

10.1 Datos de Capital Humano referentes al último ejercicio (incluyaa los vendedores y/o representantes del área comercial en el cómputo):

Número de empleados con contrato indefinido.	<b>25</b>	
Antigüedad media de la plantilla.	<b>6</b>	Años
Antigüedad media de los vendedores y/o representantes.	<b>2</b>	Años

10.2 Realizamos periódicamente encuestas de opinión al personal para evaluar su nivel de satisfacción en aspectos tales como: ambiente de trabajo, clima de apertura y comunicación, esquemas de participación, formación, salario, reconocimiento, perspectivas profesionales...	1	2	3	4	5
10.3 Los resultados obtenidos en estas encuestas, presentan una evolución positiva en los últimos ejercicios.	1	2	3	4	5
10.4 Los resultados obtenidos en estas encuestas son iguales o mejores que los de la competencia.	1	2	3	4	5
10.5 El número de vendedores y/o representantes que consiguen los premios por consecución de objetivos es cada año mayor.	1	2	3	4	5

10.6 Rellene la siguiente tabla sobre sus FF.VV:

	Ejercicio-2	Ejercicio-1	Ejercicio n
Número total de vendedores y/o representantes	4	3	4
Número de vendedores y/o representantes que causaron baja	5	7	9

## BLOQUE PARA EL CRITERIO RESULTADOS COMERCIALES Y EMPRESARIALES DEL MODELO

### DIMENSIÓN 11: RESULTADOS COMERCIALES Y EMPRESARIALES

11.1 Resultados económicos de su organización correspondientes a los últimos ejercicios, en miles de euros:

	Ejercicio n-2	Ejercicio n-1	Ejercicio n
Activo	109.818,07€	112.563,52€	118.054,43€
Fondos propios	87854,96€	90.599,91€	93.894,45€
Ventas o Facturación	115.308,98€	114.759,89€	111.465,34€
Margen (Ventas – Costes Variables)	86.481€	88.403,55€	91.972,64€
B.A.I.(B° antes de impuestos)	93.345,36€	96.639,90€	90.874,45€
Cash-flow(B° + Amortizaciones)	93.345,36€	76.872,65€	57.105,40€

11.2 Indique la evolución de su cartera de clientes:

	Ejercicio n-2	Ejercicio n-1	Ejercicio n
Nº de clientes activos	7	8	12

11.3 ¿Cómo ha sido la evolución de los siguientes indicadores en los últimos 3 ejercicios? (1=Muy negativa; 2=Negativa; 3=Media; 4=Positiva; 5=Muy positiva)

Tiempo medio de rotación de existencias en almacenes.	1	2	3	4	5
Fallos de producción detectados internamente o por los clientes.	1	2	3	4	5
Cuota de mercado.	1	2	3	4	5
Captación de nuevos clientes.	1	2	3	4	5
Porcentaje de ventas correspondiente a los nuevos productos y/o servicios lanzados.	1	2	3	4	5

**ANEXO 2**

<b>NORMA ISO 9001</b>	<b>NORMA ISO 14001</b>	<b>NORMA ISO 27001</b>
<p><b>4.1</b> La organización debe determinar las cuestiones externas e internas que son pertinentes para su propósito y su dirección estratégica, y que afectan a su capacidad para lograr los resultados previstos de su sistema de gestión de la calidad.</p>	<p><b>4.1</b> La organización debe determinar las cuestiones externas e internas que son pertinentes para su propósito y que afectan a su capacidad para lograr los resultados previstos de su sistema de Gestión ambiental.</p>	<p><b>4.1</b>La organización debe determinar las cuestiones externas e internas que son pertinentes para Su propósito y que afectan a su capacidad para lograr los resultados previstos de su sistema gestión de la seguridad de la información.</p>
<p><b>4.2</b> Debido a su efecto o efecto potencial en la capacidad de la organización de proporcionar Regularmente productos y servicios que satisfagan los requisitos del cliente y los legales.</p> <p>a) las partes interesadas que son pertinentes al sistema de gestión de la calidad;</p> <p>b) los requisitos pertinentes de estas partes interesadas para el sistema de gestión de la Calidad.</p>	<p><b>4.2</b></p> <p>a) las partes interesadas que son pertinentes al sistema de gestión ambiental;</p> <p>b) las necesidades y expectativas pertinentes (es decir, requisitos) de estas partes interesadas;</p>	<p><b>4.2</b></p> <p>a) las partes interesadas que son pertinentes al sistema de gestión de la seguridad de la información.</p> <p>b) las necesidades y expectativas pertinentes en la seguridad de la información</p>
<p><b>4.3</b> La organización debe determinar los límites y la aplicabilidad del sistema de gestión de la Calidad para establecer su alcance.</p> <p>Cuando se determina este alcance, la organización debe considerar:</p> <p>a) las cuestiones externas e internas indicadas en el apartado 4.1;</p> <p>b) los requisitos de las partes interesadas pertinentes indicados en el apartado 4.2;</p> <p>c) los productos y servicios de la organización.</p>	<p><b>4.3</b> La organización debe determinar los límites y la aplicabilidad del sistema de gestión ambiental Para establecer su alcance.</p> <p>Cuando se determina este alcance, la organización debe considerar:</p> <p>a) las cuestiones externas e internas a que se hace referencia en el apartado 4.1;</p> <p>b) los requisitos legales y otros requisitos a que se hace referencia en el apartado 4.2;</p> <p>c) las unidades, funciones y límites físicos de la organización;</p>	<p><b>4.3</b> La organización debe determinar los límites y la aplicabilidad de gestión de la seguridad Para establecer su alcance.</p> <p>Cuando se determina este alcance, la organización debe considerar:</p> <p>a) las cuestiones externas e internas a que se hace referencia en el apartado 4.1;</p> <p>b) los requisitos legales y otros requisitos a que se hace referencia en el apartado 4.2;</p> <p>c) las unidades, funciones y límites físicos de la organización;</p>
<b>4.4.1</b> sistema de gestión de	<b>4.4</b> sistemas de gestión	<b>4.4</b> sistema de seguridad de

