



Fecha de Elaboración							
D	D	M	M	A	A	A	A

## AUTO-EVALUACIÓN SECTOR DE METAL-ELECTRICO

Estimado encuestador:

Bienvenido a la auto-evaluación para el sector de la metal-eléctrico. Para realizar la encuesta por favor lea cuidadosamente cada pregunta y conteste según la opción de respuesta indicada: **1)**  Esta opción se responde utilizando letras. Llene el espacio **en blanco** en letra imprenta legible y clara, y en lo posible con tinta negra sin salirse del recuadro. **2)**  Esta opción se responde empleando números, colocando en cada casilla uno de los dígitos. **3)**  Esta opción de respuesta se contesta marcando con una **(X)** y seleccionando **Una sola** opción. **4)**  Esta opción de respuesta se contesta marcando con una **(X)**, se puede seleccionar **una o varias** de las opciones. Gracias por su valiosa colaboración.

### I. DATOS GENERALES DE LA EMPRESA

#### A. Ubicación

1. Nombre de la empresa:			2. Razón social:												
3. Tipo de Identificación	NIT: <input type="radio"/>	RUT <input type="radio"/>	N°	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
4. Ciudad:			5. Sector al que se dedica:												
6. Dirección:			7. Teléfono:												
8. Fax:			9. Correo Electrónico:												
10. Contacto:			10. Persona entrevistada												
11. Cargo en la empresa			12. Año de creación:												

#### B. Perfil Empresarial

1. Especialidad de la empresa:	Metalmeccanica	Punzondo	<input type="checkbox"/>	┘	
	Electrical <input type="checkbox"/>	Troquelado	<input type="checkbox"/>	┘	
	Fundición <input type="checkbox"/>	Erosionado	<input type="checkbox"/>	┘	
	Corte metálico <input type="checkbox"/>	Recitado <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	┘	
	Soldadura <input type="checkbox"/>	Máquinado Convencional	<input type="checkbox"/>	┘	
	Ensamble <input type="checkbox"/>	Máquinado CN	<input type="checkbox"/>	┘	
	Otra, ¿Cuál? _____				
2. ¿Posee la Organización algún tipo de certificado de calidad vigente?				Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>
Si, responde positivamente, cual?					





3. ¿Que proceso llevan a cabo?	Diseño <input type="checkbox"/>	Corte <input type="checkbox"/>	Soldadura <input type="checkbox"/>	Pulido <input type="checkbox"/>	Lavado <input type="checkbox"/>	Pintura <input type="checkbox"/>	Terminado <input type="checkbox"/>
	Otra, cual?						

4. Capacidad Estimada al mes en unidades	Metlamecanica	Punzonado		
	Eléctrica	Troquelado		
	Fundición	Erosionado		
	Corte Metálico	Rectificado		
	Soldadura	Máquinado Convencional		
	Ensamble	Máquina CNC		

5. Indique la cantidad de empleados con los que actualmente cuenta la organización según su formación.	Personal directivo			Personal Administrativo		
	Profesionales			Tecnólogos		
	Expertos (Experiencia sin título académico)			Jefes de área		
	Auxiliares y/o asistentes			Operarios		

6. ¿Exporta usted en algún porcentaje sus productos?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, por favor especifique los países y en qué porcentaje			
			<b>Países</b>		<b>Porcentaje</b>	
			1.			
			2.			
			3.			
4.						

7. Clientes Nacionales	1.	8. Clientes Internacionales	1.
	2.		2.
	3.		3.
	4.		4.





**I.PERSPECTIVA EXTERNA**

Conjunto de indicadores-económicos-políticos-geográficos-sociales-culturales-ámbito sectorial. **¿Cómo nos anticipamos ante nuestro entorno?**

