

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONOMICAS Y CONTABLES
CUNDINAMARCA



ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE CALIDAD PARA EL INSTITUTO DE
INGLÉS INTERAMERICAN EN FUSAGASUGÁ.

AUTOR:
CRUZ AREVALO JHONNATHAN ANDRES JOSE

ASESOR:
ESTUPIÑAN MOSOS GUSTAVO ADOLFO

FUSAGASUGÁ
7 DE OCTUBRE DE 2016

DEDICATORIA

A los directivos de InterAmerican, a quienes agradezco inmensamente todo el apoyo que me brindaron y el haber confiado en mí para la realización de este trabajo.

A mi madre ante todo por ser la persona que siempre ha estado ahí apoyándome en todas mis realizaciones de manera súper especial para adelantar este proyecto.

CONTENIDO

INTRODUCCION	6
1. TITULO	8
2. AREA DE INVESTIGACION	8
3. DESCRIPCION DEL PROBLEMA	8
4. OBJETIVOS	9
4.1. General	9
4.2. Especifico.....	9
5. JUSTIFICACION	10
6. MARCOS DE REFERENCIA	11
6.1. Marco antecedente	11
6.2. Marco teórico	11
6.3. Marco conceptual.....	12
6.4. Marco institucional	14
6.4.1. Nombre de la empresa	14
6.4.2. Logo.....	14
6.4.3. Antecedentes.....	14
6.4.4. Representante legal.....	15
6.4.5. Gerente.....	15
6.4.6. Ubicación	15
6.4.7. Organigrama.....	16
6.4.8. Actividad económica	16
6.4.9. Tipo de sociedad	16
6.4.10. Información tributaria.....	16
6.4.11. Misión	17
6.4.12. Visión.....	17
6.4.13. Filosofía.....	17
6.4.14. Objetivos corporativos	18
6.4.14.1. Objetivo general	18
6.4.14.2. Objetivos específicos.....	18
6.4.15. Identificación de factores internos	19

6.4.15.1. Objeto social.....	19
6.4.15.2. Servicios.....	19
6.4.16. Identificación de factores externos	19
6.4.16.1. Mercado.....	19
6.4.16.2. Cliente	20
6.4.17. Empresas similares	20
6.4.18. Entidades y organismos de vigilancia y control	25
7. DISEÑO METODOLOGICO.....	26
7.1. Tipo de investigación	26
7.2. Características de la población	27
7.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	27
7.4. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.	28
8. ESQUEMA TEMATICO.....	29
8.1. CAPITULO 1: diagnostico organizacional	29
8.1.1. Variables de impacto en el entorno	29
8.1.2. Indicadores	31
8.1.3. Análisis de brechas.....	33
8.1.3.1. Map	33
8.1.3.2. Precisión del problema	34
8.1.3.3. Explicación del problema.....	35
8.1.3.4. Diseño de situación objetivo	36
8.1.3.5. Solucion de causas críticas	36
8.1.3.6. Selección y diseño de planes de acción	38
8.1.3.7. Definición de responsables.....	38
8.1.3.8. Presupuesto	39
8.1.3.9. Análisis estratégico o de viabilidad.....	39
8.1.3.10. Análisis de vulnerabilidad	39
8.1.4. Análisis situacional interno.....	40
8.2. CAPITULO 2: complementos del diagnostico	42
8.2.1. Análisis externo- evaluación del entorno	42
8.2.1.1. Matriz de perfil competitivo.....	42

8.2.2.	Resultados encuesta de satisfacción.....	45
8.3.	CAPITULO 3: identificación de la matriz dofa y plan de acción	46
8.3.1.	Matriz de evaluación de factores externos.....	46
8.3.2.	Matriz de evaluación de factores internos.....	47
8.3.3.	Matriz peyea	48
8.3.4.	Análisis externo poam.....	50
8.3.4.1.	Cuadro resumen.....	54
8.3.4.2.	Análisis de las oportunidades	55
8.3.4.3.	Análisis de las amenazas	55
8.3.5.	Análisis interno pci.....	56
8.3.5.1.	Análisis fortalezas:.....	62
8.3.5.2.	Análisis debilidades:	62
8.3.6.	Matriz dofa	63
8.3.7.	Estrategias.....	65
8.3.8.	Mapa estrategico	68
8.3.9.	Balanced score card	69
8.4.	CAPITULO 4: DEFINIR SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD.....	74
8.5.	CAPITULO 5: ELABORACION DE MANUAL DE CALIDAD	75
9.	RECURSOS	76
9.1.	RECURSOS HUMANOS	76
9.2.	RECURSOS MATERIALES	76
10.	PRESUPUESTO	77
11.	IMPACTO DEL PROYECTO	78
11.1.	Impacto social.....	78
11.2.	Impacto económico.....	79
11.3.	Impacto cultural	80
11.4.	Impacto ambiental	81
12.	CONCLUSIONES	83
13.	RECOMENDACIONES.....	85
14.	ANEXOS.....	86
15.	BIBLIOGRAFIA	91

CONTENIDO DE TABLAS

Tabla N.1 comparacion de empresas similares	21
Tabla N.2 de variables de impacto en el entorno -	29
Tabla N.3 formato1: descripción del problema.....	34
Tabla N.4 formato 2: Arbol del problema.....	35
Tabla N.5 formato 3: Diseño de la situación objetivo.....	36
Tabla N.6 de solución de causas criticas.....	36
Tabla N.7 formato 4: Arbol de situación objetivo.....	37
Tabla N.8 formato 5: Plan de acción.....	38
Tabla N.9 de responsables plan de acción.....	39
Tabla N.10 comparativa de diagnostico organizacional.....	40
Tabla N.11 diagnostica de calidad.....	41
Tabla N.12 matriz de perfil competitivo.....	42
Tabla N.13 matriz EFE.....	46
Tabla N.14 matriz EFI.....	47
Tabla N.15 matriz peyea.....	48
Tabla N.16 matriz poam.....	50
Tabla N.17 resumen matriz poam.....	53
Tabla N.18 matriz Pci.....	55
Tabla N.19 resumen matriz PCI.....	61
Tabla N.20 matriz DOFA.....	63
Tabla N.21 estrategias DOFA.....	65
Tabla N.22 mapa estratégico.....	68
Tabla N.23 de Balanced Score Card.....	69
Tabla N.24 de presupuesto.....	76

CONTENIDO DE GRAFICAS

Grafica N.1 de comparación diagnostico organizacional.....	40
Grafica N.2 tabulación de encuesta de calidad.....	45
Grafica N.3 perfil de la estrategia.....	49

INTRODUCCION

El presente trabajo es la aplicación de los conocimientos adquiridos en la carrera de Administración de Empresas y este se ha consolidado direccionado hacia la calidad llevada a la práctica en Institución para el trabajo y desarrollo humano Interamerican.

Para realizar la creación del Manual de Calidad, primero se realizará un diagnóstico organizacional de la “Institución De Educación Para El Trabajo Y El Desarrollo Humano De Fusagasugá Interamerican” con la finalidad de detectar las necesidades o problemas de la organización y en base a esto proponer estrategias que contribuirán a la mejora de las necesidades que presenta la empresa, este diagnóstico se complementará con otras matrices y encuestas que permitirán ver la situación real de la empresa.

Después de la realización del plan de acción se procederá a realizar el SGC y el manual de calidad el cual es el producto final para Interamerican.

1. TITULO

Elaboración de un manual de calidad para el instituto de inglés Interamerican en Fusagasugá.

2. AREA DE INVESTIGACION

Administración y organizaciones

- LINEA: Desarrollo organizacional y regional.
- TEMA: Calidad y normas técnicas

3. DESCRIPCION DEL PROBLEMA

En la ciudad de Fusagasugá existe una variada oferta de institutos de educación que ofrecen sus servicios en el área de inglés, y atendiendo la notable necesidad de la población de aprender el idioma, que se sigue posicionando como una de las lenguas más habladas en el mundo.

Los sistemas de aprendizaje ofrecidos por las instituciones en Fusagasugá tratan de ofrecer a sus clientes las formas para que sea más cómodo su aprendizaje, sin embargo muchas de estas aunque cuentan con los permisos de la Secretaria de Educación Municipal, ninguna se encuentra certificada en calidad.

Como objetivo estratégico es necesaria la implementación de un sistema de gestión de calidad en la institución, buscando así que este genere mayor atracción a sus clientes, mayor valor agregado empresa y con ello obtener un mayor beneficio económico.

Sin embargo, los empresarios fusagasugueños en su mayoría no se encuentran capacitados para llevar a cabo este proceso; no entienden de sus beneficios y lo ven como un gasto innecesario y difícil de realizar.

4. OBJETIVOS

4.1. General

Elaborar un Manual de Calidad en sus primeras etapas según la norma ISO 9001.

4.2. Especifico

- Analizar la situación actual de la empresa por medio de un diagnóstico organizacional que permita conocer sus debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas.
- Complementar el análisis de la situación actual por medio de una encuesta de satisfacción y un análisis de la competencia para tomar otros puntos de vista.
- Generar estrategias por medio de la matriz DOFA que brinden soluciones a las problemáticas vistas en el diagnóstico que puedan ser aplicadas por medio de un plan de acción brindando soluciones reales a la empresa.
- Definir el sistema de gestión de la calidad según NTC 5555 “sistemas de gestión de la calidad para instituciones de formación para el trabajo”.
- Elaborar un manual de calidad que cumpla con los requisitos establecidos en la NTC 5580 “programas de formación para el trabajo en el área de idiomas”.

5. JUSTIFICACION

Debido a la gran competencia que se ve en este sector de servicios educativos en la ciudad de Fusagasugá, la propuesta busca lograr que InterAmerican obtenga una ventaja competitiva en el sector que le permita ser la número uno en los servicios que presta, implementando un sistema de gestión de calidad que le permitirá mejorar la organización interna, mejorar su imagen ante los clientes, mejorar la calidad del servicio ofrecido, satisfacer a los clientes actuales, mantenerlos y conseguir nuevos, logrando además reducir los costes de no-calidad.

6. MARCOS DE REFERENCIA

6.1. Marco antecedente

Las normas nacen para que las empresas se rijan por unos principios de organización y para que den estabilidad en el mercado y en la sociedad.

Cuando se crea un producto o servicio se hace para satisfacer las necesidades y demandas de unos clientes. Para tener buenos rendimientos económicos y asegurar el futuro, la empresa tiene que organizarse de tal forma que dé garantías a los usuarios, compradores, trabajadores, directivos y accionistas.

El equilibrio social está en juego, resulta inaceptable encontrar hoy empresas con mandos rígidos y ancladas en el pasado, sin la capacidad de adaptarse a los cambios y que no se enfocan en su cliente, por eso es importante, para una firma que desee alcanzar altos niveles de competitividad, el uso y aplicación de estándares de calidad internacionales que le permitan ampliar sus mercados, mejorar su posicionamiento y crear valor. (Carlos Lopez, 2001)¹

6.2. Marco teórico

La norma ISO 9001:2008 debe cumplir con ciertos requisitos o enfoques como:

Enfoque al cliente

Las organizaciones dependen de sus clientes, por lo tanto deben entender sus necesidades presentes y futuras, cumplir sus requisitos y satisfacer o exceder sus expectativas.

1. **Liderazgo**

Los líderes establecen unidad de propósito y dirección para la organización. Ellos deben crear y mantener un ambiente interno en donde la gente se puede desarrollar completamente en función de los objetivos de la organización.

¹ Carlos López, Administrador de empresas de la Universidad Nacional de Colombia, Especialista en internet. Herramientas para sistemas de calidad, <http://www.gestiopolis.com/las-normas-iso-9000/>

2. Participación del personal

El personal de todos los niveles es la esencia de una organización y su ambiente los motiva a usar sus habilidades para el beneficio de la misma organización.

3. Enfoque basado en procesos

Los resultados deseados se logran con mayor eficiencia cuando las actividades y recursos relacionados se administran como procesos.

4. Enfoque de sistema para la gestión

Identificar, entender y manejar procesos interrelacionados como un sistema contribuye a la efectividad y eficiencia de la organización, a través de sus objetivos.

5. Mejora continua

La mejora continua del desempeño de las organizaciones debe ser un objetivo permanente en la organización.

6. Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones

Las decisiones efectivas se basan en el análisis de información y datos.

7. Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor

La organización y sus proveedores dependen entre sí y una relación de mutuo beneficio incrementa la habilidad de ambos de crear valor. (FOMENTO, 2005)²

6.3. Marco conceptual

- ISO: Es una organización internacional no gubernamental afiliada a 163 países que provee normas para estandarizar, ayudar en la innovación y proveer soluciones para los desafíos globales. (ISO, 2008)³
- Estándares: Es un documento que provee de especificaciones para productos, servicios y sistemas para asegurar la calidad, seguridad y eficiencia, sirviendo como instrumento para facilitar el comercio internacional. (ISO, 2008)

² Ministerio de fomento, Documento pdf “Los principios básicos de la gestión de calidad” Edición mayo del 2005, <http://www.fomento.gob.es/nr/rdonlyres/67a6628e-0632-4a3c-a632-dde84eea6caa/19422/iva1.pdf>.

³ ISO 2008 <http://www.iso.org/iso/home/about.htm>.

- Norma ISO 9001: Se centra en todos los elementos de administración de calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios.

Los clientes se inclinan por las empresas que cuentan con esta certificación porque de este modo se aseguran de que el producto o servicio que reciban será uno que cuenta con un buen sistema de gestión de calidad (SGC).

El uso de la norma es de forma voluntaria, las empresas no están obligadas a realizar uso ellas, sin embargo estas normas tienden a convertirse en un requisito para que una empresa se mantenga en una posición competitiva dentro del mercado. (calidad, 2008)⁴

- NTC 5580 para programas de formación para el trabajo en el área de idiomas: provee de los requisitos necesarios para adaptarse a este programa de calidad, entregando la posibilidad de crear un manual de calidad que se adapte a lo requerido para realizar la certificación. (Educacion, 2007)⁵
- NTC 5555 para sistemas de gestión de la calidad para instituciones de formación para el trabajo: Provee sobre los requisitos para implantar un sistema de gestión de la calidad, así como las responsabilidades que tiene la dirección, como manejar los diferentes recursos, como prestar el servicio en estas instituciones, la forma de medición, análisis y mejora del sistema de gestión de la calidad. (Educacion, 2007)
- Manual de calidad: Es un documento en donde se especifica toda la intención de la empresa respecto a lo que le compete a la calidad en este se plasma, la política de calidad de la organización que no es más que la

⁴ Herramientas del sistema de gestión de calidad <http://www.normas9000.com/que-es-iso-9000.html>.

⁵ Normas N.3 Educación para el trabajo y desarrollo humano, Ministerio de Educación.

estructura organizativa y la misión de todo elemento involucrado en el logro de la Calidad. (Lira, 2012)⁶

6.4. Marco institucional

6.4.1. Nombre de la empresa

Institución de educación para el trabajo y el desarrollo humano de Fusagasugá
“Interamerican”

6.4.2. Logo



6.4.3. Antecedentes

Interamerican ha pasado por 3 transformaciones:

1. Desde el año 2009 Interamerican of lenguis nombre que anteriormente era de la empresa, era propiedad del señor Jaime Godoy, quien tenía una visión de ampliar la empresa y por esta razón creo sucursales en varias ciudades del departamento.

⁶ Tesis Manual de Calidad para una empresa de mantenimiento industrial, Universidad de Sevilla.

2. Posteriormente el señor Javier Ruiz realizo la compra de la institución y cambio su nombre quedando como Interamerican dynamic lenguaje la cual se ubicaba en la casona de nuevo balmoral reduciendo a su vez la empresa.
3. En marzo de 2011 se constituyó como tal la última administración donde nace como tal la actual institución de educación para el trabajo y el desarrollo humano de Fusagasugá “Interamerican”

6.4.4. Representante legal

Interamerican es representada ante todo organismo legal por la señora Johana Dinari Borchart.

6.4.5. Gerente

Actualmente InterAmerican cuenta con varias dependencias, sin embargo no cuenta con un gerente general y quien desempeña las labores del gerente es la representante legal la señora Johana Dinari Borchart, quien desempeña las siguientes funciones:

- Selección de personal.
- Realizar políticas administrativas
- Representar y defender la filosofía de Interamerican
- Planear, organizar, dirigir y controlar las diferentes actividades de la empresa.
- Representar a la empresa como persona jurídica.
- Diseñar y aplicar el presupuesto.
- Revisar los estados financieros.

6.4.6. Ubicación

La organización se encuentra ubicada en Av. Piedra grande N.13- 51 vía cercun.

6.4.7. Organigrama



6.4.8. Actividad económica

Prestar asesoría para el aprendizaje y el dominio del idioma inglés.

6.4.9. Tipo de sociedad

La empresa denominada Interamerican se exige cómo tipo de sociedad SAS, Sociedad por Acciones Simplificada.

6.4.10. Información tributaria

NIT 09002027135

6.4.11. Misión

Interamerican es una institución de educación para el trabajo y el desarrollo humano que se dedica a fomentar el aprendizaje del idioma inglés en niños, adolescentes y adultos, residentes en Fusagasugá y sus alrededores, apoyándose pedagógicamente en técnicas avanzadas de estudio y un talento humano idóneo, altamente calificado, que propicia el aprendizaje del idioma de forma natural y espontánea, contando con el respaldo de una organización sólida, responsable y comprometida con la educación y el desarrollo. Interamerican cada vez más cerca del éxito y la excelencia.

6.4.12. Visión

Interamerican en el 2020 será reconocida como la institución líder en la enseñanza del idioma inglés por su alto impacto en el desarrollo académico y cultural de la región del Sumapaz, seguirá contando con talento humano comprometido, responsable y exigente con la mejora continua, siendo un equipo idóneo para la creación de nuevas metodologías de enseñanza de acuerdo a las necesidades de nuestros estudiantes y ofreciendo así al mercado el factor diferencial y dinámico de una educación moderna.

6.4.13. Filosofía

Nuestro compromiso como mediadores del proceso educativo de los estudiantes es afianzar, desarrollar y encaminar primordialmente los siguientes valores:

1.- Reconocimiento Dado por el acceso que tienen los estudiantes a conocer los diferentes fenómenos y aspectos en los que se encuentra inmerso la cultura, la tecnología y la sociedad, reflexionando sobre ello y creando conciencia en la necesidad de aprender inglés, para el desarrollo del contexto en donde se interactúa.

2.- Respeto: Manifestado en la aceptación y construcción de los procesos en los que el alumno interviene.

3.- Responsabilidad: A través del cumplimiento de los deberes sociales y académicos generando compromisos que conllevan la formación integral del estudiante.

Nos caracterizamos por:

Transparencia: Realizamos nuestra gestión de forma objetiva, clara y verificable.

Integridad: Actuamos con firmeza, rectitud, honestidad, coherencia y sinceridad.

6.4.14. Objetivos corporativos

6.4.14.1. Objetivo general

Capacitar a los ciudadanos de la región, desarrollando para ello material didáctico y educación de la más alta calidad, elementos académicos como medio propiciador de nuevas tecnologías efectivas y eficientes de aprendizaje, asesorando y supervisando constantemente la labor pedagógica y haciendo un seguimiento exhaustivo de los logros adquiridos por nuestros alumnos para lograr así los mejores resultados, convirtiendo los alumnos en elementos sociales gestores de su propio conocimiento y desarrollo.