<p>la calidad La organización debe establecer, implementar, mantener y mejorar continuamente un sistema de gestión de la calidad, incluidos los procesos necesarios y sus interacciones, de Acuerdo con los requisitos de esta Norma Internacional.</p>	<p>ambiental la organización debe establecer, implementar, mantener y mejorar continuamente un sistema de gestión ambiental, que incluya los procesos necesarios y sus interacciones, de acuerdo con los requisitos de esta Norma</p>	<p>la información la organización debe establecer implementar y mejorar este sistema de acuerdo con los requisitos de la norma</p>
<p><b>5. liderazgo</b> La alta dirección debe demostrar liderazgo y compromiso con respecto al sistema de gestión de la calidad: a) asumiendo la responsabilidad y obligación de rendir cuentas con relación a la eficacia del sistema de gestión de la calidad; b) asegurándose de que se establezcan la política de la calidad y los objetivos de la calidad para el sistema de gestión de la calidad, y que éstos sean compatibles con el contexto y la dirección estratégica de la organización; c) asegurándose de la integración de los requisitos del sistema de gestión de la calidad en los procesos de negocio de la organización; d) promoviendo el uso del enfoque a procesos y el pensamiento basado en riesgos; e) asegurándose de que los recursos necesarios para el sistema de gestión de la calidad estén disponibles;</p>	<p><b>5.</b> La alta dirección debe demostrar liderazgo y compromiso con respecto al sistema de gestión ambiental: a) asumiendo la responsabilidad y la rendición de cuentas con relación a la eficacia del sistema de gestión ambiental; b) asegurándose de que se establezcan la política ambiental y los objetivos ambientales, y que éstos sean compatibles con la dirección estratégica y el contexto de la organización; c) asegurándose de la integración de los requisitos del sistema de gestión ambiental en los procesos de negocio de la organización; d) asegurándose de que los recursos necesarios para el sistema de gestión ambiental estén disponibles; e) comunicando la importancia de una gestión ambiental eficaz y conforme con los requisitos del sistema de gestión ambiental; f) asegurándose de que el sistema de gestión ambiental</p>	<p><b>5.</b> la dirección debe demostrar liderazgo y compromiso con respecto al sistema seguridad informativa a) asumiendo la responsabilidad y la rendición de cuentas con relación a la eficacia del sistema de gestión de la información; b) asegurándose de que se establezcan la política que éstos sean compatibles con la dirección estratégica y el contexto de la organización; c) asegurándose de la integración de los requisitos del sistema gestión de la información en los procesos de negocio de la organización; d) asegurándose de que los recursos necesarios para el sistema estén disponibles; e) comunicando la importancia de una gestión ambiental eficaz y conforme con los requisitos del sistema de seguridad de la información f) asegurándose de que el sistema de gestión de la seguridad de la información logre los resultados previstos</p>