1. La organización tiene en cuenta en la toma de decisiones estratégicas las siguientes variables del entorno que lo rodea::	Comportamiento del PIB <input type="checkbox"/>	Tasas de interés <input type="checkbox"/>	Tasas de Inflación <input type="checkbox"/>	
	Índice de precios al consumidor <input type="checkbox"/>	Tasa de desempleo <input type="checkbox"/>	Índice de crecimiento económico del país <input type="checkbox"/>	
	Ingreso Pér cápita <input type="checkbox"/>	Tasa de interés comparativas niveles reales /pesos/dólares <input type="checkbox"/>	Comportamiento índice impositivo <input type="checkbox"/>	
	Comportamiento índice adquisitivo <input type="checkbox"/>	Otro ¿cuál?		
2. ¿Cuál de los siguientes aspectos tiene en cuenta la empresa para llevar a cabo sus objetivos y proyecciones?	Medio Ambiente <input type="checkbox"/>	Contratación del personal <input type="checkbox"/>	Seguridad social <input type="checkbox"/>	
	Carga tributaria <input type="checkbox"/>	Otra ¿cuál?		
3. ¿Cuándo fue la última vez que su empresa adquirió maquinaria de primera generación?	Menos de 6 meses <input type="checkbox"/>	Menos de un año <input type="checkbox"/>	Más de un año <input type="checkbox"/>	Nunca <input type="checkbox"/>
4. ¿Cuándo fue la última vez que su empresa participó en una feria nacional?	Menos de 6 meses <input type="checkbox"/>	Menos de un año <input type="checkbox"/>	Más de un año <input type="checkbox"/>	Nunca <input type="checkbox"/>
5. ¿Cuándo fue la última vez que su empresa participó en una feria internacional?	Menos de 6 meses <input type="checkbox"/>	Menos de un año <input type="checkbox"/>	Más de un año <input type="checkbox"/>	Nunca <input type="checkbox"/>
6. Antes de adquirir un nuevo equipo usted tiene en cuenta	Intuición <input type="checkbox"/>	Necesidad <input type="checkbox"/>	Proyección <input type="checkbox"/>	
7. En el momento de la adquisición de un nuevo equipo ¿qué es lo mas importante que tiene en cuenta del proveedor?	Asistencia Técnica <input type="checkbox"/>	Asesoría <input type="checkbox"/>	Actualización <input type="checkbox"/>	
	Capacitación <input type="checkbox"/>	Precio <input type="checkbox"/>	¿Otra Cuál? _____	
8. ¿La organización en el momento de analizar un nuevo mercado tiene en cuenta?	Cultura del mercado (gustos, valores creencias) <input type="checkbox"/>	Estatus social del cliente <input type="checkbox"/>	Características físicas del cliente (talla, estatura) <input type="checkbox"/>	
9. Cuando ve la oportunidad de fabricar a nivel local un producto extranjero ¿qué estudio previo realiza?	Mercado <input type="checkbox"/>	Necesidad <input type="checkbox"/>	Moda <input type="checkbox"/>	Intuición <input type="checkbox"/>
	Innovador <input type="checkbox"/>	Costos <input type="checkbox"/>	¿Otra, cual? _____	





## 2. PERSPECTIVA COMPETITIVIDAD

Conjunto de indicadores que determinan la permanencia, crecimiento y rentabilidad. **¿Cómo asegurar permanencia, crecimiento y rentabilidad?**

1. ¿Cuáles son los parámetros más importantes que tiene en cuenta su organización para determinar la competitividad?  <b>Competitividad</b> <i>Expresión utilizada para comparar la estructura de costos del proceso de producción, principalmente mano de obra y materias primas, tecnología, diferenciación de productos y tamaño del mercado, entre otros factores, de un productor con respecto a otros productores internos o externos de productos con igual calidad.</i>	Volumen de Producción <input type="checkbox"/>	Calidad <input type="checkbox"/>	Diseño <input type="checkbox"/>	
	Servicio al Cliente <input type="checkbox"/>	Precios/costo <input type="checkbox"/>	Innovación <input type="checkbox"/>	
	Flexibilidad <input type="checkbox"/>	Tiempo de entrega <input type="checkbox"/>	Otra ¿cuál? _____ _____ _____	
2. ¿Tiene la empresa mecanismos establecidos para conocer el comportamiento de sus competidores nacionales e internacionales?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Si responde afirmativamente, ¿cuáles son esos mecanismos? _____	
3. ¿Cada cuánto se obtiene información acerca del desempeño de las competencias directas?	Menos de 6 meses <input type="checkbox"/>	Menos de un año <input type="checkbox"/>	Más de un año <input type="checkbox"/>	
4. ¿Cómo evalúa la información acerca del desempeño de las competencias directas?	Análisis del sector <input type="checkbox"/>	Informe de los gremios <input type="checkbox"/>	Boletines estadísticos <input type="checkbox"/>	
5. ¿La organización tiene en cuenta las sugerencias y/o recomendaciones de sus empleados para mejorar la competitividad de la compañía (visión externa del empleado)?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Si responde afirmativamente, ¿Cuáles son las sugerencias más comunes? _____	
	6. ¿La organización utiliza estrategias de mejoramiento continuo con el fin de ser la más destacada dentro del medio en el que se desempeña?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Si responde afirmativamente, ¿Cuáles? _____
7. ¿La empresa posee algún programa de formación, con el fin de lograr un mejoramiento permanente de la productividad y la promoción social de sus empleados? ( Actualización del personal vinculado a las industrias)		Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Si responde afirmativamente, qué políticas tiene
	Promoción Interna <input type="checkbox"/>			Capacitación gente interna <input type="checkbox"/>
8. ¿Aprovecha los programas de ayuda a la modernización y desarrollo productivo y empresarial que ofrecen entidades gubernamentales y de apoyo (Sena, Cámara de Comercio, BID, Fomipyme. ANDI, ACOPI)?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Si responde afirmativamente, ¿Cuáles? _____	
9. ¿Se tienen en cuenta las fortalezas competitivas de las demás empresas del sector como fuentes de oportunidades de mejoramiento?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	¿Cómo lo hace? _____	
10. ¿Realiza la organización mejoras al interior de la misma a partir de la información que se obtiene del sector?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	¿Cómo? _____	
11. ¿Cada cuánto analiza el desempeño de la organización en el medio (en que posición se encuentra)?	Trimestral <input type="checkbox"/>	Semestral <input type="checkbox"/>	Anual <input type="checkbox"/>	Nunca <input type="checkbox"/>