6.4.14.2. Objetivos específicos

1. Ser reconocidos como la empresa líder en el mercado y como modelo en la generación del valor cultural, social y económico.
2. Alcanzar los más altos estándares de satisfacción al cliente, a través de programas y servicios innovadores.
3. Lograr la certificación de calidad de la institución.
4. Contar con participación articulada y estratégica del sector público.

5. Ser reconocidos como generadores de empleo y desarrollo económico.

6. Demostrar nuestro compromiso continuo con el desarrollo sociocultural dentro de nuestro entorno.

6.4.15. Identificación de factores internos

6.4.15.1. Objeto social

Enseñar a hablar, escribir, leer, entender e interpretar el inglés a aquellas personas que deseen aprenderlo para mejorar su calidad de vida.

6.4.15.2. Servicios

Actualmente cuenta con distintas clases que permiten el aprendizaje de inglés y español:

- Lectura
- Escritura
- Canto
- Teatral
- Conversacional
- Vocabulario
- Cine

6.4.16. Identificación de factores externos

6.4.16.1. Mercado

La Institución de educación para el trabajo y el desarrollo humano de “Interamerican” actualmente se encuentra ubicada en Fusagasugá, donde está su nicho de mercado.

6.4.16.2. Cliente

Son todas aquellas personas de todos los estratos sociales y edades, que deseen o tengan la necesidad de aprender el idioma inglés, para el mejoramiento de su calidad de vida y estén en la capacidad de pagar el servicio.

6.4.17. Empresas similares

A continuación se presenta un cuadro comparativo de los institutos de inglés de la ciudad de Fusagasugá y sus características según los factores críticos de éxito tomados. La información recolectada fue obtenida visitando directamente a las empresas preguntando directamente a sus comerciales por su información para divulgación pública y por la información que suministro gente del común sobre las empresas.

Tabla N.1 de comparacion empresas similares

Factores críticos para el éxito	INTERAMERICAN	FACE TO FACE	LOOKING FORWARD	ENGLISH ZONE	FACES FOREVER
Good will	Buena reputación	Mala reputación por inasistencia de profesores, cancelación de clases, procesos legales	Neutra	Neutra	Mala reputación por funcionarios
Infraestructura	Institución más grande en Fusagasugá con salones grandes y cómodos además con salón de audio y video	Buenas instalaciones apenas	Hacinamiento de estudiantes en salones de espacio reducido para 10 estudiantes.	Buenas instalaciones y cómodas	Un piso con 3 salones
Atención al cliente	Buena atención	Muy Buena atención cuentan con buzón de	Buena atención	Buena atención	Buena atención

		sugerencias			
Precios y promociones	Becas, y diferentes planes 100, mensualidades 70.... 1.350.000 crédito 1.770.000	Manejan promociones eventuales. 580m y 10 mensualidades de 70 va a la alza 1980.000 prom 1286.000	Promociones por grupos. Promociones eventuales 50matricula 80mensualidad va a la alza 1.400.000	Muchas promociones, becas, Matricula70 mensualidades 70 va a la alza	Poca promoción Matricula 200 15 mensualidades de 100 contado 1400.000 crédito 1.700.000
Material educativo	Material propio y actualizado con logo e imprenta	Cartillas fotocopiadas	Guía de estudio opcional 25.000, televisor con computador	Material es propio un libro	Material propio y actualizado
Requisitos Legales	Resolución 0667 del 2011	Resolución 322 del 2011	Resolución 545 de 2008	Resolución 0487 del 2013	Resolución 0076 del 2014
Beneficios académicos	Horario personalizable, aprendizaje rápido según la necesidad	Horario personalizable (LV 7 -8 S 8-5) 6 horas otros	Manejan horario fijo, practicas reales en diferentes sitios (Manejan horario fijo, practicas reales en diferentes sitios (Horario personalizable, programación virtual 12 horas

	de cada estudiante programación ilimitada	idiomas	restaurantes y otros todo en inglés)	restaurantes y otros todo en inglés)	máximo
Impacto Visual	Se ve poco desde afuera y a pesar de que se ve organizado no impacta interiormente	Alto impacto visual exterior e interior	Se ve muy poco desde afuera, sin embargo tiene algunas imágenes que llaman la atención	Buena imagen exterior	Externo no impacta a la vista e interior menos
Años de experiencia	10 años, institución de mayor trayectoria en Fusagasugá	5 años	8 años	3 años	2 años
Ubicación estratégica	Ubicado en sector poco transitado pero cerca de la universidad Av. Piedra grande N 13-51 vía cercun	Ubicado en sector poco transitado Calle 15 N. 6-58	Ubicado en un sector muy transitado Transversal 12 No 17 - 81	Ubicación central Calle 17 N 10-45	En el centro pero en un tercer piso : Kr 7 No 8-59 piso 3°

Reconocimiento en Fusagasugá	Medianamente conocido	Es la institución más reconocida en Fusagasugá	Medianamente conocido	Poco reconocimiento	Medianamente conocido
Tiempo del programa	12 meses	12 meses con 12 meses adicionales en conversaciones	18 meses	12 a 15 meses	15 meses

6.4.18. Entidades y organismos de vigilancia y control

- **El Ministerio de Educación:** es un organismo oficial que se encarga de gestionar las tareas administrativas relacionadas con la educación y normalmente también de la cultura.
- **Secretaria de educación en Fusagasugá:** Se encarga de garantizar la educación como derecho fundamental con procesos de calidad, eficiencia y eficacia, mejorando la calidad de vida de la comunidad y contribuyendo al desarrollo del Municipio de Fusagasugá

7. DISEÑO METODOLOGICO

7.1. Tipo de investigación

Descriptiva, evaluativa, probabilística con una muestra de 50 personas para el estudio con los estudiantes de la institución.

La muestra se obtuvo con la siguiente fórmula de población finita.

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + k^2 * p * q}$$

N: es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).

K: es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos: un 95,5 % de confianza es lo mismo que decir que nos podemos equivocar con una probabilidad del 4,5%.

Los valores k más utilizados y sus niveles de confianza son:

K	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2	2,58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	95,5%	99%

e: es el error muestral deseado. El error muestral es la diferencia que puede haber entre el resultado que obtenemos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntáramos al total de ella.

p: es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que $p=q=0.5$ que es la opción más segura.

q: es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es $1 - p$.

n: es el tamaño de la muestra (número de encuestas que vamos a hacer).

Remplazando los datos:

N: 130 K: 2 E: 6% P: 0,92 Q: 0,08

Resultado remplazando en la ecuación es

n= 50, el número de encuestas a realizar.

7.2. Características de la población

La población actual de estudiantes activos de Interamerican, son más de 130 estudiantes actualmente, entre los cuales hay empresarios, ejecutivos, estudiantes y personas profesionales, que varían desde los 5 hasta los 70 años con un promedio de edad de 20 años, de distintos estratos económicos, cada uno con necesidades de aprendizaje diferentes, ya que algunos tienen más disponibilidad de tiempo para estudiar que otros.

7.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

- El primer instrumento para la recopilación de datos será un cuestionario diagnóstico sobre la organización este será realizado directamente al directivo encargado de la organización, en este caso a la Directora Administrativa Johana Dinari Borchard.
- Se usará una encuesta de satisfacción para medir a estudiantes, padres de familia y docentes, esta encuesta será realizada por medio de un formulario que cada uno podrá llenar, evaluando la gestión académica, social y administrativa.
- Se realizará visita directa a la competencia para conocer sus ventajas competitivas, estas visitas serán realizadas solicitando la información directamente a los comerciales con el fin de poderlos comparar según los diferentes factores de éxito enunciados anteriormente.

7.4. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.

1. Se realizará un cuadro comparativo analizando la competencia.
2. Análisis de la encuesta de satisfacción por medio de graficas de pastel.
3. Se realizará un cuadro para el estudio de las variables de impacto en el entorno.
4. Análisis de brechas en el cual se determinarán los problemas de más impacto así como sus causas críticas y sus posibles soluciones.
5. Se realizará un análisis situacional interno.
6. Se realizará un análisis externo
7. Análisis de matriz PEYEA
8. Análisis de matriz POAM
9. Análisis de matriz PCI
10. Construcción de la Matriz DOFA
11. Construcción de un mapa estratégico.
12. Construcción de Balanced score card
13. Construcción de plan de acción

8. ESQUEMA TEMATICO

8.1. CAPITULO 1: diagnostico organizacional

8.1.1. Variables de impacto en el entorno

Tabla N.2 de variables de impacto en el entorno

ENTORNO	VARIABLES A UTILIZAR
ECONOMICO	Análisis del crecimiento y perspectivas de desarrollo de la actividad económica de la empresa y las que están relacionadas, ubicándolas a nivel de sector económico, grupo, rama y renglones.
SOCIAL	Composición social de la población colombiana y en particular de la atendida por la empresa. Análisis de la situación actual y tendencias en el empleo, desempleo y subempleo. Análisis de la ocupación de la población. Análisis de la situación social y perspectivas de desarrollo social, de la población colombiana y en particular de la que interesa a la empresa según su ámbito de acción, teniendo en cuenta la problemática de las condiciones de vida bienestar básicas : salud, vivienda, educación e infraestructura.
CULTURAL	Definición y contrastación de los conceptos de cultura y civilización

	<p>Caracterización de las culturas y subcultura que conforman la población colombiana, teniendo presente aspectos relacionados con : valores, creencias, factores de comportamiento, tradiciones y expresiones culturales</p> <p>Valores, normas, preferencias y gustos que adoptan y tienen los individuos frente al consumo o uso de bienes y servicios que ofrece la empresa</p> <p>Valores y patrones de comportamiento del empresariado colombiano y en particular del de la región que atiende la empresa.</p>
<p>ECOLOGICO</p>	<p>Descripción general de las características propias de la actividad de la empresa relacionadas con su comportamiento desde el punto de vista ecológico : · Insumos · Procesos de trabajo · Productos finales y elementos residuales · Retroalimentación · Ámbito geográfico de operación</p> <p>Caracterización de la región donde se ubica la empresa y sus instalaciones y de las regiones donde se ubican los compradores o usuarios de los bienes o servicios que produce, considerando aspectos relacionados con la topografía, el clima, la disponibilidad y acceso a recursos naturales y la geografía en general : · Ubicación y límites · Bosques e hidrografía · Geología · Inventario de flora y fauna · Calidad del agua en el estado actual · Suelos · Topografía · Clima · Infraestructura de servicios circundantes · Sistema vial · Usos actuales, valorización y/o desvalorización de las áreas de influencia.</p>

8.1.2. Indicadores

Son una herramienta sin duda muy útil para la gestión de calidad ya que permiten medir y evaluar el servicio que provee la organización.

Haciendo uso habitual de los indicadores se provee información sobre la calidad de la gestión posibilitando una mayor eficiencia, eficacia y efectividad en la asignación de recursos físicos, humanos y financieros, proporcionando seguridad y confianza a los funcionarios implicados en la toma de decisiones y su realización.

Los indicadores a tener en cuenta para la gestión de la calidad de la institución de educación para el trabajo y el desarrollo humano de Fusagasugá “Interamerican” son:

- Índice de retorno de la inversión (Utilidades/Inversión)*100
- Indicador de PQRs Resueltos(PQRs Resueltos / PQRs totales) *100
- Indicador de cumplimiento en los factores críticos de éxito-Sumatoria de peso de factores críticos de éxito (que sumados deben dar 1) * Calificación asignada de 1 a 4
- Indicador de satisfacción (Número de usuarios satisfechos / Total de usuarios) *100
- Indicador de calidad (Número de requisitos cumplidos/ Total de requisitos) *100
- Índice de programación de clases (Número de clases programadas/ Total de cupos disponibles) *100
- Indicador de aprendizaje (Malas notas / Total de clases programadas) *100
- Indicador de requisitos de nivel (Número de clases vistas/ Total de clases requeridas) *100
- Indicador de estudiantes aprobando nivel (Número de estudiantes que aprueban el nivel/ Total de estudiantes en el nivel) *100
- Indicador de contratación (Filtros aprobados/ Total filtros) *100

- Indicador de capacitación (Capacitaciones realizadas/ Capacitaciones requeridas)* 100
- Indicador de necesidades del personal (Necesidades atendidas del RH/ Total necesidades vistas)*100
- Indicador de citas comerciales (Número de citas realizadas/ Meta de citas)*100
- Indicador de matrículas (Número de matrículas realizadas/ Numero de citas concretadas)* 100
- Indicador de nómina pagada (Dinero pagado a colaboradores/ Dinero total a pagar)* 100
- Indicador de pago de proveedores (Dinero pagado a proveedores/ Dinero total a pagar)* 100
- Indicador de documentos digitalizados (Número de documentos digitalizados/ Numero de documentos recibidos) *100
- Indicador de documentos codificados (Documentos codificados/ Total de documentos)*100
- Indicador de egresados (Número de egresados /Número de matriculados)*100
- Indicador de población especial (Número de matrículas de población especial/ Total matriculas) * 100
- Indicador de actividades extracurriculares (Número de eventos realizadas / Número de eventos programados)*100
- Indicador de visitas (Número visitas recibidas/ Número de visitas pronosticadas) * 100
- Indicador de fichas de cobranza (Número de fichas de cobranza/Total de matrículas)*100
- Indicador de cobro preventivo (Número de usuarios llamados/ Total usuarios con cobros pendientes)*100
- Indicador de cartera (Número de cartera vencidas/ Total carteras)*100

8.1.3. Análisis de brechas

Es un proceso que utilizan las empresas para determinar dónde puede estar ocurriendo el déficit en sus operaciones cuando se trata de lograr objetivos predeterminados. Este análisis puede ser utilizado por varios departamentos en un negocio, incluyendo el de mercadotecnia, producción y contabilidad.

8.1.3.1. Map

1. SELECCIÓN DE PROBLEMAS

Problema 1: Uso nulo o muy mínimo de plataformas tecnológicas como internet

Problema 2: Los horarios de aprendizaje no se acomodan a las necesidades de todos los clientes.

Problema 3: Falta de formas de medición evaluación retroalimentación

Problema 4: No existe un área encargada de la calidad que organice todos los procesos de la empresa.

8.1.3.2. Precisión del problema

Tabla N.3 Formato 1. Descripción del problema

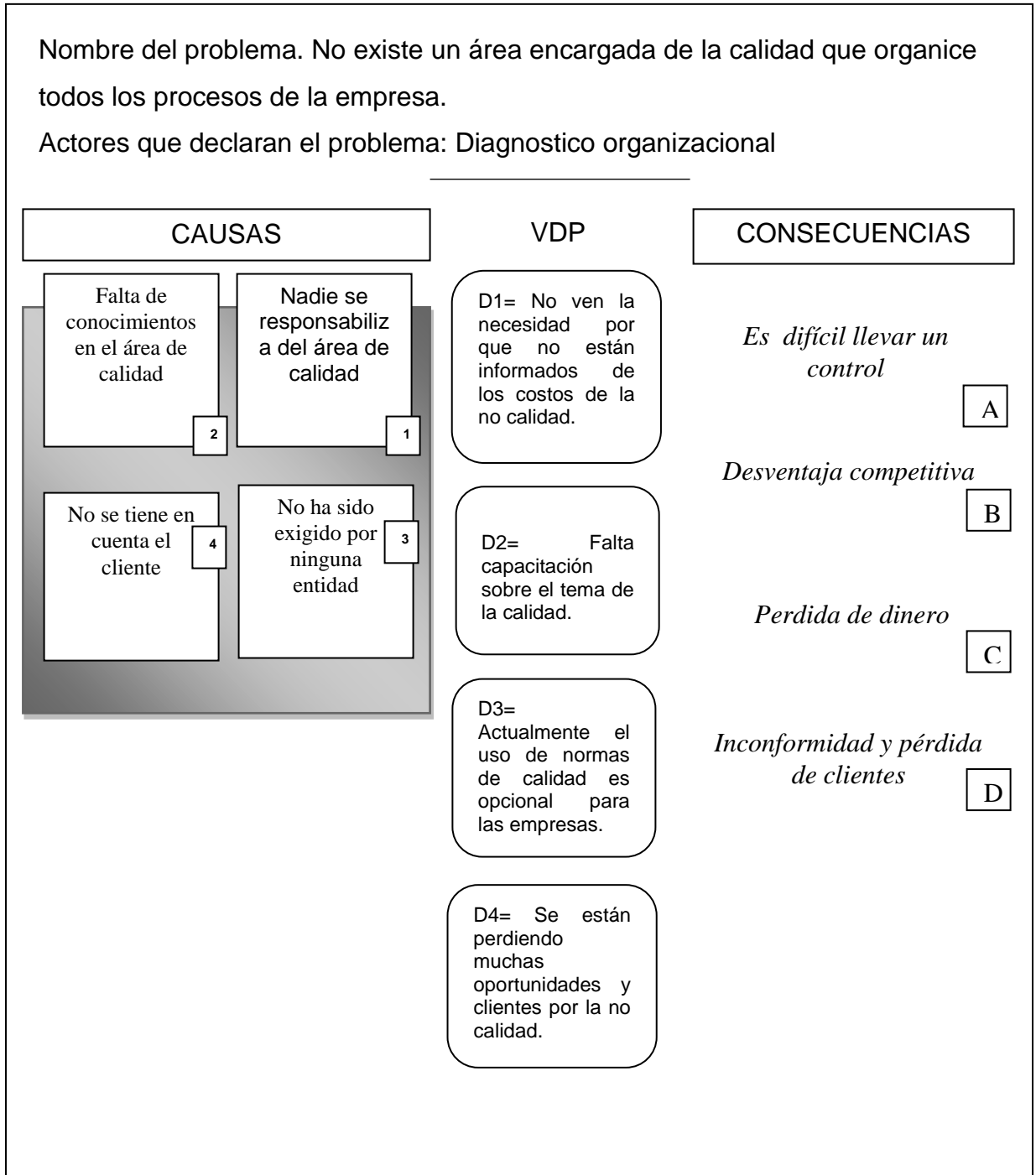
<p>Nombre del problema. No existe un área encargada de la calidad que organice todos los procesos de la empresa.</p> <p>Actores que declaran el problema: Diagnostico organizacional</p>	
<p>DESCRIPTORES</p>	<p>INDICADORES</p>
<p>D1= Directivos</p>	<p>I1= Indicador de Egresados(Número de egresados/ Número de matriculados) *100</p>
<p>D2= Alumnos</p>	
<p>D3= Padres de Familia</p>	<p>I2= Indicador de satisfacción(Número de usuarios satisfechos / Total de usuarios) *100</p>
<p>D4= Docentes</p>	<p>I3= Indicador de calidad(Número de requisitos cumplidos/ Total de requisitos)*100</p>
	<p>I4= Indicador de PQRs Resueltos(PQRs Resueltos / PQRs totales)*100</p>

8.1.3.3. Explicación del problema

Tabla N.2.Formato 2. Árbol del problema

VDP = Vector Descripción del problema.

VDR= Vector Descripción del Resultado.



8.1.3.4. Diseño de situación objetivo

Tabla N.3.Formato 3. Diseño de la situación objetivo

VDP	VDR
D1= No ven la necesidad por que no están informados de los costos de la no calidad.	R1= Ven la necesidad de la calidad en la institución para reducir costes de la no calidad.
D2= Falta capacitación sobre el tema de la calidad.	R2= Personal de la institución capacitado en calidad.
D3= Actualmente el uso de normas de calidad es opcional para las empresas.	D3= Aplicación de la norma iso 9001.
D4= Se están perdiendo muchas oportunidades y clientes por la no calidad.	R4= Cliente satisfecho.