<p>f) comunicando la importancia de una gestión de la calidad eficaz y conforme con los requisitos del sistema de gestión de la calidad;</p>	<p>logre los resultados previstos</p>	
<p><b>5.2 política de calidad</b></p> <p>5.2.1 Establecimiento de la política de la calidad La alta dirección debe establecer, implementar y mantener una política de la calidad que:</p> <p>a) sea apropiada al propósito y contexto de la organización y apoye su dirección estratégica;</p> <p>b) proporcione un marco de referencia para el establecimiento de los objetivos de la calidad;</p>	<p><b>5.2 política ambiental</b></p> <p>Se debe establecer, implementar y mantener una política ambiental que, dentro del alcance definido de su sistema de gestión ambiental:</p> <p>a) sea apropiada al propósito y contexto de la organización, incluida la naturaleza, magnitud e impactos ambientales de sus actividades, productos y servicios;</p> <p>b) proporcione un marco de referencia para el establecimiento de los objetivos ambientales;</p> <p>c) incluya un compromiso para la protección del medio ambiente, incluida la prevención de la contaminación, y otros compromisos específicos pertinentes al contexto de la organización;</p>	<p><b>5.2 política</b></p> <p>La alta dirección debe establecer, implementar y mantener una política de la seguridad de datos que, dentro del alcance definido de su sistema de gestión de la seguridad de la información</p> <p>a) proporcione un marco de referencia para el establecimiento de los objetivos</p> <p>Del cuidado y seguridad de datos.</p>
<p><b>5.3 roles, responsabilidades y autoridades en la organización.</b></p> <p>a) asegurarse de que el sistema de gestión de la calidad es conforme con los requisitos de esta Norma Internacional;</p> <p>b) asegurarse de que los procesos están generando y proporcionando las salidas previstas;</p>	<p><b>5.3 roles, responsabilidades y autoridades en la organización.</b></p> <p>a) asegurarse de que el sistema de gestión ambiental es conforme con los requisitos de esta Norma Internacional, e</p> <p>b) informar a la alta dirección sobre el desempeño del sistema de gestión ambiental, Incluyendo su desempeño ambiental.</p>	<p><b>5.3 roles, responsabilidades y autoridades en la organización.</b></p> <p>a) asegurarse de que el sistema de gestión de la seguridad de la información es conforme con los requisitos de esta Norma Internacional, e</p> <p>b) informar a la alta dirección sobre el desempeño del sistema de seguridad de la información Incluyendo su desempeño.</p>

<p><b>6. la planificación</b></p> <p><b>6.1 riesgos y oportunidades</b>  <b>6.1.1</b> Al planificar el sistema de gestión de la calidad, la organización debe considerar las cuestiones referidas en el apartado 4.1 y los requisitos referidos en el apartado 4.2, y determinar los riesgos y oportunidades que es necesario abordar con el fin de:</p> <p>a) asegurar que el sistema de gestión de la calidad pueda lograr sus resultados previstos;  b) aumentar los efectos deseables;  c) prevenir o reducir efectos no deseados;  d) lograr la mejora.</p>	<p><b>6. la planificación</b></p> <p><b>6.1 riesgos y oportunidades</b>  <b>6.1.1 Generalidades</b>  La organización debe establecer, implementar y mantener los procesos necesarios para Cumplir los requisitos de los apartados 6.1.1 a 6.1.4.  Al planificar el sistema de gestión ambiental, la organización debe considerar:</p> <p>a) las cuestiones referidas en el apartado 4.1;  b) los requisitos referidos en el apartado 4.2;  c) el alcance de su sistema de gestión ambiental;</p>	<p><b>6. la planificación</b></p> <p><b>6.1 riesgos y oportunidades</b>  <b>6.1.1</b> Al planificar el sistema de gestión de la seguridad de la información, la organización debe considerar las cuestiones referidas en el apartado 4.1 y los requisitos referidos en el apartado 4.2, y determinar los riesgos y oportunidades que es necesario abordar con el fin de:</p> <p>a) asegurar que el sistema de seguridad de la información pueda lograr sus resultados previstos;  b) aumentar los efectos deseables;  c) prevenir o reducir efectos no deseados;  d) lograr la mejora continua.</p>
<p><b>6.2 objetivos de la calidad y planificación para lograrlos</b>  La organización debe establecer objetivos de la calidad para las funciones y niveles Pertinentes y los procesos necesarios para el sistema de gestión de la calidad.</p> <p>a) ser coherentes con la política de la calidad;  b) ser medibles;  c) tener en cuenta los requisitos aplicables;  d) ser pertinentes para la conformidad de los productos y servicios y para el aumento de la satisfacción del cliente;  e) ser objeto de seguimiento;</p>	<p><b>6.2 objetivos de la gestión ambiental y planificación para lograrlos</b></p> <p>a) ser coherentes con la política ambiental;  b) ser medibles (si es factible);  c) ser objeto de seguimiento;  d) comunicarse;  e) actualizarse, según corresponda.</p>	<p><b>6.2 objetivos de la seguridad de la información y planes para lograrlo</b></p> <p>a) ser coherentes con la política de la seguridad de la información.  b) ser medibles (si es factible);  c) ser objeto de seguimiento;  d) comunicarse;  e) actualizarse, según corresponda.</p>
<p><b>7.apoyo</b>  <b>7.1 recursos</b>  La organización debe determinar y proporcionar</p>	<p><b>7.apoyo</b>  <b>7.1 recursos</b>  La organización debe determinar y proporcionar</p>	<p><b>7.apoyo</b>  <b>7.1 recursos</b>  La organización debe determinar y proporcionar</p>