11 <sup>a</sup> . ¿Cómo obtienen esa información?	Encuestas <input type="checkbox"/>	Boletines estadísticos <input type="checkbox"/>	Informe de gremios <input type="checkbox"/>	Otra, ¿Cuál?	
11 <sup>b</sup> . ¿Cómo analiza esta información?	Comparación histórica <input type="checkbox"/>	Evaluación estadística <input type="checkbox"/>	Comparación con el medio <input type="checkbox"/>	Otra, ¿Cual?	
11 <sup>c</sup> . ¿Que acciones toma al respecto (que debe hacer-qué están haciendo los demás)?	Reevaluación de procesos <input type="checkbox"/>	Reevaluación de puestos de trabajo <input type="checkbox"/>	Reevaluación de maquinaria y equipos <input type="checkbox"/>	Otra, ¿Cual?	
12. ¿La Organización estudia y analiza el comportamiento del sector y de la industria periódicamente?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Si responde afirmativamente, cuáles de los siguientes aspectos tiene en cuenta para identificar las fuerzas que determinan la competitividad de la empresa en el mercado en un momento dado.		
			Poder de negociación de los proveedores <input type="checkbox"/>	Agresividad de la competencia <input type="checkbox"/>	Amenaza de sustitutos <input type="checkbox"/>
			Barreras de entrada <input type="checkbox"/>	Barreras de salida <input type="checkbox"/>	Poder de Negociación <input type="checkbox"/>

### 3. PERSPECTIVA FINANCIERA

Conjunto de indicadores de rentabilidad, solidez y valor agregado. **¿Cómo nos desempeñamos ante nuestros dueños?**

1. ¿La organización posee algún tipo de sistema de información contable/financiero?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Si responde afirmativamente, de qué tipo es.		
			Software <input type="checkbox"/>	Manual <input type="checkbox"/>	Otro, cuál?
2. ¿Cuenta la organización con algún tipo de apoyo o capacitación externa del sector financiero?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Si responde afirmativamente, de quién?		
3. ¿La organización posee un sistema de información para generar los estados financieros?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Si responde afirmativamente, que capacidad tiene?		
			Continuo <input type="checkbox"/>	Diario <input type="checkbox"/>	Semanal <input type="checkbox"/>
4. ¿La gerencia de la organización hace uso de los estados financieros para la toma de decisiones?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Si responde afirmativamente, con qué frecuencia?		
			Diaria <input type="checkbox"/>	Semanal <input type="checkbox"/>	Trimestral <input type="checkbox"/>
5. ¿Al final del ultimo período contable, con que grado de endeudamiento finalizó su organización?	Alto <input type="checkbox"/>	Medio <input type="checkbox"/>	Bajo <input type="checkbox"/>		
6. ¿En qué grado está la organización dando los resultados esperados, a partir del último informe financiero, y con base en el plan económico actual?	Alto <input type="checkbox"/>	Medio <input type="checkbox"/>	Bajo <input type="checkbox"/>		