8.1.3.5. Solución de causas críticas

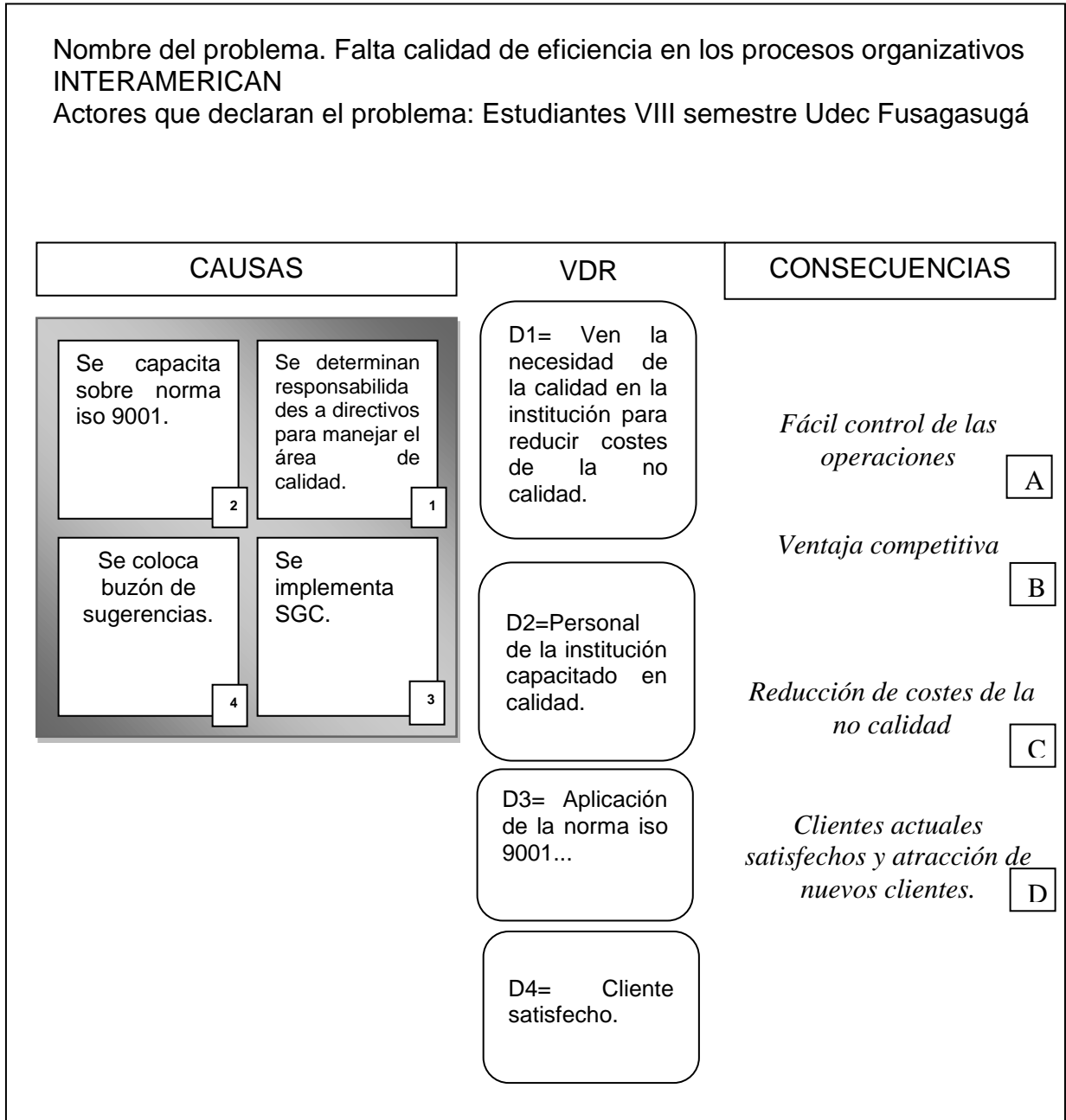
Son las causas del problema descrito anteriormente en el VDP y sus posibles soluciones.

Tabla N.4 de solución de causas críticas

CAUSAS	CAUSAS*
Nadie se responsabiliza del área de calidad	Se determinan responsabilidades a directivos para manejar el área de calidad.
Falta de conocimientos en el área de calidad	Se capacita sobre norma iso 9001.
No ha sido exigido por ninguna entidad	Se implementa SGC.

No se tiene en cuenta el cliente	Se coloca buzón de sugerencias.
----------------------------------	---------------------------------

Tabla N.5. Formato 4. Árbol de la situación objetivo



8.1.3.6. Selección y diseño de planes de acción

Tabla N.6. Formato 5. Plan de acción

CAUSA CRITICA	¿QUE HACER?	¿QUIEN HACE?	¿QUIEN COOPERA?
No existe área de calidad en la empresa	Determinar responsabilidades a directivos para manejar el área de calidad.	Directivos	Directivos
Falta de conocimientos en el área de calidad	Capacitación sobre norma iso 9001.	Jhonnathan Cruz	Directivos
No ha sido exigido por ninguna entidad	Implementa SGC.	Jhonnathan Cruz y Directivos	Directivos
No se tiene en cuenta el cliente	Colocar un buzón de sugerencias	Directivos	Dirección y recepción.

8.1.3.7. Definición de responsables

Tabla N.7 de Responsables plan de accion

ACCIONES	RESPONSABLES
Determinan responsabilidades a directivos para manejar el área de calidad.	Dirección Administrativa
Capacitación sobre norma iso 9001.	Jhonnathan Cruz

Implementa SGC.	Jhonnathan Cruz y Directores
Colocar un buzón de sugerencias	Dirección Administrativa

8.1.3.8. Presupuesto

La inversión para realizar estas mejoras no será demasiada ya que en vez de crear un departamento de calidad, se van a dar las responsabilidades al área administrativa para reducir los costes en contratación.

Capacitación	100.000
Puesta en marcha del SGC	1.200.000
Buzón de sugerencias	70.000
TOTAL	1.370.000

8.1.3.9. Análisis estratégico o de viabilidad

Se puede analizar que implementar estas nuevas acciones es viable a corto plazo, ya que es necesario poner en marcha un sistema que permita mejorar la calidad de la institución y los costes propuestos son muy económicos.

8.1.3.10. Análisis de vulnerabilidad

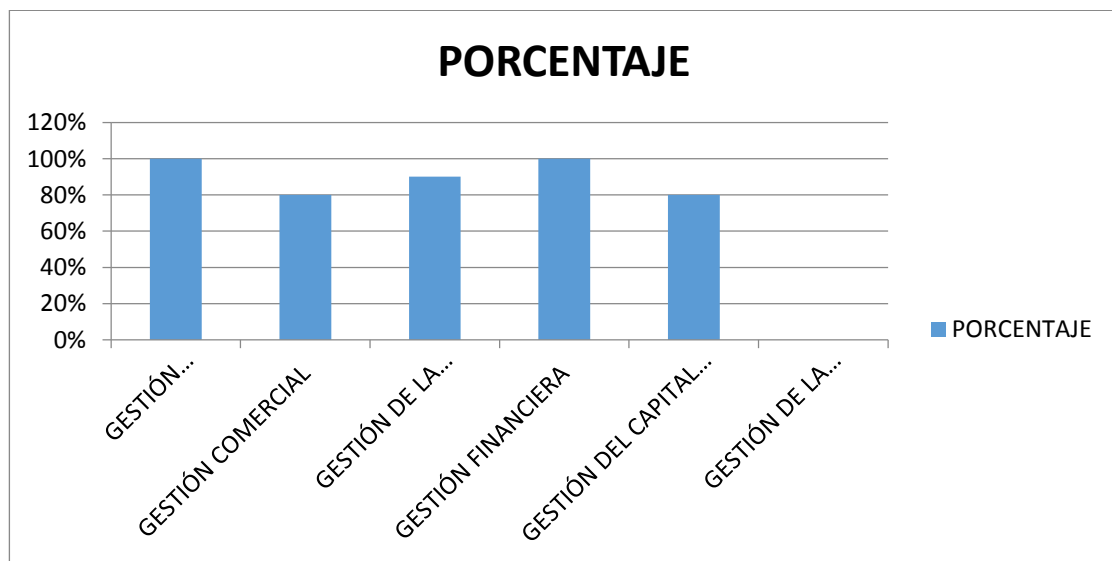
La empresa presenta grandes falencias en el área de la calidad, ya que a pesar de ser una empresa que cuenta con formatos y una buena organización, no permite tener en cuenta muchas variables que llevan a la insatisfacción de clientes tanto externos como internos, lo cual puede causar deserción, mala reputación y otros factores negativos.

8.1.4. Análisis situacional interno

Tabla N.8 comparativa de diagnostico organizacional

INDICADORES DE MEDICION POR AREA		
AREA	PORCENTAJE	ESTADO
GESTIÓN ADMINISTRATIVA	100%	Buena situación
GESTIÓN COMERCIAL	80%	Buena situación
GESTIÓN DE LA PRODUCCIÓN	90%	Buena situación
GESTIÓN FINANCIERA	100%	Buena situación
GESTIÓN DEL CAPITAL HUMANO	80%	Buena situación
GESTIÓN DE LA CALIDAD	0%	Situación en riesgo

Grafica N.1 de comparación diagnostico organizacional



Según el diagnóstico interno realizado con los directivos, la institución se encuentra bien en la mayoría de sus áreas a excepción en el área de calidad ya que no cuenta con ninguno de las características requeridas (ANEXO N1).⁷

Tabla N.9 diagnostica de calidad

N	GESTIÓN DE LA CALIDAD	
1	¿La empresa cuenta con algún sistema que verifique la calidad?	No
2	¿La empresa implementa alguna norma de calidad (NTC o ISO)?	No
3	¿La empresa involucra al capital humano en la gestión de la calidad?	No
4	¿La empresa cuenta con una política de calidad definida general o según el área de la empresa?	No
5	¿La empresa trabaja bajo el ciclo P-H-V-A ? (planear, hacer, verificar, actuar)	No
6	¿La empresa identifica actividades laborales por procesos productivos ? (dirección, misionales, apoyo)	No
7	¿La empresa identifica los documentos que soportan los procesos productivos? (procedimientos, registros, formatos, fichas técnicas, instructivos, etc.)	No
8	¿La empresa hace seguimiento al proceso de producción basado en estándares de calidad?	No
9	¿La empresa ejecuta acciones correctivas en los problemas de gestión de la calidad?	No
10	¿La empresa realiza mejora continua ante los problemas o dificultades que se presentan en la organización?	No

⁷ANEXO N1: Herramienta usada para realizar el diagnóstico de la organización.

8.2. CAPITULO 2: complementos del diagnostico

8.2.1. Análisis externo- evaluación del entorno

8.2.1.1. Matriz de perfil competitivo

Tabla N.11. Matriz de perfil competitivo

La calificación de esta matriz ha sido dada según la información recolectada de cada una de las instituciones ya nombrada anteriormente.

Factores críticos para el éxito	Peso	INTERAMERICAN		FACE TO FACE		LOOKING FORWARD		ENGLISH ZONE		FACES FOREVER	
		Calificación	Resultado obtenido	Calificación	Resultado obtenido	Calificación	Resultado obtenido	Calificación	Resultado obtenido	Calificación	Resultado obtenido
Good will	0,2	4	0,8	2	0,4	3	0,6	3	0,6	2	0,4
Atención al cliente	0,15	3	0,45	4	0,6	3	0,45	3	0,45	3	0,45
Impacto Visual	<u>0,1</u>	2	0,2	4	0,4	3	0,3	3	0,3	1	0,1
Precios y promociones	0,1	4	0,4	3	0,3	3	0,3	4	0,4	2	0,2
Requisitos Legales	<u>0,09</u>	4	0,36	4	0,36	4	0,36	4	0,36	4	0,36

Infraestructura	$\frac{0,0}{9}$	4	0,36	3	0,27	2	0,18	3	0,27	2	0,18
Material educativo	$\frac{0,0}{8}$	4	0,32	2	0,16	2	0,16	2	0,16	2	0,16
Años de experiencia	$\frac{0,0}{5}$	4	0,2	3	0,15	3	0,15	2	0,1	3	0,15
Reconocimiento en Fusagasugá	$\frac{0,0}{5}$	3	0,15	4	0,2	3	0,15	3	0,15	3	0,15
Tiempo del programa	$\frac{0,0}{3}$	1	0,03	4	0,12	3	0,09	2	0,06	2	0,06
Beneficios académicos	$\frac{0,0}{3}$	4	0,12	3	0,09	3	0,09	3	0,09	3	0,09
Ubicación estratégica	$\frac{0,0}{3}$	3	0,09	3	0,09	3	0,09	3	0,09	3	0,09
Total	1	40	3,48	39	3,14	35	2,92	35	3,03	30	2,39
Nota: (1) los valores de las calificaciones son los siguientes: 1- mayor debilidad, 2-menor debilidad, 3- menor fuerza, 4 – mayor fuerza.											

POSICIONAMIENTO:

1. Interamerican
2. Face to Face
3. English zone
4. Looking forward
5. Faces forever

Interamerican se encuentra en primer lugar en nivel competitivo pero muy de cerca se encuentra Face to Face el cual es su competencia directa, en tercer lugar se encuentra inglés zone que a pesar de ser el instituto más joven de Fusagasugá ha entrado a competir en el mercado pisando fuerte usando una estrategia de precios económicos, en cuarto lugar se encuentra Looking forward y en el quinto faces forever con un puntaje muy bajo a comparación de las demás instituciones.

Entre los factores de éxito en que Interamerican ha destacado para lograr su ventaja competitiva se encuentran:

1. su Good will, ya que la empresa ha demostrado ser un ente responsable que cumple con lo que promete,
2. la Infraestructura ya que cuenta con muy buenas instalaciones limpias y organizadas con la tecnología necesaria y buena comodidad para sus estudiantes,
3. el material educativo, ya que este es 100% original de Interamerican, este no se vende por aparte, solo se proporciona a estudiantes de la institución, viene con el logo de la empresa, contramarcado y con derechos de autor que lo muestran totalmente en regla,
4. otro factor de éxito que destaca son sus años de experiencia ya que son los que llevan más tiempo en el mercado y se han organizado internamente de una mejor manera, tienen departamentos y han recibido asesorías con las cuales han logrado acercarse a lo pedido por la NTC 5580 la cual proporciona una base de calidad para las instituciones de este tipo.
5. Adicionalmente es la que más beneficios académicos ofrece, como: horarios flexibles y personalizables, material de calidad, buena metodología, división de

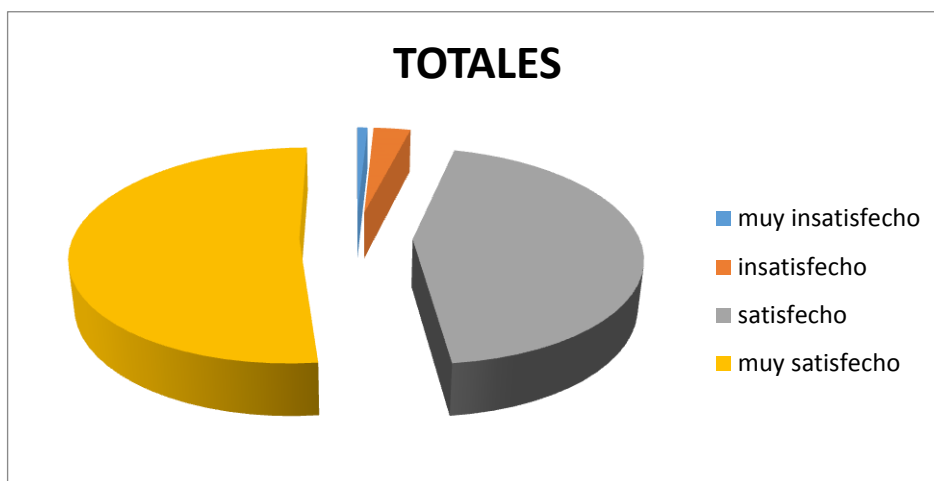
grupos, grupos pequeños para que el aprendizaje sea más fácil y rápido, variedad de docentes y la posibilidad de escoger el que mejor le parezca, seguimiento continuo del aprendizaje semana tras semana, verificación de aprendizaje real con exámenes, practicas, salidas pedagógicas, buen ambiente de estudio entre otras.

8.2.2. Resultados encuesta de satisfacción

Se realizó encuesta de satisfacción para estudiantes, padres de familia y docentes con una muestra de 50 encuestas, donde podemos ver que el 97% de ellos se encuentran satisfechos con los diferentes conceptos que se evaluaron mientras que el 4% de estos se encuentra inconforme con el servicio prestado.(ANEXO N2)⁸

N.	RESULTADOS
Muy insatisfecho	1%
Insatisfecho	3%
Satisfecho	44%
Muy satisfecho	52%

Grafica N.2 tabulación de encuesta de satisfaccion



⁸ ANEXO N2: Formato de encuesta de satisfacción realizado con estudiantes, padres de familia y docentes.

8.3. CAPITULO 3: identificación de la matriz dofa y plan de acción

8.3.1. Matriz de evaluación de factores externos

Rangos de calificación 1-Muy bajo, 2- Baja, 3 Alta, 3-Muy alta

Tabla N.12. Matriz EFE

OPORTUNIDADES	PESO	CALIFICACION	PESO PONDERADO
Expansión	0,1	3	0,3
Mejora de la calidad	0,2	4	0,8
Nuevos mercados	0,1	3	0,3
Implementación tecnológica	0,2	4	0,8
AMENAZAS	PESO	CALIFICACION	PESO PONDERADO
Insatisfacción del cliente	0,3	2	0,6
Nuevas empresas	0,1	2	0,2
TOTAL	1		3

Se evidencian dos grandes oportunidades, en innovación tecnológica, debido a que hoy en día el mundo virtual y de páginas webs se abre a las empresas para poder dar un mejor servicio, y la implementación de un sistema de calidad que mejore los procesos y permita certificarlos para una mejor imagen general. Su mayor amenaza podría ser la insatisfacción del cliente tanto interno como externo.

8.3.2. Matriz de evaluación de factores internos

Rangos de calificación 1-Muy bajo, 2- Baja, 3 Alta, 3-Muy alta

Tabla N.13. Matriz EFI

FORTALEZAS	PESO	CALIFICACION	PESO PONDERADO
Vanguardia en metodología	0,05	4	0,2
horarios de clase flexibles	0,05	3	0,15
Buena organización	0,3	4	1,2
Posicionamiento en el mercado	0,2	4	0,8
DEBILIDADES	PESO	CALIFICACION	PESO PONDERADO
Dificultad de los estudiantes por el horario	0,2	1	0,2
Falta mayor cultura hacia el cliente	0,15	2	0,3
Hacen falta ventajas tecnológicas	0,05	2	0,1
TOTAL	1		2,95

Su mayor fortaleza es su buena organización, ya que a pesar de no estar implementando las normas de calidad, tienen ya una estructura y usan algunos formatos para su día a día, y su mayor debilidad tiene que ver con la atención al cliente ya que hace falta tener en cuenta la opinión del cliente y enfocarse un poco más en él.

8.3.3. Matriz peyera

Se asigna un valor entre 1(peor) y 6 (mejor) para FF y FI.

Se asigna un valor entre -1(mejor) y -6(peor) para EA y VC.