<p>los recursos necesarios para el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora continua del sistema de gestión de la Calidad.</p> <p><b>7.2</b> competencia</p> <p>a) determinar la competencia necesaria de las personas que realizan, bajo su control, un trabajo que afecta al desempeño y eficacia del sistema de gestión de la calidad;</p> <p>b) asegurarse de que estas personas sean competentes, basándose en la educación, formación o experiencia apropiadas;</p> <p>c) cuando sea aplicable, tomar acciones para adquirir la competencia necesaria y evaluar la eficacia de las acciones tomadas;</p> <p>d) conservar la información documentada apropiada como evidencia de la competencia.</p>	<p>los recursos necesarios para el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora continua del sistema de gestión Ambiental.</p> <p><b>7.2</b> competencia</p> <p>a) determinar la competencia necesaria de las personas que realizan, bajo su control, un trabajo que afecta al desempeño y eficacia del sistema de gestión ambiental</p> <p>b) asegurarse de que estas personas sean competentes, basándose en la educación, formación o experiencia apropiadas;</p> <p>c) cuando sea aplicable, tomar acciones para adquirir la competencia necesaria y evaluar la eficacia de las acciones tomadas;</p> <p>d) conservar la información documentada apropiada como evidencia de la competencia.</p>	<p>los recursos necesarios para el Establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora continua del sistema de seguridad de la información.</p> <p><b>7.2</b> competencia</p> <p>a) determinar la competencia necesaria de las personas que realizan, bajo su control, un trabajo que afecta al desempeño y eficacia del sistema de seguridad de la información</p> <p>b) asegurarse de que estas personas sean competentes, basándose en la educación, formación o experiencia apropiadas;</p> <p>c) cuando sea aplicable, tomar acciones para adquirir la competencia necesaria y evaluar la eficacia de las acciones tomadas;</p> <p>d) conservar la información documentada apropiada como evidencia de la competencia.</p>
<p><b>7.3</b> toma de conciencia</p> <p>a) la política de la calidad;</p> <p>b) los objetivos de la calidad pertinentes;</p> <p>c) su contribución a la eficacia del sistema de gestión de la calidad, incluidos los beneficios de una mejora del desempeño;</p> <p>d) las implicaciones del incumplimiento de los requisitos del sistema de gestión de la Calidad.</p>	<p><b>7.3</b> toma de conciencia</p> <p>a) la política de la responsabilidad ambiental</p> <p>b) los objetivos ambientales pertinentes;</p> <p>c) su contribución a la eficacia del sistema de gestión ambiental., incluidos los beneficios de una mejora del desempeño;</p> <p>d) las implicaciones del incumplimiento de los requisitos del sistema de gestión ambiental.</p>	<p><b>7.3</b> toma de conciencia</p> <p>a) la política de la seguridad</p> <p>b) los objetivos de la seguridad pertinentes;</p> <p>c) su contribución a la eficacia del sistema de gestión de la seguridad de la información, incluidos los beneficios de una mejora del desempeño;</p> <p>d) las implicaciones del incumplimiento de los requisitos del sistema de seguridad de la información.</p>
<p><b>7.4</b> comunicación</p> <p>a) qué comunicar;</p>	<p><b>7.4</b> comunicación</p> <p>a) qué comunicar;</p>	<p><b>7.4</b> comunicación</p> <p>a) qué comunicar;</p>

b) cuándo comunicar; c) a quién comunicar; d) cómo comunicar; e) quién comunica.	b) cuándo comunicar; c) a quién comunicar; d) cómo comunicar; e) quién comunica.	b) cuándo comunicar; c) a quién comunicar; d) cómo comunicar; e) llevar a cabo la comunicación
<b>7.5</b> información documentada a) la información documentada requerida por esta Norma Internacional; b) la información documentada que la organización determina como necesaria para la Eficacia del sistema de gestión de la calidad.	<b>7.5</b> información documentada a) la información documentada requerida por esta Norma Internacional; b) la información documentada que la organización determina como necesaria para la Eficacia del sistema de gestión ambiental.	<b>7.5</b> información documentada a) la información documentada requerida por esta Norma Internacional; b) la información documentada que la organización determina como necesaria para la Eficacia del sistema de gestión de la seguridad de la información.
<b>7.5.2</b> Creación y actualización a) la identificación y descripción (por ejemplo, título, fecha, autor o número de referencia); b) el formato (por ejemplo, idioma, versión del software, gráficos) y los medios de soporte (por ejemplo, papel, electrónico); c) la revisión y aprobación con respecto a la conveniencia y adecuación. <b>7.5.3</b> Control de la información documentada a) esté disponible y sea idónea para su uso, donde y cuando se necesite; b) esté protegida adecuadamente por ejemplo, contra pérdida de la confidencialidad, uso inadecuado o pérdida de integridad	<b>7.5.2</b> Creación y actualización a) la identificación y descripción (por ejemplo, título, fecha, autor o número de referencia) b) el formato (por ejemplo, idioma, versión del software, gráficos) y los medios de soporte (por ejemplo, papel, electrónico); c) la revisión y aprobación con respecto a la conveniencia y adecuación. <b>7.5.3</b> Control de la información documentada a) esté disponible y sea idónea para su uso, donde y cuando se necesite; b) esté protegida adecuadamente por ejemplo, contra pérdida de la confidencialidad, uso Inadecuado o pérdida de integridad.	<b>7.5.2</b> Creación y actualización a) la identificación y descripción (por ejemplo, título, fecha, autor o número de referencia); b) el formato (por ejemplo, idioma, versión del software, gráficos) y los medios de soporte (por ejemplo, papel, electrónico); c) la revisión y aprobación <b>7.5.3</b> Control de la información documentada a) esté disponible y sea idónea para su uso, donde y cuando se necesite; b) esté protegida adecuadamente por ejemplo, contra pérdida de la confidencialidad, uso Inadecuado o pérdida de integridad.
<b>8.</b> operación <b>8.1</b> planificación y control operacional a) la determinación de los requisitos para los productos y servicios;	<b>8.</b> operación <b>8.1</b> planificación y control operacional el establecimiento de criterios de operación para los procesos;	<b>8.</b> operación <b>8.1</b> planificación y control operacional La organización debe tener la información documentada en la medida necesaria para