7. ¿De la utilidad neta obtenida al final de cada período contable, qué factores tienen prioridad para la destilación de estos recursos?	Recursos físicos <input type="checkbox"/>	Inversiones financieras <input type="checkbox"/>	Pasivos <input type="checkbox"/>	Otras, ¿Cuáles? _____ _____
8. Organice en orden creciente de importancia (utilizando números), la influencia de los siguientes factores sobre la estructura del costo del producto.	Mano de obra <input type="checkbox"/>		Materia Prima <input type="checkbox"/>	Costos indirectos de fabricación <input type="checkbox"/>
	De acuerdo a la respuesta anterior, que criterios determinan tal importancia			
	Calificación de la mano de obra <input type="checkbox"/>	Calidad <input type="checkbox"/>		Servicios Públicos <input type="checkbox"/>
	Cantidad <input type="checkbox"/>	Importada <input type="checkbox"/>		Mantenimiento <input type="checkbox"/>
	Otra, ¿Cuál? _____	Costo <input type="checkbox"/>	Logística <input type="checkbox"/>	
9. ¿Cuenta la organización con algún plan de presupuestos?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si su respuesta es afirmativa, a que horizonte de tiempo lo hace?	
	Mensual <input type="checkbox"/>	Semestral <input type="checkbox"/>	Anual <input type="checkbox"/>	Otro, ¿cuál? _____
9ª. ¿Lo elabora con base a qué información?	Últimos estados financieros <input type="checkbox"/>	Estudios determinados <input type="checkbox"/>	Especulaciones <input type="checkbox"/>	Otro, ¿cuál? _____
10. ¿La organización mide la rentabilidad?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si su respuesta es afirmativa, ¿lo hace por la capacidad de?	
	Expansión de la capacidad <input type="checkbox"/>	Actualización de la tecnología existente <input type="checkbox"/>	Mejores esfuerzos en mercadeo <input type="checkbox"/>	Intensificación de la logística <input type="checkbox"/>
12. ¿Conocen o aplican otros indicadores no financieros?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si su respuesta es afirmativa, cuáles? _____ _____	
13. ¿La organización conoce los alcances reales tanto positivos como negativos del TLC (Tratado de Libre Comercio)?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Mencione algunos aspectos _____ _____ _____ _____	





#### 4. PERSPECTIVA DEL MERCADO Y DEL CLIENTE

Conjunto de indicadores de impacto, aceptación, satisfacción y lealtad de sus clientes. **¿Cómo nos evalúa el mercado y nuestros clientes?**

1. ¿Cuenta la organización con parámetros que midan o evalúen permanentemente la competitividad?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, mencione que parámetros			
			Análisis de la situación de la compañía <input type="checkbox"/>	Análisis de la competencia <input type="checkbox"/>	Definición de estrategia <input type="checkbox"/>	
			Definición de indicadores <input type="checkbox"/>	Presupuesto <input type="checkbox"/>	Cronograma de actividades <input type="checkbox"/>	
			Qué componentes incluye este sistema			
			Personas <input type="checkbox"/>	Equipos <input type="checkbox"/>	Procedimientos <input type="checkbox"/>	
Otro Cual? _____						
2. ¿La empresa realiza investigación y segmentación del mercado con el fin de definir sus mercados objetivos?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, qué variables utiliza para la segmentación de mercado?			
			Segmentación geográfica <input type="checkbox"/>	Segmentación por sexo <input type="checkbox"/>	Segmentación por edad <input type="checkbox"/>	Segmentación por ingresos <input type="checkbox"/>
			Segmentación por ocupación <input type="checkbox"/>	Segmentación por clase social <input type="checkbox"/>	Segmentación por estilo de vida <input type="checkbox"/>	Otra, cual? _____ _____
2a. Al evaluar los distintos segmentos del mercado y con el fin de determinar los mercados objetivos, ¿cuáles factores tienen en cuenta la empresa?	Tamaño y crecimiento de los segmentos <input type="checkbox"/>		Atractivo estructural de los segmentos <input type="checkbox"/>		Objetivos y recursos de la compañía <input type="checkbox"/>	
	Otra, ¿Cuál? _____					
3. ¿La empresa tiene claramente determinado sus mercados objetivos?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, qué estrategia de cobertura de mercado utiliza?			
			Marketing no diferenciado <input type="checkbox"/>	Marketing diferenciado <input type="checkbox"/>	Marketing concentrado <input type="checkbox"/>	
4. ¿La empresa se preocupa constantemente por conocer las necesidades de sus clientes?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Como se encarga de recolectar información del mercado que revele dichas necesidades?			
			Datos internos <input type="checkbox"/>	Encuestas telefónicas <input type="checkbox"/>	Encuestas escritas <input type="checkbox"/>	Visitas al cliente <input type="checkbox"/>
			Formatos de sugerencias <input type="checkbox"/>	Ferias nacionales e internacionales <input type="checkbox"/>	Desfiles de moda <input type="checkbox"/>	Otra, ¿Cuál? _____
5. ¿Qué fuentes utiliza para obtener la información necesaria para la toma de decisiones de mercadeo?	Inteligencia de marketing <input type="checkbox"/>		Investigación de mercados <input type="checkbox"/>		Otra, ¿Cuál? _____	