Factores de ejes

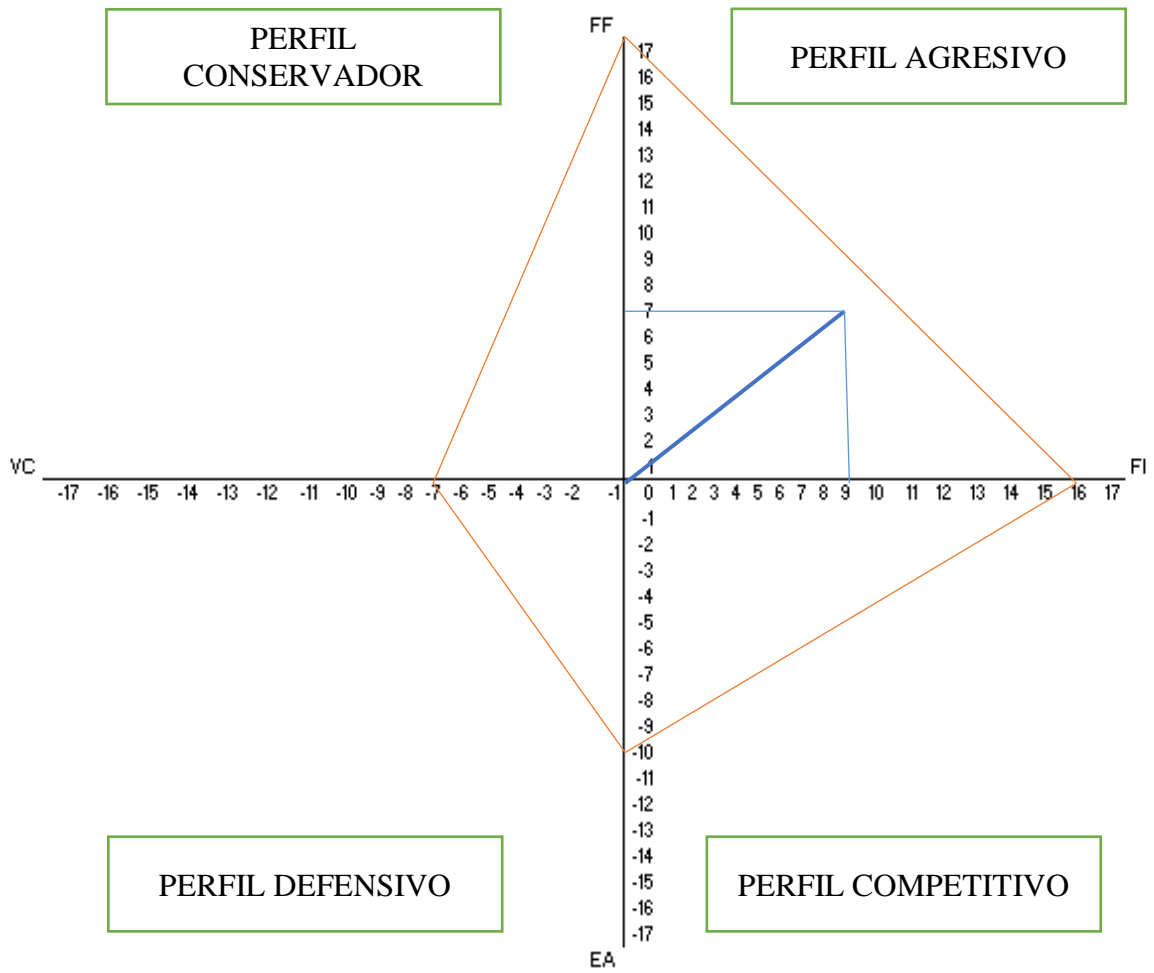
Tabla N.14 matriz peyera

Posición Estrategia Interna		Posición Estratégica Externa	
Fuerza Financiera (FF)		Estabilidad en el Ambiente (EA)	
Liquidez	4	Cambios tecnológicos implementados	-3
Convenios beneficiosos	5	Mayor demanda	-3
Capital de trabajo	3	Barreras del mercado	-3
Aumento de clientes	5	Estabilidad en el mercado	-1
	17		-10
Ventaja Competitiva (VC)		Fuerza de la Industria (FI)	
vanguardia metodológica	-3	Fácil aumento de la competencia	2
personalización de horarios	-2	Mejor calidad de servicio	6
Organización	-1	Competencia por precios	3
Posicionamiento	-1	Competencia por calidad	5
	-7		16

$$Y = FF + EA = 17 - 10 = 7$$

$$X = VC + FI = -7 + 16 = 9$$

Grafica N.3 perfil de la estrategia



La empresa cuenta con una estrategia de perfil agresivo.

8.3.4. Análisis externo poam

Tabla N.15 matriz poam

CATEGORIA	FACTORES	OPORTUNIDADES			AMENAZAS			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
FACTORES ECONOMICOS	Inestabilidad en el sector						X	X		
	Inflación					X		X		
	Expansión del mercado				X			X		
	Participación económica	X						X		
	Ampliación de portafolio	X							X	
	Convenios con otras empresas	X						X		
	Crecimiento del nicho de clientes	X						X		
	Fidelización de clientes	X						X		
	Calidad del servicio	X						X		
	Competencia desleal					X		X		
	Incremento de los gastos						X			X
	Ventas insuficientes						X	X		
	Capacidad económica insuficiente						X	X		
Total		6	0	0	1	2	4	11	1	1
Porcentaje		100%	0%	0%	14%	29%	57%	85%	8%	8%

CATEGORIA	FACTORES	OPORTUNIDADES			AMENAZAS			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
FACTORES POLITICOS	Cambios en la reglamentación				X			X		
	Seguridad en el sector				X			X		
	Estímulos a las empresas	X							X	
Total		1	0	0	2	0	0	2	1	0
Porcentaje		100%	0%	0%	100%	0%	0%	67%	33%	0%

CATEGORIA	FACTORES	OPORTUNIDADES			AMENAZAS			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
FACTORES SOCIALES	Sistema educativo y nivel de educación	X						X		
	Inseguridad y delincuencia				X			X		
	Importancia del inglés como segunda lengua	X						X		
	Mayor reconocimiento en el municipio	X						X		
	Necesidades del cliente	X						X		
	Necesidades de los colaboradores	X							X	
Total		5	0	0	1	0	0	5	1	0
Porcentaje		100%	0%	0%	100%	0%	0%	83%	17%	0%

CATEGORIA	FACTORES	OPORTUNIDADES			AMENAZAS			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
FACTORES TECNOLOGICOS	Comunicación con el cliente de forma virtual		X						X	
	Desarrollo de internet, redes sociales y comercio electrónico	X						X		
	Facilidad de acceso a la tecnología	X						X		
	Globalización de la información				X					X
	Resistencia al cambio tecnológico				X			X		
	Implementación tecnológica en los procesos	X						X		
Total		3	1	0	2	0	0	4	1	1
Porcentaje		75%	25%	0%	100%	0%	0%	67%	17%	17%

CATEGORIA	FACTORES	OPORTUNIDADES			AMENAZAS			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
FACTORES COMPETITIVOS	Desarrollo de otras empresas				X			X		
	Atracción de nuevos clientes	X						X		
	Mejora de la calidad	X						X		
Total		2	0	0	1	0	0	3	0	0
Porcentaje		100%	0%	0%	100%	0%	0%	100%	0%	0%

CATEGORIA	FACTORES	OPORTUNIDADES			AMENAZAS			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
FACTORES GEOGRAFICOS	Ubicación						X	X		
	Vías de acceso						X	X		
	Condiciones climáticas y ambientales						X		X	
	Crecimiento poblacional		X					X		
	Ambiente interno para clientes y colaboradores	X						X		
Total		1	1	0	0	0	3	4	1	0
Porcentaje		50%	50%	0%	0%	0%	100%	80%	20%	0%

8.3.4.1. Cuadro resumen

Tabla N.16 resumen matriz poam

CATEGORIA	% TOTAL OPORTUNIDAD	OPORTUNIDADES			% TOTAL AMENAZA	AMENAZAS			IMPACTO		
		Alto	Medio	Bajo		Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
FACTORES ECONOMICOS	46%	100%	0%	0%	54%	14%	29%	57%	85%	8%	8%
FACTORES POLITICOS	33%	100%	0%	0%	67%	100%	0%	0%	67%	33%	0%
FACTORES SOCIALES	83%	100%	0%	0%	17%	100%	0%	0%	83%	17%	0%
FACTORES TECNOLOGICOS	67%	75%	25%	0%	33%	100%	0%	0%	67%	17%	17%
FACTORES COMPETITIVOS	67%	100%	0%	0%	33%	100%	0%	0%	100%	0%	0%
FACTORES GEOGRAFICOS	40%	50%	50%	0%	60%	0%	0%	100%	80%	20%	0%
PROMEDIO	56%	88%	13%	0%	44%	69%	5%	26%	80%	16%	4%

8.3.4.2. Análisis de las oportunidades

Según el análisis externo podemos ver que su mayor oportunidad se encuentra en el factor social, ya que el inglés es una lengua que se está volviendo indispensable y el sistema educativo actual no cumple con los estándares de calidad en su enseñanza, esto abre una puerta a la necesidad de instituciones como Interamerican, que implementaría su enseñanza de mano con la calidad atrayendo una mayor cantidad de clientes siendo esta una oportunidad de alto impacto en la institución.

8.3.4.3. Análisis de las amenazas

Las amenazas que afectan a Interamerican se ven más reflejadas en su ubicación y la inseguridad que existe en el sector, mientras que la amenaza que más impacto tendría sobre la institución sería el desarrollo de otras empresas que buscan quitarle su nicho de clientes y de mercado.

8.3.5. Análisis interno pci

Tabla N.17 matriz PCI

CATEGORIA	FACTORES FORTALEZA	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
CAPACIDAD ADMINISTRATIVA	Uso de análisis y planes estratégicos	X						X		
	Actualización y capacitación	X							X	
	Comunicación al interior de la empresa		X					X		
	Experiencia y conocimiento del sector	X						X		
	Personal calificado	X						X		
	Uso de Tics en la administración				X				X	
	Uso de planes de contingencia						X			X
	Capacidad para manejar fluctuaciones económicas			X					X	
	Capacidad para enfrentar la competencia	X						X		

	Sistemas de control de datos		X					X		
	Sistema de toma de decisiones	X						X		
	Visión estratégica organizacional bien definida					X		X		
	Planificación de la calidad					X		X		
Total		6	2	1	1	2	1	9	3	1
porcentaje		67%	22%	11%	25%	50%	25%	69%	23%	8%

CATEGORIA	FACTORES FORTALEZA	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
CAPACIDAD COMPETITIVA	Valores agregados al servicio	X						X		
	Lealtad y satisfacción del cliente	X							X	
	Participación en el mercado	X						X		
	Bajos costos de mercadeo	X						X		
	Portafolio de servicios	X								X
	Horarios ofrecidos									
	Reinversión en la institución	X						X		

	Barreras de entrada en el mercado		X						X	
	Potencial de crecimiento	X						X		
	Nombre reconocido	X						X		
	Administración de clientes	X						X		
	Servicio pos venta			X					X	
	Importancia de la opinión del cliente				X			X		
	No cuenta con sitio para parqueo de vehículos				X			X		
Total		9	1	1	2	0	0	9	3	1
porcentaje		82%	9%	9%	100%	0%	0%	69%	23%	8%

CATEGORIA	FACTORES FORTALEZA	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
CAPACIDAD FINANCIERA	Acceso a créditos		X						X	
	Capacidad de endeudamiento		X						X	
	Rentabilidad de la actividad		X					X		
	Habilidad para competir con precios		X					X		

	Estabilidad en gastos y costos		X						X	
Total		0	5	0	0	0	0	2	3	0
porcentaje		0%	100%	0%	0%	0%	0%	40%	60%	0%
CATEGORIA	FACTORES FORTALEZA	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
CAPACIDAD TECNOLÓGICA	Uso de Tics en las clases	X							X	
	Innovación con programas para estudiar				X			X		
	Equipos de última tecnología		X					X		
	Uso de Tics en la atención al cliente				X			X		
Total		1	1		2			3	1	
porcentaje		50%	50%	0%	100%	0%	0%	75%	25%	0%

CATEGORIA	FACTORES FORTALEZA	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
CAPACIDAD DEL TALENTO HUMANO	Nivel académico del recurso humano		X					X		
	Experiencia		X					X		
	Estabilidad ofrecida	X						X		
	Motivación		X					X		
	Grado de pertenencia	X						X		

	Nivel de remuneración	X						X		
	Retiros	X						X		
	Ambiente laboral	X						X		
Total		5	3					8		
porcentaje		63%	38%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%

CUADRO RESUMEN

Tabla N.18 Cuadro resumen matriz PCI

CATEGORIA	% TOTAL FORTALEZAS	% TOTAL DEBILIDADES	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
			Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
CAPACIDAD ADMINISTRATIVA	69%	31%	67%	22%	11%	25%	50%	25%	69%	23%	8%
CAPACIDAD COMPETITIVA	85%	15%	82%	9%	9%	100%	0%	0%	69%	23%	8%
CAPACIDAD FINANCIERA	100%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	40%	60%	0%
CAPACIDAD TECNOLÓGICA	50%	50%	50%	50%	0%	100%	0%	0%	75%	25%	0%
CAPACIDAD DEL TALENTO HUMANO	100%	0%	63%	38%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%
PROMEDIOS	81%	19%	52%	44%	4%	75%	17%	8%	71%	26%	3%

8.3.5.1. Análisis fortalezas:

Podemos ver que la empresa presenta muchas más fortalezas que debilidades de las cuales se podrían destacar tres aspectos claves como lo son:

- Su capacidad financiera ya que aunque en promedio sus fortalezas son de tipo medianas muy neutras debido a que tienen la capacidad económica para realizar grandes proyectos pero no se han generado entonces no se ha explotado esta capacidad.
- Su capacidad de talento humano debido a que tiene grandes fortalezas que pueden ser mejoradas motivando al personal y exigiendo más en el momento de la contratación lo cual podría generar un impacto muy grande en la institución.

8.3.5.2. Análisis debilidades:

El análisis PCI nos muestra que su mayor debilidad es la capacidad tecnológica debido a que hace falta implementar Tics hacia la atención al cliente y para brindar herramientas de aprendizaje dentro y fuera de la institución, adicionalmente hace falta realizar mejorar la atención al cliente.

8.3.6. Matriz dofa

Tabla N.19 matriz DOFA

FORTALEZAS		DEBILIDADES	
F1.	La institución realiza uso de análisis y planes estratégicos para la consecución de sus objetivos	D1.	No cuenta con una planificación de la calidad
F2.	Tiene una amplia experiencia y conocimiento del sector	D2.	Visión estratégica organizacional no está actualizada y solo tiene presente lo que pertenece a la parte institucional
F3.	Cuentan con personal calificado	D3.	No usa las Tics con sus estudiantes fuera de las aulas de clase y otras empresas ya las están implementando
F4.	Tienen una alta capacidad para enfrentar la competencia	D4.	No usa las Tics en la atención al cliente
F5.	Cuentan con una junta donde se evalúan las decisiones a tomar	D5.	Existe una escasa planeación de contingencias
F6.	El servicio cuenta con valores agregados	D6.	Hace falta dar más importancia a la opinión del cliente
F7.	La institución tiene una gran participación en el mercado	D7.	No cuenta con sitio para parqueo de vehículos
F8.	Realiza continuamente mejoras a la institución		
F9.	Cuenta con un amplio potencial de crecimiento		
F10.	Su nombre es reconocido en la ciudad de Fusagasugá		
F11.	Tiene una base de datos de clientes administración de clientes		

F12.	Ofrece estabilidad laboral		
F13.	Sus colaboradores tienen sentido de pertenencia con la institución		
F14.	el nivel de remuneración a los colaboradores está por encima del promedio		
F15.	La empresa tiene poca casi nula rotación de colaboradores		
F16.	El ambiente laboral es agradable		

OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
O1.	Obtener una mayor participación económica	A1.	Expansión del mercado
O2.	Realizar convenios con otras empresas	A2.	Cambios en la reglamentación
O3.	El crecimiento del nicho de clientes permitirá aumentar la clientela (jóvenes, colegios, escuelas, universidades)	A3.	Inseguridad y delincuencia en el sector
O4.	Fidelización de clientes	A4.	Resistencia al cambio tecnológico
O5.	incrementar la calidad del servicio	A5.	Desarrollo de otras empresas
O6.	Entrar a mejorar el sistema educativo y nivel de educación en las instituciones del gobierno	A6.	Competencia desleal
		A7.	Inflación
O7.	Promover la importancia del inglés como segunda lengua		
O8.	Obtener mayor reconocimiento en el municipio		

O9.	Satisfacer las nuevas necesidades del cliente		
O10.	Desarrollo de presencia en internet, redes sociales y comercio electrónico		
O11.	Nuevos clientes nuevos mercados por medio de comercio electrónico		
O12.	Implementación tecnológica en los procesos de administración		
O13.	Atracción de nuevos clientes por medio de la calidad		
O14.	Mejorar ambiente del ambiente interno para clientes y colaboradores		

8.3.7. Estrategias

Tabla N.20 estrategias DOFA

ESTRATEGIA D.O.	ESTRATEGIA F.O.
<ul style="list-style-type: none"> • D1O1- Ampliación del nicho de mercado por medio del internet. • D2O2- Mayor satisfacción al cliente mejorando la calidad del servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • F1O3- Usar la metodología usada por los docentes como medio para obtener reconocimiento y ventaja ante las demás empresas. • F2O2- Mejorar la calidad del servicio, ofreciendo un servicio