<p>b) el establecimiento de criterios para:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) los procesos;</li> <li>2) la aceptación de los productos y servicios;</li> </ol> <p>c) la determinación de los recursos necesarios para lograr la conformidad con los requisitos de los productos y servicios;</p> <p>d) la implementación del control de los procesos de acuerdo con los criterios.</p>	<p>- la implementación del control de los procesos de acuerdo con los criterios de operación.</p>	<p>tener la confianza en que los procesos se han llevado a cabo según lo planificado. La organización debe controlar los cambios planificados y revisar las consecuencias de los cambios no previstos para mitigar efectos aderezos.</p>
<p><b>9. evaluación del desempeño</b></p> <p><b>9.1 seguimiento, medición, análisis y evaluación</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a) qué necesita seguimiento y medición;</li> <li>b) los métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación necesarios para asegurar resultados válidos;</li> <li>c) cuándo se deben llevar a cabo el seguimiento y la medición.</li> </ol> <p><b>9.2 auditoría interna</b></p> <p>La organización debe llevar a cabo auditorías internas a intervalos planificados para proporcionar información acerca de si el sistema de gestión de la calidad:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a) es conforme con: <ol style="list-style-type: none"> <li>1) los requisitos propios de la organización para su sistema de gestión de la calidad;</li> <li>2) los requisitos de esta Norma Internacional;</li> </ol> </li> <li>b) se implementa y mantiene eficazmente.</li> </ol> <p><b>9.3 revisión por la dirección</b></p> <p>La alta dirección debe revisar el sistema de gestión de la calidad de la organización a intervalos planificados, para</p>	<p><b>9. evaluación del desempeño</b></p> <p><b>9.1 seguimiento, medición, análisis y evaluación</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a) qué necesita seguimiento y medición;</li> <li>b) los métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación, según corresponda, para asegurar resultados válidos;</li> <li>c) los criterios contra los cuales la organización evaluará su desempeño ambiental, y los indicadores apropiados;</li> <li>d) cuándo se deben llevar a cabo el seguimiento y la medición;</li> <li>e) cuándo se deben analizar y evaluar los resultados del seguimiento y la medición.</li> </ol> <p><b>9.2 auditoría interna</b></p> <p>La organización debe llevar a cabo auditorías internas a intervalos planificados para proporcionar información acerca de si el sistema de gestión ambiental:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a) es conforme con: <ol style="list-style-type: none"> <li>1) los requisitos propios de la organización para su sistema de gestión ambiental;</li> <li>2) los requisitos de esta Norma Internacional;</li> </ol> </li> </ol>	<p><b>9. evaluación del desempeño</b></p> <p><b>9.1 seguimiento, medición, análisis y evaluación</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a) qué necesita seguimiento y medición;</li> <li>b) los métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación, según corresponda, para asegurar resultados válidos;</li> <li>c) los criterios contra los cuales la organización evaluará su desempeño ambiental, y los indicadores apropiados;</li> </ol> <p><b>9.2 auditoría interna</b></p> <p>La organización debe llevar a cabo auditorías internas a intervalos planificados para proporcionar información acerca de si el sistema de gestión de la seguridad de la información</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a) es conforme con: <ol style="list-style-type: none"> <li>1) los requisitos propios de la organización para su sistema de gestión de seguridad de la información</li> <li>2) los requisitos de esta Norma Internacional;</li> </ol> </li> <li>b) se implementa y mantiene eficazmente.</li> </ol> <p><b>9.3 revisión por la dirección</b></p> <p>La alta dirección debe revisar el sistema de</p>