6. ¿La organización regularmente mide y pronostica la demanda?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si su respuesta es afirmativa, que métodos utiliza para la proyección de la demanda?		
	Encuesta de intenciones de los Compradores <input type="checkbox"/>		Resumen de opiniones de la fuerza de ventas <input type="checkbox"/>	Opinión de expertos <input type="checkbox"/>	Simulación en computador <input type="checkbox"/>
	Análisis de series de tiempo (métodos cuantitativos, datos históricos de ventas) <input type="checkbox"/>		Modelos Causales <input type="checkbox"/>	Otra, ¿cuál? _____ _____ _____	
7. ¿La organización evalúa el nivel de satisfacción de sus clientes?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, cómo lo hace?		
	Seguimiento al nivel de ventas <input type="checkbox"/>		Comentarios y sugerencias del cliente <input type="checkbox"/>	Quejas y reclamos <input type="checkbox"/>	Nivel de Devoluciones <input type="checkbox"/>
	Porcentaje pedidos fallidos <input type="checkbox"/>		Otra, ¿cuál? _____		
8. ¿La empresa tiene conocimiento de sus competidores y sus productos sustitutos?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, como obtiene dicha información? _____		
	Investigación de mercados <input type="checkbox"/>		Información cotidiana <input type="checkbox"/>	Informes del sector <input type="checkbox"/>	Otra, ¿cuál? _____
9. ¿La empresa se preocupa constantemente por adquirir nuevos clientes?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde positivamente, ¿qué estrategia utiliza la empresa para tal fin?		
			Descuentos <input type="checkbox"/>	Obsequios <input type="checkbox"/>	Bajo costo Constante <input type="checkbox"/>
			Publicidad agresiva <input type="checkbox"/>	No le interesa <input type="checkbox"/>	Otra ¿cuál? _____
10. ¿La organización posee estrategias de posicionamiento del producto?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿cuáles son las que más utiliza?		
	Costo <input type="checkbox"/>		Desempeño (características adicionales) <input type="checkbox"/>	Informes del sector <input type="checkbox"/>	Flexibilidad <input type="checkbox"/>
	Rapidez en la entrega <input type="checkbox"/>		Calidad <input type="checkbox"/>	Durabilidad <input type="checkbox"/>	Imagen <input type="checkbox"/>
	Otra cual? _____				
11. ¿La empresa cuenta con varias líneas de productos?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si su respuesta es afirmativa, especifique las diferentes líneas de productos que existen, en función de su importancia.		
			Línea 1 _____		
			Línea 2 _____		
			Línea 3 _____		
			Línea 4 _____		