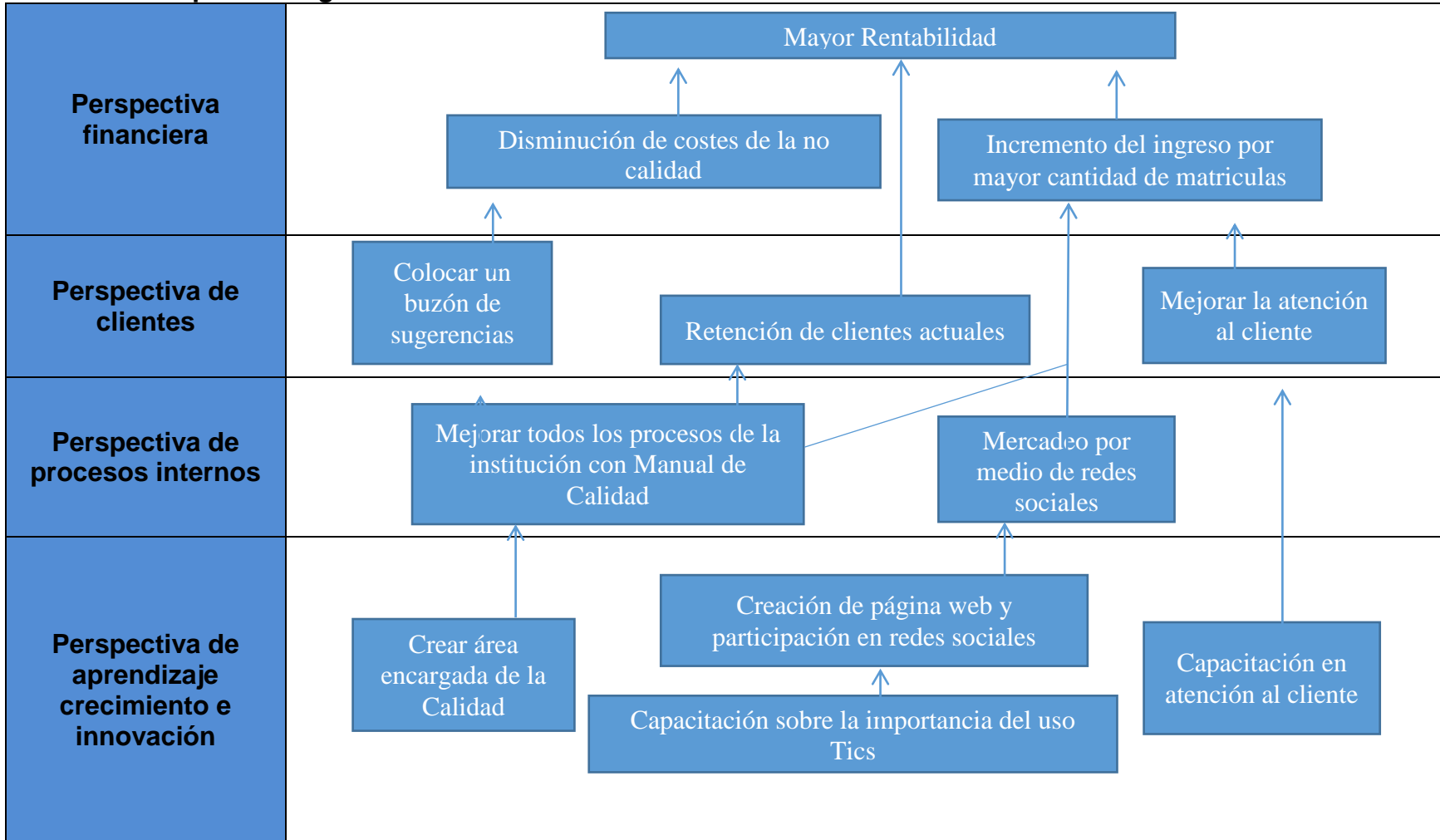
<ul style="list-style-type: none"> • D3O3- Implementar políticas de calidad aplicando las normas ISO, obteniendo un reconocimiento y una ventaja comparativa con la competencia. • D4O4- Implementación tecnológica que permita mejorar los procesos. • D5O4- Hacer uso del internet para lograr mayor flexibilidad para ver los núcleos temáticos. • D6O2- Mejorar los procesos de atención al cliente. 	<p>aún más personalizado.</p> <ul style="list-style-type: none"> • F3O5- Usar la buena imagen de la empresa para el lanzamiento de nuevos productos y servicios. • F4O2- Usar la excelente estructura organizacional con el fin de obtener certificación en calidad. • F5O6- Obtener mayor cantidad de convenios al estar cubiertos por todos los reglamentos de la ley. • F6O4- Realizar innovación tecnológica.
--	---

ESTRATEGIA F.A.	ESTRATEGIA D.A.
<ul style="list-style-type: none"> • F1A1- Usar la metodología única y eficaz como método para ganar una ventaja competitiva con otras empresas del sector. 	<ul style="list-style-type: none"> • D1A2- Usar el internet buscando dar una mejor atención al cliente. • D2A1- Atención de quejas, reclamos y recomendaciones

<ul style="list-style-type: none"> • F2A2- Usar la atención personalizada como un método en el cual se puedan satisfacer todas las inquietudes o necesidades del cliente. • F3A4- Atrapar el mayor porcentaje de clientes o de mercado por medio del” Good will” • F4A3- Estar al tanto de los cambios políticos y de las leyes que puedan afectar el funcionamiento de la empresa para que no afecten su funcionamiento. • F5A3- Estar siempre a la vanguardia en los requerimientos de funcionamiento. • F6A4- Innovar en actividades de mercadeo para la obtención de clientes. 	<p>que permitan llevar un plan de mejoramiento que permita superar a la competencia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • D3A2- Crear o mejorar las políticas de servicio al cliente. • D4A2- Implementar normas de calidad que busquen satisfacción del cliente. • D5A4- Ofrecer otras formas de ver los núcleos temáticos para ganar más clientes. • D6A2- Implementar procesos de calidad que mejoren la velocidad de atención.
---	--

8.3.8. Mapa estrategico

Tabla N.21 mapa estrategico



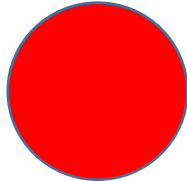
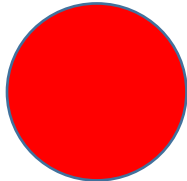
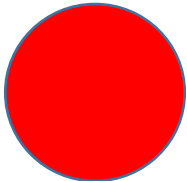
8.3.9. Balanced score card

Tabla N.22 de Balanced score card

Rojo= Minimo

Amarillo= Sistema de alarma

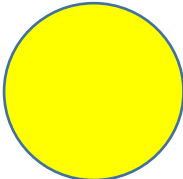
Verde= Sobresaliente

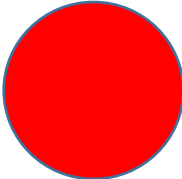
Perspectiva de aprendizaje, crecimiento, innovación					
Objetivo	Estrategia	Acción	Unidad de medida	Semáforo	Medidor
Crear arrea encargada de la Calidad	D4A2- Implementar normas de calidad que busque satisfacción del cliente.	Asignar responsabilidades al área administrativa para manejar el área de calidad ⁹	Nivel de satisfacción de los usuarios		Encuesta de satisfacción
Capacitación sobre la importancia del uso Tics	D4O4- Implementación tecnológica que permita mejorar los procesos.	Sistematizar la información ¹⁰	Número de quejas en los procesos por los funcionarios		Quejas en los procesos
Creación de página web y participación en redes sociales	D1O1- Ampliación del nicho de mercado por medio del internet	Crear página web y presencia en redes sociales. ¹¹	Número de visitas y likes		Campañas publicitarias

⁹ Ya se asignó responsabilidad al director del área administrativa y por esta razón el semáforo cambiario a color amarillo.

¹⁰ Se les dio a entender la importancia de las Tics en la organización y ya se está empezando a sistematizar la información con esto el semáforo cambiario a color amarillo.

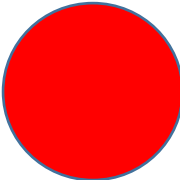
¹¹ La creación de la página web está en proceso y ya se está implementando la presencia en redes sociales por esta razón el semáforo cambiaria a color amarillo.

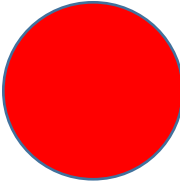
Capacitación en atención al cliente	D3A2- Crear o mejorar las políticas de servicio al cliente.	Diseñar proceso de atención al cliente ¹²	Número de clientes nuevos y número de deserciones		Encuesta de satisfacción y revisión de historial de ventas
-------------------------------------	---	--	---	---	--

Perspectiva de procesos internos					
Objetivo	Estrategia	Acción	Unidad de medida	Semáforo	Medidor
Mejorar todos los procesos de la institución con el Sistema de Gestión de Calidad	D3O3- Implementar políticas de calidad aplicando las normas ISO, obteniendo un reconocimiento y una ventaja comparativa con la competencia.	Elaboración de Manual de Calidad ¹³	Nivel de satisfacción de los usuarios		Encuestas de satisfacción

¹² Con el manual de calidad ya se han diseñado los procedimientos lo que cambiaría el color del semáforo a verde.

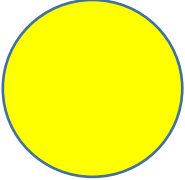
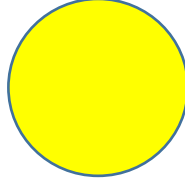
¹³ Ya se elaboró el manual de calidad el cual se anexa como documento aparte ya que es un documento para la institución, por esta razón el semáforo cambiaría a color amarillo.

Mercadeo por medio de redes sociales	F6A4- Innovar en actividades de mercadeo para la obtención de clientes.	Promocionar la institución por medio de redes sociales ¹⁴	Nuevos clientes contactados por redes sociales		Revisión historial de ventas de la empresa
--------------------------------------	---	--	--	---	--

Perspectiva de clientes					
Objetivo	Estrategia	Acción	Unidad de medida	Semáforo	Medidor
Colocar un buzón de sugerencias	D2A1- Atención de quejas, reclamos y recomendaciones que permitan llevar un plan de mejoramiento que permita sobrepasar a la competencia.	Colocar buzón de sugerencias en lugar concurrido ¹⁵	Peticiones resueltas		Peticiones buzón de sugerencias

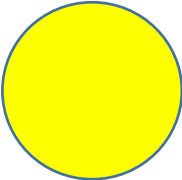
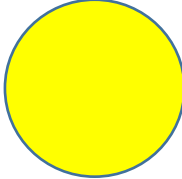
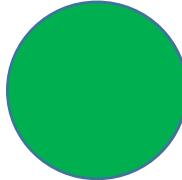
¹⁴ Actualmente se ha empezado a realizar promoción por medio de redes sociales y ya está dando frutos, por esta razón el semáforo cambiaría a color amarillo.

¹⁵ Ya se realizó instalación del buzón de sugerencias, por esta razón el semáforo cambiaría a color amarillo.

Retención de clientes actuales	D2O2- Mayor satisfacción al cliente mejorando la calidad del servicio.	Analizar las necesidades del cliente y mejorar en base a ellas ¹⁶	Número de estudiantes que desertan y nivel de satisfacción		Historial de estudiantes que desertan y Encuestas de satisfacción
Mejorar la atención al cliente	D6O2- Mejorar los procesos de atención al cliente.	Diagnosticar atención al cliente ¹⁷	Percepciones positivas del cliente		Encuestas de satisfacción

¹⁶ Actualmente ya se realizó una encuesta de satisfacción y en base a ella se está mejorando el nivel de satisfacción del cliente sin embargo aún hace falta tener en cuenta más la opinión y necesidades de la comunidad por lo cual no cambiaría aun

¹⁷ Esta se realizó con la encuesta de satisfacción con la opinión del usuario.

Perspectiva financiera					
Objetivo	Estrategia	Acción	Unidad de medida	Semáforo	Medidor
Disminución de costes de la no calidad	F5O6- Obtener mayor cantidad de convenios al estar cubiertos por todos los reglamentos de la ley.	Realizar convenios con otras organizaciones ¹⁸	Número de convenios realizados		Revisión de historial de convenios de la empresa
Incremento del ingreso por mayor cantidad de matriculas	F3A4- Atrapar el mayor porcentaje de clientes o de mercado por medio del "Good will"	Mantener un buen Good will por medio de las estrategias relacionadas anteriormente ¹⁹	Número de clientes nuevos obtenidos por voz a voz		Revisión de historial de ventas de la empresa
Mayor Rentabilidad	F1A1- Usar la metodología única y eficaz como método para ganar una ventaja competitiva con otras empresas del sector.	Mostrar a los clientes potenciales los pilares de ventaja competitiva a comparación con otras instituciones	Número de clientes nuevos		Revisión de historial de ventas de la empresa

¹⁸ Actualmente InterAmerican cuenta con convenios como por ejemplo: mira, cootradecun, el colegio la presentación, y tiene proyectos para ampliar su número de convenios con lo cual alcanzaría el color verde en el semáforo.

¹⁹ InterAmerican cuenta con un buen Good Will en la comunidad de Fusagasugá, este debe ser cuidado por medio de la calidad y también debe ser usado como medio para alcanzar una mayor cantidad de clientes, al lograr realizar este objetivo el color del semáforo cambiaría a verde.

8.4. CAPITULO 4: DEFINIR SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD

Se realizó un análisis de la institución a través del diagnóstico organizacional (ANEXO N1) y la matriz DOFA, en el cual se detectó como una debilidad de la empresa el no contar con la planeación de la calidad, no existe una planeación formal o documentada y tampoco existe evidencia de los esfuerzos que la empresa realiza por asegurar la calidad de su servicio. Para atender la debilidad establecida se planteó la estrategia un crear el manual de calidad que sea acorde a las necesidades actuales de la empresa y sus usuarios y para esto es necesario definir el sistema de gestión de la calidad según NTC 5555 “sistemas de gestión de la calidad para instituciones de formación para el trabajo”.

Los pasos del procedimiento fueron los siguientes:

1. Realizar el plan de trabajo para la construcción del SGC
2. Elaborar plan de acción para implantar la etapa de diseño del SGC
3. Determinar el alcance
4. Desarrollo de la política de calidad y sus objetivos
5. Identificar los procesos
6. Elaboración del mapa estratégico de procesos
7. Construcción de los instructivos
8. Elaborar el manual de calidad

8.5. CAPITULO 5: ELABORACION DE MANUAL DE CALIDAD

Se tomó como base la información definida en el SGC para elaborar un manual de calidad que cumpla con los requisitos establecidos en la NTC 5580 “programas de formación para el trabajo en el área de idiomas”. (ANEXO N3.)²⁰

Para esto el manual de calidad debe cumplir con los siguientes requisitos:

1. Denominación
2. Justificación
3. La organización curricular
4. El Personal docente
5. Los procesos relacionados con los estudiantes y egresados
6. La organización administrativa
7. La evaluación y mejoramiento continuo

²⁰ Manual de Calidad diseñado para InterAmerican, documento aparte para entregar a la institución y resultado de la investigación.

9. RECURSOS

9.1. RECURSOS HUMANOS

Los recursos humanos que se involucraron en el proyecto son:

- El responsable del proyecto
- Los dueños o directores de la empresa.

9.2. RECURSOS MATERIALES

Los recursos materiales necesarios para la realización del proyecto son:

- 1) Computadora con procesador de texto y software para análisis estadísticos de los datos.
- 2) Impresora y copiadora con hojas de papel blanco y cartuchos de tinta.
- 3) Lápices, esferos y borradores.
- 4) Energía eléctrica para el equipo de cómputo
- 5) Servicio de transporte
- 6) Conexión a internet y línea telefónica
- 7) Buzón de sugerencias

10.PRESUPUESTO

Tabla N.23 de presupuesto

ITEMS	PRESUPUESTO
Capacitación importancia de las Tics	100.000
Capacitación en Norma Iso 9001	100.000
Puesta en marcha de SGC	1.200.000
Página web	400.000
Capacitación de atención al cliente	100.000
Buzón de sugerencias	70.000
TOTAL	1.970.000

11. IMPACTO DEL PROYECTO

11.1. Impacto social

- El índice de calidad de vida de Fusagasugá (76,8) está por encima del promedio departamental (67,5) y nacional (70,8). (Evaluación de la gestión de las finanzas de los municipios de Soacha, Fusagasugá, Chía, Zipaquirá)²¹
- El porcentaje de población en edad productiva (15 a 65 años) asciende a 59,4%, porcentaje similar al de Cundinamarca (60,14%) La población de menos de 15 años representa el 34,28%, en tanto que la población económicamente activa representa el 48% de la población en edad de trabajar. (Plan Económico para la competitividad de Fusagasugá)²²
- En el ICFES al promediar el porcentaje de estudiantes por rango de notas para el núcleo común de estudios de competitividad en el grado de conocimiento de inglés, Los resultados del ICFES muestran que el 95,9% de los participantes en la prueba obtuvieron un puntaje inferior a 50 puntos, lo cual corresponde al rango medio bajo. (Plan Económico para la competitividad de Fusagasugá)
- El número de estudiantes por docentes es uno de los indicadores utilizados internacionalmente para medir la calidad de la educación. Se supone que cuanto mayor sea el número de alumnos que le correspondan a cada profesor, menor es el tiempo que le puede dedicar a cada uno, afectándose tanto la capacidad de transmitir el conocimiento, como la calidad de la enseñanza. (Plan Económico para la competitividad de Fusagasugá)

²¹ Evaluación de la gestión de las finanzas de los municipios de Soacha, Fusagasugá, chia,zipaquirá http://empresario.com.co/recursos/page_flip/compromiso_colectivo/Evaluacion_gestion_finanzas_4_municipios/files/assets/basic-html/page24.html

²²http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2924/655_2005_8_23_11_38_36_Plan_Fusa.pdf?sequence=1&isAllowed=yhttp://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2924/655_2005_8_23_11_38_36_Plan_Fusa.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Respecto a la educación superior, en Fusagasugá funcionan seis instituciones universitarias: la Universidad de Cundinamarca, la Escuela Superior de Administración Pública, la Escuela de Patrulleros, ICFEF, la Universidad Santo Tomás y la Antonio Nariño. En cuanto a la educación no formal para adultos se cuenta con un centro del Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA, y 15 centros de educación no formal o informal de carácter privado (POT 2000). Las universidades del municipio cubren una parte de la demanda de otros municipios de la provincia de Sumapaz y del departamento de Cundinamarca (POT, 2000; Plan de Desarrollo, 2001-2003). .(Plan Económico para la competitividad de Fusagasugá)

El proyecto pretende mejorar la calidad de vida tanto del cliente externo como el interno, el interno ofreciéndole oportunidad laboral con una buena remuneración que sea congruente al trabajo realizado, y al externo gracias a la calidad educativa que permitirá mejorar sus competencias lo cual les permitirá obtener un mejor futuro laboral.

11.2. Impacto económico

- Interamerican pertenece al sector terciario de servicios educativos privados el cual viene demostrando un acelerado crecimiento en el Departamento de Cundinamarca ya que desde el año 2.000 al 2009 ha pasado de entregar un valor agregado a la economía de 1,566 a 3,613 en miles de millones de pesos contribuyendo así al PIB. (FUENTE : DANE – Cuentas Departamentales, Oct, 2011)²³
- Fusagasugá es el segundo municipio más grande en población con 108.949 habitantes en el 2005, para el año 2010 presentó una población de 121.535 habitantes, lo que refleja un crecimiento en su población si lo

²³https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/departamentales/B_2005/Resultados_cambios_metodologicos.pdf

comparamos con los 108.949 reportados en el 2005, para el 2007 la participación en el valor agregado del sector fue del 11.3% en Fusagasugá y para el 2009 su economía ocupaba el décimo lugar en Cundinamarca. (FUENTE : DANE – Cuentas Departamentales, Oct, 2011)

- Sus habitantes crecen a una tasa del 3% (cálculo intercensal 1993-2005) – cifra por encima del promedio departamental (1.63% anual). A pesar de ello, el municipio pareciera no haber despegado en su desarrollo. En su tejido empresarial no hay grandes empresas ni proyectos que impulsen la generación de empleo. (FUENTE : DANE – Cuentas Departamentales, Oct, 2011)²⁴
- Respecto a su nivel económico el análisis de la estratificación urbana en el año 2000 nos muestra que de las viviendas estratificadas, el 18% de sus habitantes pertenecía al estrato 1, el 33% al estrato 2 en donde se encuentra la mayoría, el 28% al estrato 3, el 19% al estrato 4 y solo el 2% pertenecen al estrato 5 y 6. (Plan Económico para la competitividad de Fusagasugá)

El proyecto pretende mejorar la calidad de la educación y con esto generar además empleo de calidad, se centrara en mejorar el servicio y su propuesta educativa para que sea asequible para estratos 2 en el cual se encuentra la mayoría de la población fusagasugueña, lo cual le permitirá seguir creciendo y podrá contribuir a mejorar el gasto realizado en la economía, gracias al trabajo y a la contribución en mayor medida al PIB.