<p>asegurarse de su conveniencia, adecuación, eficacia y alineación continuas Con la dirección estratégica de la organización.</p>	<p>b) se implementa y mantiene eficazmente. <b>9.3</b> revisión por la dirección La alta dirección debe revisar el sistema de gestión ambiental de la organización a intervalos Planificados, para asegurarse de su conveniencia, adecuación y eficacia continuas.</p>	<p>seguridad de la información de la organización a intervalos planificados, para asegurarse de su conveniencia, adecuación y eficacia</p>
<p><b>10.</b>mejora <b>10.1</b>La organización debe determinar y seleccionar las oportunidades de mejora e implementar cualquier acción necesaria para cumplir los requisitos del cliente y aumentar la satisfacción del Cliente. <b>10.2</b> no conformidad y acciones correctivas tomar acciones para controlarla y corregirla 2) hacer frente a las consecuencias; b) evaluar la necesidad de acciones para eliminar las causas de la no conformidad, con el fin de que no vuelva a ocurrir ni ocurra en otra parte, mediante: 1) la revisión y el análisis de la no conformidad; 2) la determinación de las causas de la no conformidad. <b>10.3</b> mejora continua La organización debe mejorar continuamente la conveniencia, adecuación y eficacia del Sistema de gestión de la calidad. La organización debe considerar los resultados del análisis y la evaluación, y</p>	<p><b>10.</b>mejora <b>10.1</b>La organización debe determinar las oportunidades de mejora (véanse 9.1, 9.2 y 9.3) e implementar las acciones necesarias para lograr los resultados previstos en su sistema de Gestión ambiental. <b>10.2</b> no conformidad y acción correctiva 1) tomar acciones para controlarla y corregirla; 2) hacer frente a las consecuencias, incluida la mitigación de los impactos ambientales adversos; b) evaluar la necesidad de acciones para eliminar las causas de la no conformidad, con el fin de que no vuelva a ocurrir en ese mismo lugar ni ocurra en otra parte, mediante: 1) la revisión de la no conformidad; 2) la determinación de las causas de la no conformidad. <b>10.3</b> mejora continua La organización debe mejorar continuamente la conveniencia, adecuación y eficacia del Sistema de gestión ambiental para mejorar el</p>	<p><b>10.</b>mejora <b>10.1</b>La organización debe determinar y seleccionar las oportunidades de mejora e implementar cualquier acción necesaria para cumplir los requisitos del cliente y buscar oportunidades de mejora. <b>10.2</b> no conformidades y acciones correctivas hacer frente a las consecuencias; b) evaluar la necesidad de acciones para eliminar las causas de la no conformidad, con el fin de que no vuelva a ocurrir ni ocurra en otra parte, mediante: 1) la revisión y el análisis de la no conformidad; 2) la determinación de las causas de la no conformidad; 3) la determinación de si existen no conformidades similares, o que potencialmente Puedan ocurrir. <b>10.3</b> mejora continua La organización debe mejorar continuamente la conveniencia, adecuación y eficacia del Sistema de seguridad de la información.</p>

las salidas de la revisión por la dirección, para determinar si hay necesidades u oportunidades que deben Considerarse como parte de la mejora continua.	desempeño ambiental.	
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------	--

Tabla de integración normas ISO – autoría propia

## 16.2 CUADRO DE SISTEMA INTEGRADO

### ANEXO 3

<b>SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN</b>
<p><b>4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN</b></p> <p><b>4.1.</b> La organización debe determinar las cuestiones externas e internas que son pertinentes para su propósito y que afectan a su capacidad para lograr los resultados previstos de su sistema de gestión integral</p> <p><b>4.2</b> comprensión de la necesidades y expectativas de las partes interesadas La organización debe determinar:</p> <p style="padding-left: 20px;">a) las partes interesadas que son pertinentes al sistema de gestión integral.</p> <p><b>4.3.</b> La organización debe determinar los límites y la aplicabilidad para establecer su alcance La organización debe determinar los límites y la aplicabilidad para establecer su alcance Se debe considerar las cuestiones externa e internas indicadas en el apartado 4.1</p> <p><b>4.4</b> sistema de gestión integral Para lograr los resultados previstos, incluida la mejora de su desempeño ambiental y de calidad la organización debe establecer, implementar, mantener y mejorar continuamente un sistema de gestión integral, que incluya los procesos necesarios y sus interacciones, de acuerdo con los Requisitos de esta Norma Internacional.</p>
<p><b>5. LIDERAZGO</b></p> <p><b>5.1</b> liderazgo y compromiso La alta dirección debe demostrar liderazgo y compromiso con respecto al sistema de gestión integral:</p> <p>a) asumiendo la responsabilidad y la rendición de cuentas con relación a la eficacia del sistema integral</p> <p>b) asegurándose de que se establezcan la política ambiental , de calidad y los objetivos ambientales y de calidad y que éstos sean compatibles con la dirección estratégica y el contexto de la organización;</p> <p>c) asegurándose de la integración de los requisitos del sistema de gestión integral en los procesos de negocio de la organización;</p> <p>e) comunicando la importancia de una gestión integral eficaz y conforme con los requisitos del sistema de gestión integral;</p> <p>f) asegurándose de que el sistema de gestión integral logre los resultados previstos;</p>

g) dirigiendo y apoyando a las personas, para contribuir a la eficacia del sistema de gestión integral;

h) promoviendo la mejora continua;

i) apoyando otros roles pertinentes de la dirección, para demostrar su liderazgo en la forma en la que aplique a sus áreas de responsabilidad.

### **5.2. Política**

La alta dirección debe establecer, implementar y mantener una política integral que, dentro del alcance definido de su sistema de gestión integral:

a) sea apropiada al propósito y contexto de la organización

b) Proporcione un marco de referencia para el establecimiento de los objetivos de la calidad.

c) incluya un compromiso de cumplir los requisitos aplicables

d) incluya un compromiso de mejora continua del sistema de gestión.