12. ¿Posee la organización estrategias para mantener satisfechos a sus clientes?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿cuáles son las que más utiliza?			
	Descuentos <input type="checkbox"/>		Soporte y /o acompañamiento <input type="checkbox"/>	Mejores posibilidades de pago <input type="checkbox"/>	Amplia, moderna y cambiante gama de productos <input type="checkbox"/>	
	Obsequios <input type="checkbox"/>		Servicio post venta <input type="checkbox"/>	Otra, cual? _____		
13. ¿La organización utiliza estrategias de fijación de precios?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿cuáles son las que más utiliza?			
	basada en el costo <input type="checkbox"/>		basada en el valor percibido por el cliente <input type="checkbox"/>	basada en la competencia <input type="checkbox"/>	Otra cual. _____ _____	
14. ¿Cuáles son los medios de difusión más utilizados por la empresa para dar a conocer sus productos?	Cara a cara <input type="checkbox"/>		Teléfono <input type="checkbox"/>	Correo Electrónico <input type="checkbox"/>	Periódicos y revistas <input type="checkbox"/>	Radio <input type="checkbox"/>
	Televisión <input type="checkbox"/>		Vallas Publicitarias <input type="checkbox"/>	Internet <input type="checkbox"/>	Colombiatex <input type="checkbox"/>	Colombia Moda <input type="checkbox"/>
	Otra, ¿Cuál? _____					
15. ¿Hay un servicio post-venta en el que se realice un seguimiento para evaluar la conformidad de sus clientes?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿cómo lo hace?			
			Seguimiento telefónico <input type="checkbox"/>	encuestas <input type="checkbox"/>	Otra, ¿Cuál? _____	
16. ¿La compañía se preocupa por capacitar adecuadamente a su fuerza de ventas?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si su respuesta es afirmativa, ¿en qué aspectos reciben capacitación los vendedores?			
	Descripción e historia de la empresa <input type="checkbox"/>		Funcionamiento de los productos <input type="checkbox"/>	Estructura de la empresa <input type="checkbox"/>	Productos y mercados <input type="checkbox"/>	
	Fabricación de los productos <input type="checkbox"/>		Objetivos de la empresa <input type="checkbox"/>	Características de los clientes <input type="checkbox"/>	Características de los competidores <input type="checkbox"/>	
	Procedimientos y obligaciones de ventas <input type="checkbox"/>		Otra ¿Cuál? _____ _____			



### 5. PERSPECTIVA INTERNA

Conjunto de indicadores de eficiencia y eficacia de los procesos internos. **¿Cuáles son nuestros niveles de eficiencia, eficacia y productividad?**

1. ¿La organización o empresa tiene un SGC o equivalente? SGC (Sistema de Gestión de Calidad)	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, cómo lo hace? _____		
2. Como evalúa la empresa la eficacia del sistema de gestión de calidad?	Cuenta con un departamento de calidad <input type="checkbox"/>		Posee información o indicadores necesarios que le permitan hacer una evaluación del producto final <input type="checkbox"/>		Otra, ¿Cuál? _____ _____
3. ¿Con qué frecuencia se hace un seguimiento minucioso a su sistema de gestión de calidad?	Menos de 6 meses <input type="radio"/>		Menos de un año <input type="radio"/>		Más de un año <input type="radio"/>
4. ¿Cuándo encuentra alguna anomalía en la calidad de su producto, posee mecanismos para mejorar su sistema de gestión de la calidad?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿Cuáles? _____		
5. ¿Se informa periódicamente a la dirección sobre el desempeño del sistema de gestión de la calidad y cualquier necesidad de mejora?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿cada cuanto lo hace?		
	Mensual <input type="checkbox"/>	Trimestral <input type="checkbox"/>	Semestral <input type="checkbox"/>	Anual <input type="checkbox"/>	Otra, ¿cuál? _____ _____
6. ¿Se realizan frecuentemente auditorias internas para evaluar su sistema de gestión de calidad?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿cada cuanto lo hace?		
	Mensual <input type="checkbox"/>	Trimestral <input type="checkbox"/>	Semestral <input type="checkbox"/>	Anual <input type="checkbox"/>	Otra, ¿cuál? _____ _____
7. ¿La organización posee un manual de sistema de gestión de la calidad?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, este contiene?		
	El alcance del SGC <input type="checkbox"/>		Los procedimientos documentados <input type="checkbox"/>		Interacción entre los procesos <input type="checkbox"/>
	¿Otra cual? _____				
8. ¿Existe algún programa (software) donde se planifique la calidad?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿Qué software utiliza? _____ ¿Cada cuanto lo utiliza? _____		
	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿Qué medios utiliza?		
9. ¿Están definidos claramente los objetivos específicos en cada uno de los procesos llevados a cabo al interior de la organización?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Cronogramas <input type="checkbox"/>		
			Cartelera <input type="checkbox"/>		Informes <input type="checkbox"/>
10. Dentro de la organización, ¿qué medio es usado para permitir la comunicación empleado – dirigente?	Informes <input type="checkbox"/>	Red Interna <input type="checkbox"/>	Reuniones <input type="checkbox"/>	Boletines <input type="checkbox"/>	Otro cual? _____