11.3. Impacto cultural

Los hombres son **seres sociales** que necesitan relacionarse y formar grupos con otros seres humanos. Este proceso de **socialización** de los individuos ha llevado a la formación en un largo proceso histórico de distintas **civilizaciones**, grandes grupos humanos con distintas formas de **cultura**.

²⁴https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/departamentales/B_2005/Resultados_cambios_metodologicos.pdf

La cultura incluye unas ciertas costumbres, normas y reglas sobre la manera de ser, comportarse, vestirse. También incluye la religión y el sistema de creencias. (Fraile)²⁵

Actualmente la cultura fusagasugueña ha venido cambiando, cada vez más se ha visto la necesidad de aprender el idioma inglés sin embargo muchas personas ya lo han intentado, han estudiado en instituciones y no han logrado su propósito, esto ha hecho que la población se esté volviendo un poco esquiva a las instituciones de inglés.

El proyecto busca satisfacer esta necesidad de una forma en la cual el usuario logre de verdad aprender el idioma y este satisfecho con el servicio ofrecido, buscando transformar la población fusagasugueña en la cuna para una futura población bilingüe.

Ser positivo en la cultura fusagasugueña, ya que busca implantar el inglés como una necesidad, y cambia la mentalidad del fusagasugueño que piensa que aprender inglés es algo casi imposible de lograr, ya que con el programa que ofrece InterAmerican de verdad lograrán aprender inglés y la política de calidad impulsará a que cada vez más personas se animen a aprender el idioma, tornando en Fusagasugá a futuro como una ciudad con un amplio número de personas que sean bilingües.

11.4. Impacto ambiental

Fusagasugá cuenta con una gran riqueza hídrica sin embargo las que atraviesan la ciudad y el sector de chinata en su mayoría se encuentran contaminadas, además es un municipio rico en recursos naturales sin embargo tiene problemas por deforestación y graves fallas geológicas. (Fusagasuga)²⁶

²⁵ Recursos de educación:

http://recursostic.educacion.es/secundaria/edad/3esohistoria/quincena7/quincena7_contenidos_1a.htm

²⁶ Documento en página de Fusagasugá en asociación con la Universidad de Cundinamarca:

<http://www.fusagasuga.com.co/oldsite/index.php/pot-fusagasuga/697-fusagasuga-ciudad-jardin-de-colombia>

Interamerican actualmente usa mucho papel, en todas las áreas de la empresa, la gestión de los procesos permitirá manejar mejor la información que cada una de estas usa, sistematizando la información y de esta forma disminuyendo el uso de papel y realizando un mejor manejo de los elementos residuales, promoviendo en sus estudiantes y en la comunidad la responsabilidad ambiental por medio del ejemplo y buen manejo dentro de la institución.

12. CONCLUSIONES

Concluido el proceso diagnostico se pudo evidenciar que la institución no se encuentra muy bien en la parte de calidad ya que no ha implementado aun la norma sin embargo en sus demás áreas se encuentra bien, para solucionar esta falencia se realiza la implementación del manual de calidad, la asesoría a los directivos, la encuesta de satisfacción y benchmarking, dando así los primeros pasos en el tema de la calidad en la institución.

La encuesta de calidad y benchmarking nos dejó en evidencia que hay cosas que mejorar, en la encuesta dejo claro que aunque en su gran mayoría los usuarios están satisfechos siendo el 96%, hay que dar un poco más de atención a las actividades culturales y al proceso de atención de quejas y reclamos, y en el benchmarking que hay que mejorar la atención al cliente y el impacto visual de las instalaciones.

Vemos que Interamerican tiene una gran oportunidad de mejorar su calidad y así poder penetrar el mercado, satisfaciendo la necesidad que tiene la comunidad de instituciones de alta calidad, una de sus grandes amenazas era la inseguridad del sector ya que estaba ubicada en el centro, sin embargo este problema ya fue solucionado cambio la ubicación de la institución a un sector muy seguro de la ciudad que además la posiciona cerca de un mercado potencial, la Universidad de Cundinamarca, entre sus mayores fortalezas se encuentra su capacidad financiera ya que cuenta con solvencia económica y en su talento humano ya que cuentan con un buen equipo de trabajo y por último en sus debilidades se ve que hace falta por implementar el uso de Tics y mejorar la atención al cliente las cuales buscan solucionarse implementando el uso de la página web y el manual de calidad. (Se anexa Manual de Calidad).

Gracias a la concientización los directivos se han comprometido a realizar las mejoras propuestas en el Balanced score card, ya se habla de calidad en la institución por medio de formatos y la medición de estos, también se está diseñando la página web y ya se está realizando mercadeo por medio de redes sociales.

El proceso de certificación en normas ISO 9001 es un proceso extenso de mejoramiento continuo el cual busca mejorar la calidad de las empresas para prestar sus servicios, Interamerican a pesar de ser la institución más antigua prestando servicios en el área del aprendizaje del idioma inglés, no había implementado aun la norma, y a pesar de que mantienen una forma organizada de trabajo, no habían implementado una política ni habían realizado procesos que busquen la mejora de la calidad.

Por medio del proyecto se están dando los primeros pasos en la gestión de la calidad y este ha entregado las herramientas necesarias que necesita la institución para empezar a implementar la norma, por medio de la implementación y con el plan de mejoramiento continuo se seguirán mejorando los procesos lo que permitirá que más adelante la empresa pueda alcanzar la certificación, la cual traerá muchos beneficios adicionales para la institución.

13.RECOMENDACIONES

El área directiva debe comprometerse en un 100% en aplicar el Sistema de Gestión de Calidad y actualizarlo según las necesidades mejorará, así como de realizar planes de acción que permitan a la empresa seguir mejorando, ya que aunque tienen muchas ventajas comparativas, la competencia es muy fuerte y si se descuida puede adueñarse del mercado.

El análisis del benchmarking es una herramienta importante a seguir implementando así como las encuestas de calidad, estas dos deberían de realizarse una vez al año junto con el diagnóstico organizacional interno y externo, para poder identificar los cuellos de botella que tenga la empresa en el momento y seguir mejorando cada día.

14. ANEXOS

ANEXO N 1 - DIAGNOSTICO ORGANIZACIONAL

N	GESTIÓN DE LA PRODUCCIÓN	
1	¿La empresa cuenta con un plan de producción? (Objetivos, metas, estrategias para los bienes o servicios que produce)	SI
2	¿La empresa conoce cuál es su capacidad de producción real y efectiva?	SI
3	¿La empresa conoce cuales son las fallas o dificultades durante su proceso productivo, (operaciones que limitan su capacidad productiva)?	SI
4	¿La empresa cuenta con métodos de producción que estén en la capacidad de entregar los productos a sus clientes en el tiempo requerido?	SI
5	¿En la empresa existe rotación optima de inventarios de materias primas (FIFO - primero en entrar primero en salir)?	SI
6	¿La empresa tiene información constante sobre la cantidad de inventario que posee y sabe cuál es el valor de sus stocks (unidades de inventario para la venta)?	SI
7	¿La empresa cuenta con una distribución de planta, equipos, mobiliario, distribución de áreas de trabajo, conforme a la reglamentación existente para el sector?	SI
8	¿En la empresa existe un programa de mantenimiento definido para instalaciones, vehículos, maquinaria y equipos?	SI
9	¿La empresa selecciona y evalúa los proveedores tomando en cuenta criterios de calidad, producción, oportunidad y precio de la materia prima?	SI
10	¿La empresa cuenta con programas de gestión ambiental?	NO

N	GESTIÓN FINANCIERA	
1	¿La empresa cuenta con libros de contabilidad y/o libro fiscal de operaciones? (libro diario)	SI
2	¿La empresa tiene en cuenta ingresos, gastos, costos e inversiones?	SI
3	¿La empresa tiene en cuenta flujo de caja, ventas proyectadas, costo de oportunidad?	SI
4	¿La empresa cuenta con estados financieros (Estados de Resultado, Balance General)	SI
5	¿La empresa cuenta con indicadores financieros (utilidad, rentabilidad, liquidez)?	SI
6	¿La empresa analiza periódicamente sus estados financieros e indicadores?	SI
7	¿Cada uno de sus activos fijos, maquinaria, equipos, herramientas, mobiliario, equipo de oficina; están debidamente registrados en documento escrito? (inventarios)	SI

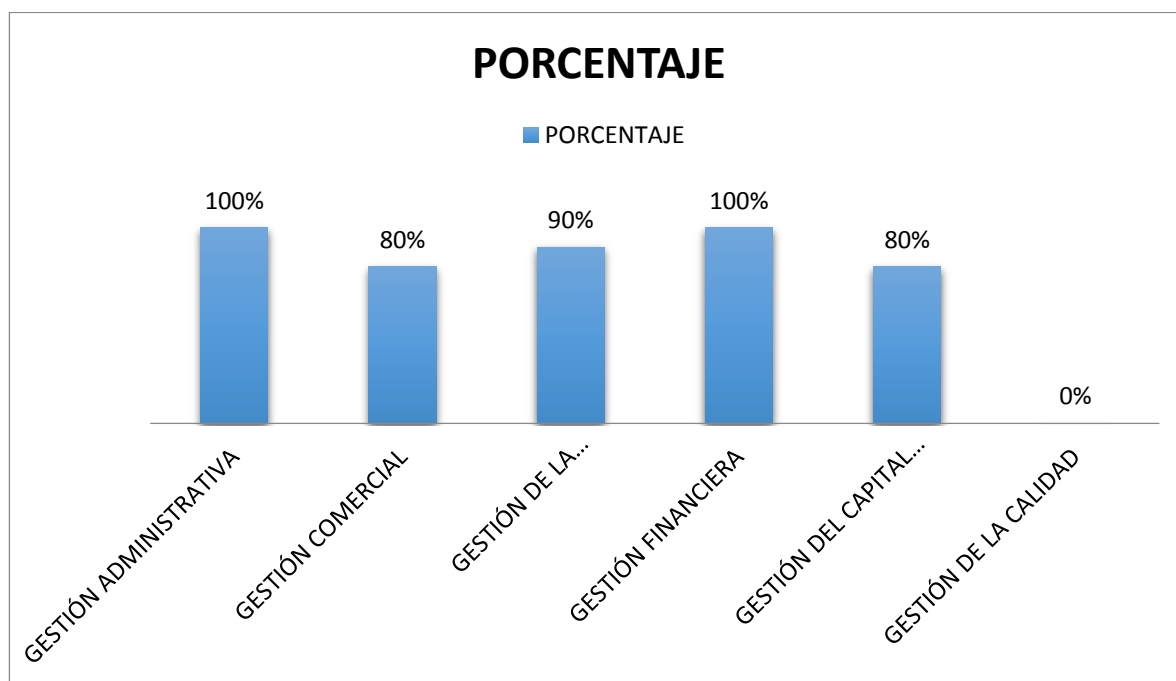
8	¿La empresa hace periódicamente cálculos de su punto de equilibrio y margen operacional? (UTILIDAD OPERACIONAL/INGRESOS OPERACIONALES*100)	SI
9	¿La empresa cuenta con una estructura humana necesaria para administrar los asuntos financieros? (contador, revisor fiscal, auxiliar de contabilidad, etc.)	SI
10	¿La empresa posee una estructura de crédito estructurada y se revisa periódicamente para efectos de cobranzas y recuperación de cartera?	SI

N	GESTIÓN DE CAPITAL HUMANO	
1	¿La empresa tiene un plan de gestión del talento humano? (administración del talento humano y modelos metodológicos de instrumentación de las competencias laborales)	SI
2	¿La empresa cuenta con protocolo de contratación para sus nuevos colaboradores?	SI
3	¿La empresa recurre a entidades (bolsa de empleo, entidades de formación), para la contratación del personal?	SI
4	¿La empresa cuenta con un programa de formación y capacitación para los colaboradores? (inducción, entrenamiento y actualización)	SI
5	¿La empresa proporciona al equipo y/o área comercial la motivación para favorecer el cumplimiento de los objetivos del plan de ventas, valores e identidad corporativa?	SI
6	¿La empresa cuenta con un plan de ascenso para sus colaboradores?	NO
7	¿La empresa hace uso óptimo de los recursos (humanos, técnicos, tecnológicos, infraestructura) necesarios para favorecer el desarrollo óptimo de la gestión Comercial?	SI
8	¿La empresa aplica métodos de evaluación y control en el desarrollo y ejecución de planes de venta y desempeño de los miembros del equipo comercial?	SI
9	¿La empresa cuenta con un plan de incentivos para con sus colaboradores (que fomente la integración y recreación)?	SI
10	¿La empresa realiza evaluación de clima organizacional?	NO

N	GESTIÓN DE LA CALIDAD	
1	¿La empresa cuenta con algún sistema que verifique la calidad?	No
2	¿La empresa implementa alguna norma de calidad (NTC o ISO)?	No
3	¿La empresa involucra al capital humano en la gestión de la calidad?	No
4	¿La empresa cuenta con una política de calidad definida general o según el área de la empresa?	No
5	¿La empresa trabaja bajo el ciclo P-H-V-A ? (planear, hacer, verificar, actuar)	No
6	¿La empresa identifica actividades laborales por procesos productivos ?	No

	(dirección, misionales, apoyo)	
7	¿La empresa identifica los documentos que soportan los procesos productivos? (procedimientos, registros, formatos, fichas técnicas, instructivos, etc.)	No
8	¿La empresa hace seguimiento al proceso de producción basado en estándares de calidad?	No
9	¿La empresa ejecuta acciones correctivas en los problemas de gestión de la calidad?	No
10	¿La empresa realiza mejora continua ante los problemas o dificultades que se presentan en la organización?	No

INDICADORES DE MEDICION POR AREA		
AREA	PORCENTAJE	ESTADO
GESTIÓN ADMINISTRATIVA	100%	Buena situación
GESTIÓN COMERCIAL	80%	Buena situación
GESTIÓN DE LA PRODUCCIÓN	90%	Buena situación
GESTIÓN FINANCIERA	100%	Buena situación
GESTIÓN DEL CAPITAL HUMANO	80%	Buena situación
GESTIÓN DE LA CALIDAD	0%	Situación en riesgo



ANEXO N 2 - ENCUESTA DE SATISFACCION

ENCUESTA DE SATISFACCION INTERAMERICAN 2016

Nuestro compromiso es brindar un servicio educativo de calidad, y para lograrlo su opinión es de máxima importancia, agradecemos la información que pueda suministrar, lo cual se reflejara en beneficios para la institución y mejora del servicio que presta. Muchas Gracias

Usted

es: ___ Padre de familia
 ___ Estudiante
 ___ Docent
 ___ e

A continuación, marque con una X su nivel de satisfacción siendo 1 "Muy insatisfecho" y 4 "Muy satisfecho"

GESTION ACADEMICA	CRITERIOS	1	2	3	4	Porque
	Metodología empleada en el proceso de enseñanza					
	Proceso de evaluación de aprendizaje					
	Recursos didácticos y tecnológicos con que cuenta la institución					
	Nivel de conocimiento que muestran los docentes					
GESTION SOCIAL	CRITERIOS	1	2	3	4	Porque
	Atención brindada a los estudiantes					
	Actividades culturales o artísticas desarrolladas					
	Ambiente de aprendizaje					
Manejo de conflictos institucionales						
GESTION ADMINISTRATIVA	CRITERIOS	1	2	3	4	Porque
	Estado de la planta física (piso-techo-paredes)					
	Trato recibido por los diferentes colaboradores de la institución					

	Mantenimiento de la planta física (Limpieza)					
	Proceso de atención y solución de quejas y reclamos					

SUGERENCIAS Y/O COMENTARIOS

15. BIBLIOGRAFIA

- calidad, H. p. (2008). *Herramientas para sistemas de calidad*. Recuperado el 10 de Febrero de 2016, de Herramientas para sistemas de calidad:
<http://www.normas9000.com/que-es-iso-9000.html>
- Carlos Lopez, A. d. (11 de Noviembre de 2001). *Gestiopolis*. Recuperado el 26 de Febrero de 2016, de Gestiopolis: <http://www.gestiopolis.com/las-normas-iso-9000/>
- Educacion, M. d. (2007). *Normas N.3 Educacion para el trabajo y desarrollo humano*. diciembre: Ministerio de Educacion.
- FOMENTO, M. D. (Mayo de 2005). *Fomento*. Recuperado el 21 de Septiembre de 2016, de Fomento: <http://www.fomento.gob.es/nr/rdonlyres/67a6628e-0632-4a3c-a632-dde84eea6caa/19422/iva1.pdf>
- Fraile, R. B. (s.f.). *Recursos de educacion*. Obtenido de Recursos de educacion:
http://recursostic.educacion.es/secundaria/edad/3eso/historia/quincena7/quincena7_contenidos_1a.htm
- Fusagasuga, U. d. (s.f.). *Fusagasuga*. Obtenido de Fusagasuga:
<http://www.fusagasuga.com.co/oldsite/index.php/pot-fusagasuga/697-fusagasuga-ciudad-jardin-de-colombia>
- Garzon, M. C. (Junio de 2004). *Evaluacion de la gestion de las finanzas de los municipios de soacha, fusagasuga, chia , zipaquira*. Obtenido de Empresario.com.co.
- ISO. (2008). *ISO*. Recuperado el 11 de Septiembre de 2016, de ISO:
<http://www.iso.org/iso/home/about.htm>
- Lira, R. P. (2012). *Tesis Manual de Calidad para una empresa de mantenimiento industrial*. Andalucia: Universidad de sevilla.

	MANUAL DE CALIDAD	VERSION: 1.0
		FECHA: 4 de Octubre de 2016
		CODIGO: GCM1-1

Contenido

INTRODUCCIÓN.....	3
1 SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD	3
1.1. Política de calidad	3
1.2. Objetivos de la calidad	3
1.3. Alcance	4
1.4. Mapa estratégico de procesos.....	4
1.4.1. Procesos estratégicos.....	5
1.4.2. Procesos misionales	7
1.4.3. Procesos de apoyo	9
2. MANUAL DE CALIDAD	15
2.1. Objeto y campo de aplicación.....	15
2.2. Referencias normativas	15
2.3. Términos y definiciones	16
2.4. Requisitos de la calidad.....	19
2.4.1. Denominación	19
2.4.2. Justificación.....	20
2.4.3. Organización curricular	20
2.4.3.1. Perfiles de Ingreso.....	20
2.4.3.2. Perfiles de Egreso.....	20
2.4.3.3. Planes de Estudio	21
2.4.4. El personal docente	24
2.4.4.1. Competencias del personal docente.....	24
2.4.4.2. Distribución de la asignación académica para el personal docente	25
2.4.4.3. Evaluación Docente.....	25
2.4.5. Procesos relacionados con estudiantes	25
2.4.5.1. Reconocimiento de aprendizajes previos	26
2.4.5.2. Certificados de reconocimiento	26
2.4.5.3. Certificación de reconocimiento internacional.....	26
2.4.5.4. Seguimiento de egresados	26

	MANUAL DE CALIDAD	VERSION: 1.0
		FECHA: 4 de Octubre de 2016
		CODIGO: GCM1-1

2.4.6.	La organización administrativa	26
2.4.6.1.	Infraestructura	26
2.4.6.2.	Sistema de Información	27
2.4.6.2.1.	Para los estudiantes	27
2.4.6.2.2.	Para docentes, facilitadores o tutores	27
2.4.6.2.3.	Del Programa	27
2.4.7.	Sostenibilidad	28
2.4.8.	Evaluación y mejoramiento continuo	29
2.4.8.1.	Evaluación de los programas	29
2.4.8.2.	Evaluación de la satisfacción del cliente	29
2.4.8.3.	Mejoramiento continuo	29

	MANUAL DE CALIDAD	VERSION: 1.0
		FECHA: 4 de Octubre de 2016
		CODIGO: GCM1-1

INTRODUCCIÓN

Este documento establece las normas que rigen el programa de idiomas ofrecido por la institución de educación para el trabajo y el desarrollo humano de Fusagasugá “InterAmerican”.