### **5.3 roles, responsabilidades y autoridades en la organización.**

La alta dirección debe asegurarse de que las responsabilidades y autoridades para los roles Pertinentes se asignen y comuniquen dentro de la organización.

La alta dirección debe asignar la responsabilidad y autoridad para:

a) asegurarse de que el sistema de gestión integral es conforme con los requisitos de esta Norma Internacional, e

b) informar a la alta dirección sobre el desempeño del sistema de gestión integral, Incluyendo su desempeño.

## **6.2 OBJETIVOS INTEGRALES**

### **6.2.1 Objetivos integrales**

La organización debe establecer objetivos integrales para las funciones y niveles pertinentes, teniendo en cuenta los aspectos ambientales y de calidad significativos de la organización y sus requisitos

Legales y otros requisitos asociados, y considerando sus riesgos y oportunidades.

Los objetivos ambientales deben:

a) ser coherentes con la política integral.

b) ser medibles.

c) ser objeto de seguimiento.

d) comunicarse.

e) actualizarse, según corresponda.

### **6.2.2 Planificación de acciones para lograr los objetivos integrales**

Al planificar cómo lograr sus objetivos de la calidad y ambiental la organización debe determinar:

a) qué se va a hacer.

b) qué recursos se requerirán.

c) quién será responsable

d) cuándo se finalizará.

e) cómo se evaluarán los resultados

## **7. APOYO Y SOPORTE**

**7.1.** La organización debe determinar y proporcionar los recursos necesarios para el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora continua del sistema de gestión Integral.

### **7.2. competencia**

a) determinar la competencia necesaria de las personas que realizan trabajos bajo su control, que afecte a su desempeño ambiental y su capacidad para cumplir sus

requisitos legales y otros requisitos;

b) asegurarse de que estas personas sean competentes, con base en su educación, formación o experiencia apropiadas;

c) determinar las necesidades de formación asociadas con sus aspectos ambientales y su Sistema de gestión integral.

### **7.3. Toma de conciencia**

La organización debe asegurarse de que las personas que realicen el trabajo bajo el control de

la organización tomen conciencia de:

a) la política integral;

b) su contribución a la eficacia del sistema de gestión integral, incluidos los beneficios de una mejora del desempeño ambiental y de calidad;

c) las implicaciones de no satisfacer los requisitos del sistema de gestión integral,

Incluido el incumplimiento de los requisitos legales y otros requisitos de la organización.

### **7.4. Comunicación**

La organización debe establecer, implementar y mantener los procesos necesarios para las comunicaciones internas y externas pertinentes al sistema de gestión integral, que incluyan:

a) qué comunicar;

b) cuándo comunicar;

c) a quién comunicar;

d) cómo comunicar

#### **7.5.1 Generalidades**

El sistema de gestión integral de la organización debe incluir:

a) la información documentada requerida por esta Norma Internacional;

b) la información documentada que la organización determine como necesaria para la Eficacia del sistema de gestión integral.

#### **7.5.2 Creación y actualización**

Al crear y actualizar la información documentada, la organización debe asegurarse de que lo

siguiente sea apropiado:

a) la identificación y descripción (por ejemplo, título, fecha, autor o número de referencia);

b) el formato (por ejemplo, idioma, versión del software, gráficos) y los medios de soporte (por ejemplo, papel, electrónico);

b) la revisión y aprobación con respecto a la conveniencia y adecuación.

#### **7.5.3 Control de la información documentada**

La información documentada requerida por el sistema de gestión integral y por esta Norma Internacional se debe controlar para asegurarse de que:

a) esté disponible y sea idónea para su uso, dónde y cuándo se necesite;

b) esté protegida adecuadamente (por ejemplo, contra pérdida de confidencialidad, uso Inadecuado, o pérdida de integridad).

Para el control de la información documentada, la organización debe abordar las siguientes actividades, según corresponda:

- distribución, acceso, recuperación y uso;

- almacenamiento y preservación, incluida la preservación de la legibilidad;

- control de cambios (por ejemplo, control de versión);

- conservación y disposición.

## **8. OPERACIÓN**

### **8.1 planificación y control operacional.**

La organización debe establecer, implementar, controlar y mantener los procesos necesarios

para satisfacer los requisitos del sistema de gestión integral y para implementar las acciones

determinadas en los apartados 6.1 y 6.2, mediante:

- el establecimiento de criterios de operación para los procesos;
- la implementación del control de los procesos de acuerdo con los criterios de operación.

La organización debe controlar los cambios planificados y examinar las consecuencias de los

cambios no previstos, tomando acciones para mitigar los efectos adversos, cuando sea Necesario.

La organización debe asegurarse de que los procesos contratados externamente estén Controlados o que se tenga influencia sobre ellos.

## **9. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO**

**9.1** seguimiento, medición y análisis de la evolución.

### **9.1.1** Generalidades

La organización debe hacer seguimiento, medir, analizar y evaluar su desempeño ambiental.

La organización debe determinar:

- a) qué necesita seguimiento y medición;
- b) los métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación, según corresponda, para asegurar resultados válidos;
- c) cuándo se deben llevar a cabo el seguimiento y la medición;
- d) cuándo se deben analizar y evaluar los resultados del seguimiento y la medición.