11. ¿Existe en su organización un proceso de planificación y desarrollo a la hora de realizar un producto?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente tiene en cuenta.			
	Los requisitos del cliente <input type="checkbox"/>		La determinación de los objetivos de calidad y los requisitos para el producto <input type="checkbox"/>	Documentos que evidencien la planificación y desarrollo <input type="checkbox"/>	Otra, ¿cuál? _____ _____ _____	
12. ¿Realiza verificación, validación, seguimiento e inspección a los procesos?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, en qué parte del proceso.			
			Materia prima <input type="checkbox"/>	Producto en proceso <input type="checkbox"/>	Producto terminado <input type="checkbox"/>	
13. ¿Cuándo detecta errores en algún producto o proceso lo documenta?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿ que hace con esta información? _____			
14. ¿Evalúa con su equipo de trabajo las causas de los errores?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿Cómo lo hace? _____			
15. ¿En caso de hacerlo, toma acciones para dar solución a esos errores?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿Cuáles? _____			
16. ¿Documenta y le hace seguimiento a esta intervención?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿Cómo lo hace? _____			
17. ¿Se lleva registro para proporcionar evidencia de que los procesos cumplen con los requisitos?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿Cómo lo hace?			
	Normalización de procesos <input type="checkbox"/>		Fichas de seguimiento técnico <input type="checkbox"/>	Cartas de procesos <input type="checkbox"/>	Otras, cuáles? _____	
18. ¿Están completamente definidos todos los requisitos de los productos fabricados por la empresa?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Enumere de mayor a menor importancia los aspectos mas relevantes para la definición de los requisitos (siendo 1 el de mayor importancia)			
			Materia Prima <input type="checkbox"/>	Diseño <input type="checkbox"/>		
19. ¿Existe un comité de evaluación de pedidos?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿que áreas lo componen y número de personas por área?			
			Áreas	Compras	Producción	Ventas
			No. de personas			
20. ¿Evalúa disponibilidad de materia prima?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿ Como lo hace? y con que frecuencia? _____			
			Semanal <input type="checkbox"/>	Quincenal <input type="checkbox"/>	Mensual <input type="checkbox"/>	Otra ¿cuál? _____



21. ¿Evalúa la capacidad de producción de la planta?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente como lo hace?		
	Disponibilidad de maquinas <input type="checkbox"/>		Turnos <input type="checkbox"/>	Personal <input type="checkbox"/>	Otra cual: _____
22. ¿Cuándo se recibe un contrato o una solicitud de producción por parte de un cliente, se cercioran antes de comprometerse de cumplir con los requisitos?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente como lo hace?		
			Formato Interno <input type="checkbox"/>	Formato del cliente <input type="checkbox"/>	Documento de mutuo acuerdo <input type="checkbox"/>
23. ¿Para la ejecución del contrato tiene en cuenta la Capacidad disponible?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, que aspectos tiene en cuenta?		
	Inventarios <input type="checkbox"/>		Tiempo de entrega <input type="checkbox"/>	Capacidad de maquinas <input type="checkbox"/>	Capacidad Productiva disponible <input type="checkbox"/>
	Proveedores <input type="checkbox"/>		Recurso Humano <input type="checkbox"/>	Calidad <input type="checkbox"/>	Subcontratación <input type="checkbox"/>
	Tiempo Extra <input type="checkbox"/>		Otra cual? _____		
24. Durante la ejecución del contrato tiene en cuenta	Comunicación entre departamentos <input type="checkbox"/>		Errores presentados durante el proceso <input type="checkbox"/>	producción ó Disponibilidad de la mano de obra <input type="checkbox"/>	
	maquinas <input type="checkbox"/>		Otra, cual? _____		
25. ¿Realiza Retroalimentación de información recolectada en la ejecución del contrato?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿ Cómo lo realiza?		
	Reunión con los departamentos <input type="checkbox"/>		Reunión con el personal de la sección <input type="checkbox"/>	Memorandos <input type="checkbox"/>	Carteleras <input type="checkbox"/>
	correos electrónicos <input type="checkbox"/>		Otro ¿cuál?: _____		
26. ¿Le ha hecho mejoras a la planta con la información obtenida?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, especifique que mejoras.		
	Reestructuración de la planta <input type="checkbox"/>		Optimización de los proceso <input type="checkbox"/>	Compra de maquinaria <input type="checkbox"/>	Otra, cual? _____
27. ¿Se calibran o verifican constantemente los equipos de medición?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, con que frecuencia lo hace?.		
	Mensual <input type="radio"/>		Trimestral <input type="radio"/>	Semestral <input type="radio"/>	Anual <input type="radio"/>
28. ¿Se llevan registros de los resultados de calibración y verificación de los equipos de medición?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, como lo hace?		
	Manualmente <input type="radio"/>		medio magnético <input type="radio"/>	a través de un software <input type="radio"/>	Otro ¿Cuál? _____
29. ¿La organización tiene políticas de mantenimiento para los equipos?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, especifique cuales?		
	Correctivos <input type="checkbox"/>		Preventivo <input type="checkbox"/>	Predictivo <input type="checkbox"/>	Proactivo <input type="checkbox"/>
	Otra ¿Cuál? _____				