1 SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD

1.1. Política de calidad

Es compromiso de InterAmerican garantizar la calidad de nuestro programa educativo, contando con el respaldo de una organización sólida, responsable y comprometida con la educación y el desarrollo, además de un talento humano, alta mente calificado, responsable y exigente con la mejora continua de los procesos, que desarrolle actividades que permitan lograr la satisfacción de nuestros estudiantes y superar sus expectativas, manteniendo de ese modo nuestro Good will el cual nos ha caracterizado en la ciudad de Fusagasugá.

1.2. Objetivos de la calidad

- Mejorar los procesos realizados por medio de un análisis continuo que permita dar una atención más oportuna a las necesidades de nuestros estudiantes.
- Garantizar la satisfacción de estudiantes y egresados haciendo uso de las herramientas de calidad otorgadas para mantener el Good will de la empresa.
- Desarrollar actividades educativas de calidad que puedan ser medidas con los diferentes formatos e indicadores para garantizar la alta calidad.
- Capacitar el talento humano de la institución por métodos presenciales y virtuales buscando mejorar su capacidad a la hora de realizar los procesos que buscan la calidad, buscando así la satisfacción del cliente.

	MANUAL DE CALIDAD	VERSION: 1.0
		FECHA: 4 de Octubre de 2016
		CODIGO: GCM1-1

- Realizar un adecuado mantenimiento de la infraestructura de la institución teniendo en cuenta las necesidades de los estudiantes, buscando generar un ambiente cómodo para todos.
- Establecer y llevar a cabo un plan de mejoramiento continuo por medio de la recolección de datos periódica y análisis de datos que permitirán mejorar cada vez más la calidad.
- Generar innovación en la institución por medio de un análisis periódico del entorno que permita determinar que se puede mejorar buscando dar valores agregados al servicio educativo brindado.

1.3. Alcance

El Sistema de Gestión de la Calidad contiene la política y objetivos de la calidad, aplicable para todos los procesos definidos en el mapa de procesos, describiendo la estructura de la organización, responsables y autoridades, hasta llegar a la definición de los distintos elementos del sistema de calidad.

1.4. Mapa estratégico de procesos



	MANUAL DE CALIDAD	VERSION: 1.0
		FECHA: 4 de Octubre de 2016
		CODIGO: GCM1-1

1.4.1. Procesos estratégicos

PROCESO DE GESTION DIRECTIVA							
OBJETIVO:	Organizar la planeación estratégica, mediante la elaboración de planes de acción, que permitan medir los resultados para tomar decisiones para la mejora continúa de la institución.				VERSION:	1.0	
ALCANCE:	Desde la planeación hasta la implementación de acciones correctivas.				FECHA:	4 de Octubre de 2016	
RESPONSABLE:	Dirección Administrativa				CODIGO:	IPEGD1-2	
PROVEEDORES	ENTRADAS	PROCEDIMIENTOS	PHVA	SALIDAS	USUARIOS	MEDICION	FORMATOS
Directivos- Docentes- Estudiantes- Padres de familia - procesos	Necesidades de la empresa, docentes, estudiantes y padres de familia. Plan de mejoramiento	Formulación de plan de acción y de inversiones PEDPA1-1	PHVA	Plan estratégico institucional - Plan estratégico	Dirección Administrativa	Índice de retorno de la inversión (Utilidades/In-Versión)*100	-Diagnostico Interno FEDDO1-1 -Plan de acción FEDPA1-1
MEDICION							
FECHA	MODIFICACION				REVISO	APROBO	
04/10/2016	Inclusión procedimiento de formulación plan de acción e inversiones, y el de comunicación interna y externa, Actualización PEI.				Jorge Borrero	Johana Borchard	



MANUAL DE CALIDAD

VERSION: 1.0

FECHA: 4 de Octubre de 2016

CODIGO: GCM1-1

PROCESO GESTION DE LA CALIDAD

OBJETIVO:	Administrar el sistema de gestión de calidad según la norma 5555 y el manual de calidad según la norma 5580			VERSION:	1.0		
ALCANCE:	Desde la aprobación de los documentos hasta la programación y seguimiento de las auditorías.			FECHA:	4 de Octubre de 2016		
RESPONSABLE:	Dirección Administrativa			CODIGO:	IPEGC2-2		
PROVEEDORES	ENTRADAS	PROCEDIMIENTOS	PHVA	SALIDAS	USUARIOS	MEDICION	FORMATOS
Usuarios	Petición o sugerencia	Buzón de sugerencias PECBC1-4	HVA	Necesidades de la comunidad satisfechas con plan de acción	Comunidad	(PQRs Resueltos / PQRs totales) *100	PQRs FEC PQ1-1
Competencia	Datos de la competencia	Benchmarking PECBE2-4	PA	Plan de acción para superar la competencia	Directivos	Sumatoria de peso de factores críticos de éxito (que sumados deben dar 1) * Calificación asignada de 1 a 4	Benchmarking FECBE1-1
Docentes, estudiantes y padres de familia	Datos de la encuesta	Encuesta de satisfacción PECES3-4	P	Plan de acción con estrategias para aumentar el nivel de satisfacción del cliente.	Directivos	(Número de usuarios satisfechos / Total de usuarios) *100	Encuesta de satisfacción FECES1-1
Talento Humano	Procesos	Auditorías Internas PECAI4-4	PH	Procesos verificados según requerimientos	Directivos	(Número de requisitos cumplidos/ Total de requisitos) *100	Auditoria FECAI1-1
MEDICION							
FECHA	MODIFICACION				REVISO	APROBO	
04/10/2016	Inclusión de los procesos: buzón de sugerencias, benchmarking, encuesta de satisfacción y auditorías internas				Jorge Borrero	Johana Borchard	

	MANUAL DE CALIDAD	VERSION: 1.0
		FECHA: 4 de Octubre de 2016
		CODIGO: GCM1-1

1.4.2. Procesos misionales

PROCESO GESTION ACADEMICA							
OBJETIVO:	Preparar a los estudiantes para dominar el idioma ingles en un nivel avanzado, por medio del programa educativo para poder certificarlos, según el nivel alcanzado hasta en un nivel B2.				VERSION:	1.0	
ALCANCE:	Desde que el estudiante se matricula en la institución e inicia clases, hasta entrega de la certificación.				FECHA:	4 de Octubre de 2016	
RESPONSABLE:	Dirección Académica				CODIGO:	IPMGA1-2	
PROVEEDORES	ENTRADAS	PROCEDIMIENTOS	PHVA	SALIDAS	USUARIOS	MEDICION	FORMATOS
Estudiantes	Necesidad de clases semanales	Programación y reprogramación de clases PMAPR1-4	PH	Clases programadas	Recepción y estudiantes	(Número de clases programadas/ Total de cupos disponibles) *100	Control Card FMACC1-2
Estudiantes	Notas del estudiante	Seguimiento de aprendizaje PMASA2-4	PHVA	Análisis de la situación académica actual del estudiante	Estudiantes, Recepción, Dirección académica	(Malas notas / Total de clases programadas) *100	Control Card FMACC1-2
Estudiantes	Clases vistas	Verificación de clases PMAVC3-4	VA	Clases verificadas para poder avanzar en el programa	Dirección Académica, Recepción	(Número de clases vistas/ Total de clases requeridas) *100	Control Class FMACC2-2
Estudiantes	Estudiante listo para pasar de nivel	Evaluación de conocimientos PMAEC4-4	VA	Nota en % según conocimientos	Docentes, Recepción, Estudiantes	(Número de estudiantes que aprueban el nivel/ Total de estudiantes en el nivel) *100	-Conversation exam FMACE1-3 - Listening exam FMALE2-3 - vocabulary exam FMAVE3-3
MEDICION							
FECHA	MODIFICACION				REVISO	APROBO	
04/10/2016	Inclusión de los procesos: Programación y reprogramación de clases, seguimiento de aprendizaje, verificación de clases, evaluación de conocimientos.				Jorge Borrero	Johana Borchard	



MANUAL DE CALIDAD

VERSION: 1.0

FECHA: 4 de Octubre de 2016

CODIGO: GCM1-1

PROCESO GESTION DEL TALENTO HUMANO

OBJETIVO:	Tener el personal idóneo y altamente capacitado para la actividad a realizar				VERSION:	1.0	
ALCANCE:	Desde que el estudiante se matricula en la institución e inicia clases, hasta entrega de la certificación.				FECHA:	4 de Octubre de 2016	
RESPONSABLE:	Dirección Administrativa				CODIGO:	IPMGT2-2	
PROVEEDORES	ENTRADAS	PROCEDIMIENTOS	PHVA	SALIDAS	USUARIOS	MEDICION	FORMATOS
Comunidad	Desempleados	Contratación PMTHC1-3	H	Personal contratado	Dirección administrativa y talento humano	(Filtros aprobados/ Total filtros) *100	Contrato FMTHC1-2
Talento humano	Falta de conocimiento	Capacitación PMTHC2-3	PHVA	Personal capacitado	Dirección administrativa y talento humano	(Capacitaciones realizadas/ Capacitaciones requeridas)* 100	Capacitación FMTHC2-2
Talento humano	Mal ambiente laboral y Talento humano desmotivado	Bienestar PMTHB3-3	PH	Buen ambiente laboral y talento humano motivado	Dirección administrativa y talento humano	(Necesidades atendidas del RH/ Total necesidades vistas) *100	Incentivos FMTHI1-1
MEDICION							
FECHA	MODIFICACION				REVISO	APROBO	
04/10/2016	Inclusión de los procesos: Contratación, capacitación, bienestar.				Jorge Borrero	Johana Borchard	



MANUAL DE CALIDAD

VERSION: 1.0

FECHA: 4 de Octubre de 2016

CODIGO: GCM1-1

1.4.3. Procesos de apoyo

PROCESO GESTION DE PUBLICIDAD Y MARKETING							
OBJETIVO:	Tener el personal idóneo y altamente capacitado para la actividad a realizar				VERSION:	1.0	
ALCANCE:	Desde que el estudiante se matricula en la institución e inicia clases, hasta entrega de la certificación.				FECHA:	4 de Octubre de 2016	
RESPONSABLE:	Dirección Administrativa				CODIGO:	IPAGP1-6	
PROVEEDORES	ENTRADAS	PROCEDIMIENTOS	PHVA	SALIDAS	USUARIOS	MEDICION	FORMATOS
Comunidad	Bases de datos	Comercial PAPCMC1-2	PHVA	Entrevistas	Ejecutivos, directivo de publicidad, estudiantes	(Número de citas realizadas/ Meta de citas)*100	Control diario de trabajo FAPCD1-2
Entrevistas	Citas	Matricula PAPMC2-2	H	Estudiantes Matriculados	Ejecutivos, directivo de publicidad, estudiantes	(Número de matrículas realizadas/ Numero de citas concretadas)* 100	-Contrato de aprendizaje FAPCA1-3 -Hoja de matrícula FAPHM2-3 - Hoja de observaciones FAPHO3-3
MEDICION							
FECHA	MODIFICACION				REVISO	APROBO	
04/10/2016	Inclusión de los procesos: Comercial, matricula				Jorge Borrero	Johana Borchard	



MANUAL DE CALIDAD

VERSION: 1.0

FECHA: 4 de Octubre de 2016

CODIGO: GCM1-1

PROCESO GESTION ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA

OBJETIVO:	Tener el personal idóneo y altamente capacitado para la actividad a realizar				VERSION:	1.0	
ALCANCE:	Desde que el estudiante se matricula en la institución e inicia clases, hasta entrega de la certificación.				FECHA:	4 de Octubre de 2016	
RESPONSABLE:	Dirección Administrativa				CODIGO:	IPAGA2-6	
PROVEEDORES	ENTRADAS	PROCEDIMIENTOS	PHVA	SALIDAS	USUARIOS	MEDICION	FORMATOS
Colaboradores	Necesidades de pago	Pago de nomina PAAPN1-2	H	Pagos realizados	Directivos	(Dinero pagado a colaboradores/ Dinero total a pagar)* 100	Pago de nomina FAAPN1-2
Comunidad	cotizaciones	Pago de proveedores PAAPP2-2	H	servicios contratados	Directivos	(Dinero pagado a proveedores/ Dinero total a pagar)* 100	Cuenta de cobro FAACC2-2
MEDICION							
FECHA	MODIFICACION				REVISO	APROBO	
04/10/2016	Inclusión de los procesos: Acciones correctivas, preventivas y de mejoramiento, planeación de presupuestos, elaborar estados financieros, pago de proveedores				Jorge Borrero	Johana Borchard	



MANUAL DE CALIDAD

VERSION: 1.0

FECHA: 4 de Octubre de 2016

CODIGO: GCM1-1

PROCESO GESTION DOCUMENTAL							
OBJETIVO:	Tener el personal idóneo y altamente capacitado para la actividad a realizar				VERSION:	1.0	
ALCANCE:	Desde que el estudiante se matricula en la institución e inicia clases, hasta entrega de la certificación.				FECHA:	4 de Octubre de 2016	
RESPONSABLE:	Dirección Administrativa				CODIGO:	IPAGD3-6	
PROVEEDORES	ENTRADAS	PROCEDIMIENTOS	PHVA	SALIDAS	USUARIOS	MEDICION	FORMATOS
Comunidad	Documentos	Recepción de archivos físicos PADRA1-2	H	Notificación	Recepción	(Número de documentos digitalizados/ Numero de documentos recibidos) *100	Check List FADLC1-1
Estudiantes	Matricula sin codificar	Codificación PADCO2-2	H	Matricula codificada	Recepción y dirección administrativa	(Documentos codificados/ Total de documentos)*100	-Codificación FADCO1-1
MEDICION							
FECHA	MODIFICACION				REVISO	APROBO	
04/10/2016	Inclusión de los procesos: Recepción de archivos físicos, carga de datos e imágenes al sistema, codificación				Jorge Borrero	Johana Borchart	



MANUAL DE CALIDAD

VERSION: 1.0

FECHA: 4 de Octubre de 2016

CODIGO: GCM1-1

PROCESO GESTION DE LA COMUNIDAD							
OBJETIVO:	Tener el personal idóneo y altamente capacitado para la actividad a realizar				VERSION:	1.0	
ALCANCE:	Desde que el estudiante se matricula en la institución e inicia clases, hasta entrega de la certificación.				FECHA:	4 de Octubre de 2016	
RESPONSABLE:	Dirección Administrativa				CODIGO:	IPAGC4-6	
PROVEEDORES	ENTRADAS	PROCEDIMIENTOS	PHVA	SALIDAS	USUARIOS	MEDICION	FORMATOS
Egresados	Datos del egresado	Seguimiento a egresados PACSE1-3	PHVA	Información sobre el egresado	Recepción	(Número de egresados /Número de matriculados) *100	control egresados FACCE1-1
Comunidad	Población con barreras de acceso	Apoyo a comunidad con características especiales PACCA2-3	H	Población con posibilidad de estudiar	Ejecutivos	(Número de matrículas de población especial/ Total matrículas) * 100	hoja de matricula FAPHM2-3
Estudiantes	Necesidades	Actividades pedagógicas extra curriculares PACAE3-3	PH	Salidas pedagógicas	Director académico	(Número de eventos realizadas / Número de eventos programados) *100	control de actividades FACCA1-1
MEDICION							
FECHA	MODIFICACION				REVISO	APROBO	
04/10/2016	Inclusión de los procesos: seguimiento a egresados, apoyo a la comunidad con características especiales, actividades pedagógicas extra curriculares, promoción y bienestar de los estudiantes				Jorge Borrero	Johana Borchard	



MANUAL DE CALIDAD

VERSION: 1.0

FECHA: 4 de Octubre de 2016

CODIGO: GCM1-1

PROCESO GESTION DE ATENCION AL CLIENTE							
OBJETIVO:	Tener el personal idóneo y altamente capacitado para la actividad a realizar				VERSION:	1.0	
ALCANCE:	Desde que el estudiante se matricula en la institución e inicia clases, hasta entrega de la certificación.				FECHA:	4 de Octubre de 2016	
RESPONSABLE:	Dirección Administrativa				CODIGO:	IPAGA5-6	
PROVEEDORES	ENTRADAS	PROCEDIMIENTOS	PHVA	SALIDAS	USUARIOS	MEDICION	FORMATOS
Comunidad	Necesidades	Primer contacto, bitácora y cita PAAPC1-1	H	Necesidad satisfecha	Recepción	(Número visitas recibidas/ Número de visitas pronosticadas) * 100	Libro de visitas FAALV1-1
MEDICION							
FECHA	MODIFICACION				REVISO	APROBO	
04/10/2016	Inclusión de los procesos: Primer contacto, bitácora y cita				Jorge Borrero	Johana Borchard	

	MANUAL DE CALIDAD	VERSION: 1.0
		FECHA: 4 de Octubre de 2016
		CODIGO: GCM1-1

PROCESO GESTION DE CARTERA							
OBJETIVO:	Tener el personal idóneo y altamente capacitado para la actividad a realizar				VERSION:	1.0	
ALCANCE:	Desde que el estudiante se matricula en la institución e inicia clases, hasta entrega de la certificación.				FECHA:	4 de Octubre de 2016	
RESPONSABLE:	Dirección Administrativa				CODIGO:	IPAGC6-6	
PROVEEDORES	ENTRADAS	PROCEDIMIENTOS	PHVA	SALIDAS	USUARIOS	MEDICION	FORMATOS
Estudiante	Nueva matricula	Generación de ficha de cobranza PACFC1-3	H	Ficha de cobranza	Recepción	(Número de fichas de cobranza/Total de matrículas)*100	Ficha de cobranza FACFC1-3
Estudiante	Mensualidad pronta a pagar	Cobro preventivo PACCP2-3	HVA	Confirmación de pago	Recepción	(Número de usuarios llamados/ Total usuarios con cobros pendientes)*100	Control de cobro preventivo FACCP2-3
Estudiante	Cartera vencida	Cobro de cartera vencida PACCV3-3	HVA	Cobro adicional por mora	Recepción y Dirección administrativa	(Número de cartera vencidas/ Total carteras)*100	Recibo FACRP3-3
MEDICION							
FECHA	MODIFICACION				REVISOR	APROBO	
04/10/2016	Inclusión de los procesos: Generación de ficha de cobranza, cobro preventivo, cobro de cartera vencida				Jorge Borrero	Johana Borchard	

	MANUAL DE CALIDAD	VERSION: 1.0
		FECHA: 4 de Octubre de 2016
		CODIGO: GCM1-1

2. MANUAL DE CALIDAD

2.1. Objeto y campo de aplicación

Interamerican busca responder a las necesidades educativas y a las expectativas de los padres de familia y alumnos por medio de una formación integral en inglés, ofreciendo educación de calidad, cumpliendo con todos los requisitos exigidos según la NTC 5555 y 5580, apoyados en un plan de mejoramiento continuo que permita lograr la satisfacción de los beneficiarios.