La organización debe evaluar su desempeño ambiental, de calidad y la eficacia del sistema de gestión

Integral.

La organización debe conservar información documentada apropiada como evidencia de los

Resultados del seguimiento, la medición, el análisis y la evaluación.

### **9.2** auditoría interna

**9.2.1** La organización debe llevar a cabo auditorías internas a intervalos planificados para proporcionar información acerca de si el sistema de gestión integral:

- a) es conforme con:
  - 1) los requisitos propios de la organización para su sistema de gestión integral;
  - 2) los requisitos de esta Norma Internacional;
- b) se implementa y mantiene eficazmente.

### **9.2.2** Programa de auditoría interna

La organización debe establecer, implementar y mantener uno o varios programas de auditoría

interna que incluya la frecuencia, los métodos, las responsabilidades, los requisitos de Planificación y la elaboración de informes de sus auditorías internas.

La organización debe:

- a) definir los criterios de auditoría y el alcance para cada auditoría;
- b) seleccionar los auditores y llevar a cabo auditorías para asegurarse de la objetividad y la imparcialidad del proceso de auditoría;
- c) asegurarse de que los resultados de las auditorías se informen a la dirección pertinente.

La organización debe conservar información documentada como evidencia de la Implementación del programa de auditoría y de los resultados de ésta.



**9.3** revisión por la dirección.

La alta dirección debe revisar el sistema de gestión integral de la organización a intervalos Planificados, para asegurarse de su conveniencia, adecuación y eficacia continuas.

La revisión por la dirección debe incluir consideraciones sobre:

- a) el estado de las acciones de las revisiones por la dirección previas;
- b) los cambios en:
  - 1) las cuestiones externas e internas que sean pertinentes al sistema de gestión ambiental;
- c) la información sobre el desempeño ambiental de la organización, incluidas las tendencias relativas a:
  - 1) no conformidades y acciones correctivas;
  - 2) resultados de seguimiento y medición;
  - 3) resultados de las auditorías;
- d) adecuación de los recursos;
- e) las oportunidades de mejora continúa.

**10. MEJORA****10.1** generalidades

La organización debe determinar las oportunidades de mejora (véanse 9.1, 9.2 y 9.3) e implementar las acciones necesarias para lograr los resultados previstos en su sistema de Gestión integral.

**10.2** no conformidades y acciones correctivas.

Cuando ocurra una no conformidad, la organización debe:

- a) reaccionar ante la no conformidad, y cuando sea aplicable:
  - 1) tomar acciones para controlarla y corregirla;
  - 2) hacer frente a las consecuencias
- b) evaluar la necesidad de acciones para eliminar las causas de la no conformidad, con el fin de que no vuelva a ocurrir en ese mismo lugar ni ocurra en otra parte, mediante:
  - 1) la revisión de la no conformidad;
  - 2) la determinación de las causas de la no conformidad;
  - 3) la determinación de si existen no conformidades similares, o que potencialmente puedan ocurrir;
- c) implementar cualquier acción necesaria;
- d) revisar la eficacia de cualquier acción correctiva tomada; y
- e) si fuera necesario, hacer cambios al sistema de gestión integral.

Las acciones correctivas deben ser apropiadas a la importancia de los efectos de las no conformidades encontradas,

La organización debe conservar información documentada como evidencia de:

- la naturaleza de las no conformidades y cualquier acción tomada posteriormente, y
- los resultados de cualquier acción correctiva.

**10.3** mejora continua

La organización debe mejorar continuamente la conveniencia, adecuación y eficacia del Sistema de gestión integral para mejorar el desempeño ambiental y de calidad.

Tabla sistema de gestión integrado – autoría propia.

**LISTA DE CHEQUEO****Anexo 4**

<b>LISTA DE CHEQUEO</b>				
<b>ITEMS</b>	<b>PREGUNTA</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
4.1	¿Existe una comprensión de la organización y su contexto?	X		
4.2	¿Se tienen en cuenta las necesidades y expectativas de las partes interesadas?	X		
5.1	¿La organización maneja una rendición de cuentas?	X		
5.2	¿Se tienen establecidas políticas dentro de la organización?	X		
6.1	¿Se cuenta con acciones claras para abordar riesgos y oportunidades?		X	
6.2	¿Se cuenta con objetivos y planificación para lograrlos?	X		
7.1	¿Se cuenta con una provisión de recursos monitoreada?		X	
7.2	¿Existe una formación y capacitación?		X	
7.5	¿Se tiene un control de la información que se maneja?		X	
8.1	¿Hay planificación y control	X		

	operacional?			
8.2.	¿Se da una comunicación constante con el cliente?		X	
8.5	¿Tienen control de la producción y prestación del servicio?		X	
9.1	¿Se cuenta con un seguimiento, medición, análisis y evaluación?		X	
9.2	¿Se hacen auditorias?	X		
10.3	¿Se tiene una mejora continua?		X	

Lista de chequeo –autoría propia.