El programa de formación en el área de idiomas se orienta a desarrollar competencias comunicativas de comprensión, la expresión, la interacción y la interpretación de textos o discursos en cualquiera de sus formas y en el presente documento se presentan los requisitos y normas necesarias para realizar dicha actividad acorde con la legislación vigente.

2.2. Referencias normativas

Guía para la implementación de la norma ISO 9001

NTC-ISO 9000:2000, sistemas de gestión de calidad. Fundamentos y vocabulario

NTC 5555, Sistemas de gestión de la calidad para instituciones de formación para el trabajo

NTC 5580, programas de formación para el trabajo en el área de idiomas

	MANUAL DE CALIDAD	VERSION: 1.0
		FECHA: 4 de Octubre de 2016
		CODIGO: GCM1-1

2.3. Términos y definiciones

a. Actividades de Lengua

Ejercicio de la competencia comunicativa dentro de un ámbito específico a la hora de procesar uno o más textos en cualquiera de sus formas, con el fin de realizar una tarea.

b. Alta dirección

Persona o grupo de personas que dirigen y controlan una organización al más alto nivel.

c. Calidad

Grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos, es decir, con las necesidades o expectativas de los clientes.

d. Cliente

Puede ser una organización o individuo que recibe un producto y/o servicio.

e. Competencia

Es un saber hacer frente a una tarea específica, la cual hace evidente cuando el sujeto entra en contacto con la tarea.

f. Competencias generales

Saber, saber hacer saber ser y saber aprender.

g. Competencia comunicativa

Posibilita a una persona actuar, utilizando medios lingüísticos específicamente.

h. Competencia sociolingüística

Comprende el conocimiento y las destrezas necesarias para abordar en la dimensión social el uso de la lengua.

	MANUAL DE CALIDAD	VERSION: 1.0
		FECHA: 4 de Octubre de 2016
		CODIGO: GCM1-1

i. Competencia pragmática

Uso funcional de los recursos lingüísticos sobre la base de guiones o escenarios de intercambios comunicativos.

j. Contexto

Conjunto de acontecimientos y de factores situacionales tanto internos como externos a la persona, dentro del cual se producen los actos de comunicación.

k. Docente

Persona que planifica, acompaña, promueve y evalúa el servicio de formación del estudiante, para la adquisición de competencias, comunicativas de acuerdo con lo establecido en el PEI o su equivalente.

l. Eficiencia

Relación entre el resultado alcanzado y los recurso utilizados

m. Efectividad

Medida del impacto de la gestión tanto en el logro de los resultados, como en el manejo de los recursos utilizados y disponibles.

n. Egresado

Persona que sale de un establecimiento docente después de haber terminado sus estudios.

o. Marco legal vigente

Leyes, decretos, resoluciones, ordenanzas, acuerdos y directivas que regulan o inciden, directa o indirectamente, la prestación de servicios de formación para el trabajo y el desarrollo humano en el área de idiomas.

	MANUAL DE CALIDAD	VERSION: 1.0
		FECHA: 4 de Octubre de 2016
		CODIGO: GCM1-1

p. Parte interesada.

Persona o grupo que tienen interés en el desempeño o el éxito de un servicio de formación.

q. Proceso educativo

Conjunto de actividades interrelacionadas definidas en el PEI o su equivalente que tiene como objetivo la formación en los estudiantes de competencias comunicativas.

r. Producto educativo

Resultado del proceso educativo, definido en el proyecto educativo institucional o su equivalente el cual está orientado a la formación, desarrollo y cumplimiento en los estudiantes de las competencias comunicativas planificadas acordadas y logradas por los estudiantes.

s. PEI

Proyecto educativo institucional o equivalente, documento que contiene entre otros aspectos, la propuesta educativa que hace la institución oferente de servicios de formación, en la que plasma sus principales objetivos, el enfoque pedagógico, metodológico y curricular, los elementos que lo caracterizan y diferencian de otros, identifica las competencias por desarrollar, a través de la formación ofrecida, los recursos docentes y didácticos disponibles y necesarios el reglamento para docentes y estudiantes y lo que espera alcanzar y las estrategias para hacerlo.

t. Sostenibilidad

Que puede mantenerse por sí mismo, sin ayuda exterior.

u. Uso de la lengua

	MANUAL DE CALIDAD	VERSION: 1.0
		FECHA: 4 de Octubre de 2016
		CODIGO: GCM1-1

Incluye el aprendizaje, comprende las acciones que realizan las personas que, como individuos y como agentes sociales, desarrollan una serie de competencias, tanto generales como competencias comunicativas lingüísticas, en particular.

2.4. Requisitos de la calidad

2.4.1. Denominación

El programa orientado por la institución de educación para el trabajo y el desarrollo humano de Fusagasugá “InterAmerican”, se encuentra debidamente registrado ante la DIAN y la REGISTRADURIA, trabajando con el permiso de la secretaria de educación con resolución 325 de 11 de mayo de 2010 bajo el programa de idiomas InterAmerican english y se encarga de prestar asesoría para el aprendizaje y el dominio del idioma inglés.

Para el cumplimiento del respectivo programa el estudiante debe alcanzar las competencias comunicativas de acuerdo al Marco común europeo con un nivel de B2 (Avanzado), que dentro de la institución vendría siendo el nivel experto.

Para esto se realizaran las respectivas actividades de aprendizaje y evaluación que serán impartidas por los docentes de la institución, teniendo como apoyo un fichero en el cual se podrán inscribir las diferentes temáticas a ver por el estudiante, dando una flexibilidad para su horario, y permitiendo que los docentes y empleados de la institución puedan llevar un estado del avance del estudiante.

	MANUAL DE CALIDAD	VERSION: 1.0
		FECHA: 4 de Octubre de 2016
		CODIGO: GCM1-1

2.4.2. Justificación

La necesidad de dominar el idioma inglés es cada vez más grande, ya que es una de las lenguas más habladas en el mundo, esto abre al estudiante muchas puertas entre ellas laborales y culturales las cuales ayudaran a mejorar su calidad de vida.

En el programa se enseña el idioma de diversas formas, se le suministra material y apoyo necesario, siempre buscando que el estudiante alcance los niveles requeridos.

Con los procesos de calidad se lograra llevar un mejor desarrollo del conocimiento de cada estudiante, ya que se podrá estar más pendientes de sus necesidades, darles un mejor control a los procesos que ellos tienen que realizar, agilizar las respuestas, todo en busca de satisfacer al cliente.

2.4.3. Organización curricular

2.4.3.1. Perfiles de Ingreso

El estudiante que recién ingrese al instituto pasa por un respectivo examen para que se pueda determinar su nivel de inglés y así mismo poder ubicarlo en clases que fomenten su pronto aprendizaje sin estancarlo.

2.4.3.2. Perfiles de Egreso

El estudiante egresado debe como como mínimo tener competencias comunicativas en los cuatro aspectos básicos como son

- La Comprensión
- La expresión
- La interacción
- La interpretación

	MANUAL DE CALIDAD	VERSION: 1.0
		FECHA: 4 de Octubre de 2016
		CODIGO: GCM1-1

Y debe de evidenciar según la respectiva evaluación como mínimo un nivel Avanzado (B1).

2.4.3.3. Planes de Estudio

a. Duración del programa

El programa tiene una duración de 607 horas, las cuales pueden ser programadas por el estudiante de manera independiente para facilitarle flexibilidad en sus horarios.

b. Objetivos de aprendizaje

Lograr que el estudiante pueda comprender, expresar, interactuar con otras personas e interpretar de manera fluida el inglés.

c. Competencias comunicativas a desarrollar

CATEGORIA	EXCELENTE	BUENO	ACEPTABLE	INSUFICIENTE
VOCABULARIO	Usa vocabulario pertinente durante toda la conversación	Usa vocabulario pertinente durante la mayor parte de la conversación	Usa vocabulario pertinente en algunas ocasiones	No utiliza vocabulario pertinente
PRONUNCIACION	Habla claramente durante todo el tiempo y demuestra buena pronunciación	Habla claramente la mayor parte del tiempo y demuestra una pronunciación adecuada al nivel	Demuestra una pronunciación comprensible a pesar de no ser completamente clara	Su pronunciación resulta difícil de comprender
ENTONACION	Utiliza una entonación acorde a lo que desea comunicar durante toda la duración de la conversación	Utiliza una entonación acorde a lo que desea comunicar durante la mayor parte de la conversación	Utiliza una entonación acorde a lo que desea comunicar algunas veces	Su entonación no es acorde a lo que desea comunicar y provoca que el mensaje sea confuso

	MANUAL DE CALIDAD	VERSION: 1.0
		FECHA: 4 de Octubre de 2016
		CODIGO: GCM1-1

COMPRESION	Entiende claramente a su interlocutor durante toda la duración de la conversación	Entiende claramente a su interlocutor durante la mayor parte del tiempo que se da la conversación	Entiende claramente lo que su interlocutor quiere decir algunas veces.	No entiende lo que su interlocutor quiere decir.
GRAMATICA	Utiliza estructuras gramaticales durante toda la conversación	Utiliza estructuras gramaticales de forma adecuada la mayoría del tiempo	Utiliza estructuras gramaticales de forma adecuada algunas veces	Raramente utiliza las estructuras gramaticales de forma adecuada
TIEMPO	La duración de la conversación es de 10 minutos	La duración de la conversación es de 5 minutos	La duración de la conversación es de 3 minutos	La duración de la conversación es de menos de 3 minutos

d. Actividades de formación

La institución cuenta con varios docentes encargados de orientar los diferentes temas a ver de forma presencial, estos están comprometidos con la formación del estudiante y realizan las respectivas actividades y evaluaciones para garantizar que el tema sea aprendido, además dejando tareas para trabajo independiente en casa.

e. Estrategia Metodológica

Cada estudiante puede ver los temas que desee inscribir, pero estos tienen un orden que se debe seguir para poder avanzar, las unidades, son los temas más importantes para poder avanzar y existen otros temas adicionales que ayudaran a que el estudiante se relacione con el idioma y pueda mejorar de diferentes formas, no solo con teoría si no también con práctica, después de haber vistos las unidades del nivel básico, podrá presentar un examen con el cual podrá avanzar al nivel intermedio, y así mismo se sigue el proceso para poder llegar al nivel avanzado.

	MANUAL DE CALIDAD	VERSION: 1.0
		FECHA: 4 de Octubre de 2016
		CODIGO: GCM1-1

f. Ambientes de aprendizaje

La institución cuenta con las aulas, amplias, iluminadas y con buena ventilación lo que proporciona un entorno agradable para el aprendizaje.

g. Equipamiento requerido

Cada aula está equipada con sus respectivas sillas, tableros, mesas y un televisor.

h. Duración de las actividades

Cada tema tendrá una duración de 1 hora, en el transcurso de esta hora se explicara tratando que el estudiante entienda 100% el tema y quede grabado en su memoria, realizando diversas actividades y al final de la clase se realizara una pequeña evaluación para verificar que allá sido comprendido.

i. Jornada

La jornada de atención será dada desde las 9 de la mañana, hasta las 8 de la noche de lunes a viernes y los días sábados de 8 de la mañana hasta 12 del mediodía.

j. Evaluaciones

Se realizan pequeñas evaluaciones para verificar el tema aprendido, las cuales por lo general son verbales, mientras que las realizadas para pasar de nivel son más avanzadas y son realizadas en una plataforma en computador una parte y la otra con el docente, estas avanzadas son de:

- Comprensión
- Conversación
- vocabulario
- Pronunciación
- Gramática

	MANUAL DE CALIDAD	VERSION: 1.0
		FECHA: 4 de Octubre de 2016
		CODIGO: GCM1-1

k. Requisitos para cambiar de nivel

El estudiante deberá haber realizado todos los módulos o temas requeridos, presentar y aprobar los distintos exámenes para verificar sus competencias comunicativas y por ultimo presentar un examen de computador siendo aprobado con un mínimo de respuestas correctas equivalentes al 80%.

l. Los Niveles

Existen tres niveles los cuales cuentan con sus respectivas unidades y temas a tratar los cuales se realizar:

- Nivel Básico
- Nivel Intermedio
- Nivel Avanzado

m. Acciones de mejoramiento

En caso de que el estudiante no apruebe el examen podrá retomar los módulos en los cuales necesite refuerzo y podrá solicitar ayuda a los docentes para después tomar nuevamente el examen cuando se sienta listo.

2.4.4. El personal docente

2.4.4.1. Competencias del personal docente

- a. Para aquellos docentes que no cuentan con estudios universitarios o tengan estudios parciales, tienen como mínimo con dos años de experiencia docente en el área de idiomas.
- b. El 80% de la planta docente cuenta con calificación C1 en el dominio del idioma y el 20% restante en el nivel B2 y es capacitado para subir de nivel.

	MANUAL DE CALIDAD	VERSION: 1.0
		FECHA: 4 de Octubre de 2016
		CODIGO: GCM1-1

- c. El docente de interamericana realiza la respectiva evaluación internacional del dominio del idioma alineada al Marco Común Europeo cada 4 años y presentar el respectivo certificado ante la institución.

2.4.4.2. Distribución de la asignación académica para el personal docente

Cada docente tiene sus temas asignados las cuales tienen un cupo máximo de 10 estudiantes, los estudiantes pueden realizar sus inscripciones en secretaria, esto hasta en el momento en el que se acaben los cupos.

En el caso de que por caso de fuerza mayor un docente no pueda asistir, esta clase no será cancelada, si no que será dictada por otro docente de remplazo.

2.4.4.3. Evaluación Docente.

El docente es evaluado como mínimo una vez al año de diferentes maneras como lo son:

- Por la institución teniendo en cuenta el nivel de desempeño frente a las competencias comunicativas requeridas para dictar sus clases.
- Por los resultados obtenidos en los procesos de aprendizaje de sus estudiantes.
- Por la percepción de satisfacción de sus estudiantes.
- Por el mismo con una autoevaluación.

Todo esto con el fin de realizar su respectiva capacitación o en el caso de requerirlo, una actualización docente.

2.4.5. Procesos relacionados con estudiantes

	MANUAL DE CALIDAD	VERSION: 1.0
		FECHA: 4 de Octubre de 2016
		CODIGO: GCM1-1

2.4.5.1. Reconocimiento de aprendizajes previos

Al estudiante recién ingresado se le realizaran respectivas evaluaciones para determinar el nivel de inglés en el cual se encuentran y así ubicarlo en el nivel a cual pertenezca.

2.4.5.2. Certificados de reconocimiento

Interamerican entregara a sus egresados que cumplan con los requisitos académicos establecidos un certificado de reconocimiento de la formación recibida, de acuerdo con las disposiciones legales vigentes.

2.4.5.3. Certificación de reconocimiento internacional

En caso de estar realizando asesoría para alcanzar un nivel de inglés superior o ser certificado por una institución Internacional, el estudiante egresado deberá realizar una prueba de sus competencias ante el Marco común Europeo para evidenciar su nivel de inglés adquirido, y la institución guardara copia de este certificado.

2.4.5.4. Seguimiento de egresados

Interamerican realizara seguimiento de sus egresados por un máximo de 2 años, tiempo en el cual les realizara invitaciones para los diferentes eventos.

2.4.6. La organización administrativa

2.4.6.1. Infraestructura

- a. Cuenta con 4 aulas de espacio amplio para las clases
- b. Cuenta con 2 computadores de mesa para el uso en clase.
- c. Cuenta con un aula de audiovisuales con proyector de video.
- d. La empresa entrega una guía de aprendizaje por nivel como ayuda para trabajar en casa.

	MANUAL DE CALIDAD	VERSION: 1.0
		FECHA: 4 de Octubre de 2016
		CODIGO: GCM1-1

- e. Cuenta con servicio de agua luz, internet.
- f. La empresa cuenta con un sistema de cámaras de seguridad y comunicaciones.
- g. Se tiene planeado mantenimiento para todo el equipo unas 2 veces al año.
- h. Los equipos de cómputo de la institución usan licencias originales de Windows.

2.4.6.2. Sistema de Información

Toda la información es manejada tanto en físico como virtualmente con documentos escaneados.

2.4.6.2.1. Para los estudiantes

- a. Matriculas
- b. Reconocimiento inicial de competencias
- c. Retención, deserción y asistencia de los estudiantes
- d. Evaluaciones realizadas de los aprendizajes
- e. Certificados de competencias
- f. Practica de estudiantes en escenarios reales

2.4.6.2.2. Para docentes, facilitadores o tutores

- a. Sistemas de selección
- b. Certificaciones de competencias comunicativas
- c. Evaluación de desempeño
- d. Contratación, remuneración y estímulos

2.4.6.2.3. Del Programa

- a. Oferta actual de formación
- b. Evaluaciones internas y externas del programa
- c. Recursos usados en el aprendiz

	MANUAL DE CALIDAD	VERSION: 1.0
		FECHA: 4 de Octubre de 2016
		CODIGO: GCM1-1

- d. Fuentes y usos de recursos financieros
- e. Evaluación de satisfacción de los clientes
- f. Convenios con empresas y otras organizaciones

2.4.7. Sostenibilidad

Estrategias que aseguran sostenibilidad:

a. Clientes

Ser la mejor entidad para ellos ofreciendo servicios de calidad que cumplan con estándares nacionales e internacionales.

b. Medio Ambiente

Desarrollar responsablemente nuestras actividades teniendo en cuenta la disminución o compensación de impactos ambientales.

c. Autoridades

Cumplimiento de la ley y buenas relaciones con el gobierno para el progreso del país.

d. Comunidades

La conservación de relaciones de buena vecindad con las comunidades de influencia de nuestra operación y apoyo en el desarrollo local.

e. Colaboradores

El desarrollo, la seguridad social y bienestar de nuestro capital humano dentro de una cultura organizacional de mentalidad global que promueve la innovación, el trabajo en equipo, la autogestión y la conciencia ambiental.

	MANUAL DE CALIDAD	VERSION: 1.0
		FECHA: 4 de Octubre de 2016
		CODIGO: GCM1-1

2.4.8. Evaluación y mejoramiento continuo

2.4.8.1. Evaluación de los programas

La empresa realiza evaluaciones con el fin de revisar:

- a. Grado de destreza en las competencias comunicativas.
- b. La conveniencia de los contextos de aprendizaje, infraestructura y equipos.
- c. Resultados de los egresados
- d. Evaluación del programa por parte de los docentes.

2.4.8.2. Evaluación de la satisfacción del cliente

La empresa cuenta una encuesta de satisfacción para:

- a. Estudiantes
- b. Empresas que contratan el programa
- c. Entidades gubernamentales que contraten el programa

2.4.8.3. Mejoramiento continuo

El plan de mejoramiento continuo que desarrolla InterAmerican, se da a partir del diagnóstico y la identificación de las Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas que permiten generar estrategias que se puedan implantar con su plan de acción que permite dar una solución o mejora real.

Este plan incluye estrategias, resultados, tiempos, responsables, procesos de seguimiento del plan y la reflexión sobre los procesos evaluativos.

	MANUAL DE CALIDAD	VERSION: 1.0
		FECHA: 4 de Octubre de 2016
		CODIGO: GCM1-1

3. CONTROL DE CAMBIOS

FECHA	CAMBIO	VERSION
4 de Octubre	Se elabora manual de calidad	1.0

Elaboro: Jhonnathan Andrés José Cruz Arévalo, con el apoyo de la facultad de ciencias económicas, administrativas y contables de la UDEC.	Reviso JORGE BORRERO
	Aprobó DINARY JOHANNA BORCHARDT