30. ¿Tiene algún convenio con terceros para el mantenimiento de sus equipos?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿ que tipo de convenio? _____	
31. ¿La organización se asegura de que la materia prima adquirida cumpla con los requisitos de compra especificados?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿Qué utiliza?	
	Tiene normas de recepción de materia prima <input type="checkbox"/>	Posee un departamento de calidad <input type="checkbox"/>	Técnicas de muestreo estadístico <input type="checkbox"/>	Otra, cual? _____
32. ¿Realiza procedimientos al interior de la organización con los productos no conformes?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿ que procedimientos realiza?	
	Desecha <input type="checkbox"/>	Recicla <input type="checkbox"/>	Reprocesa <input type="checkbox"/>	Otra, cual? _____
33. ¿Tiene una metodología para la evaluación y control de productos no conformes?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿ cuales utiliza?	
	Manual <input type="checkbox"/>	Informática <input type="checkbox"/>	Por Lote <input type="checkbox"/>	Por producto <input type="checkbox"/>
	Otra ¿Cuál? _____			
34. Tiene en cuenta para la proyección a corto, mediano y largo plazo, la visión de la organización?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿ Cada cuánto evalúa su cumplimiento?	
	Trimestral <input type="checkbox"/>	Semestral <input type="checkbox"/>	Anual <input type="checkbox"/>	Mas de un año <input type="checkbox"/>
35. Como define la misión de su empresa?	Por proyección <input type="checkbox"/>	Planeación estratégica <input type="checkbox"/>	Necesidad del mercado <input type="checkbox"/>	Oportunidades del mercado <input type="checkbox"/>
	Otra ¿cuál? _____			

### VI. PERSPECTIVA DEL CAPITAL INTELECTUAL

Conjunto de indicadores de la creación de valor, suma de los conocimientos de los miembros de la empresa y de su interpretación práctica: marcas, patentes, trámites es cualquier cosa que pueda crear valor, pero que no se puede tocar con las manos. Es el proceso de transformación del conocimiento o el conocimiento mismo que es transformado en propiedad intelectual o en activos intelectuales de la empresa **¿Cuáles son nuestros niveles de innovación y aprendizaje?**

1. ¿Se tienen en cuenta para las decisiones de la organización las diferentes propuestas o sugerencias de mejoramiento de los diversos miembros de la empresa?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿En qué áreas son tenidas en cuenta estas propuestas?	
	Producción <input type="checkbox"/>	Ventas <input type="checkbox"/>	Gerencia <input type="checkbox"/>	Diseño <input type="checkbox"/>
	Mercadeo <input type="checkbox"/>	Otra, ¿Cuál? _____		
2. ¿Existe un grupo encargado de analizar y gestionar nuevas propuestas de negocios que puedan agregar valor a la organización?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, que departamentos conforman este grupo:	
	Producción <input type="checkbox"/>	Ventas <input type="checkbox"/>	Gerencia <input type="checkbox"/>	Diseño <input type="checkbox"/>
	Mercadeo <input type="checkbox"/>	Otra, ¿Cuál? _____		
3. ¿Tiene la organización procesos de innovación en sus diferentes áreas?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿En qué áreas se dan estos procesos de innovación?	





	Producción <input type="checkbox"/>	Ventas <input type="checkbox"/>	Gerencia <input type="checkbox"/>	Diseño <input type="checkbox"/>
	Mercadeo <input type="checkbox"/>	Otra, ¿Cuál? _____		
4. ¿Están los empleados de la organización comprometidos con esta?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿En qué nivel se podrían ubicar?	
			Alto <input type="checkbox"/>	Medio <input type="checkbox"/> Bajo <input type="checkbox"/>
5. ¿Cómo son las relaciones externas de la organización con otras empresas del sector?	Excelentes <input type="checkbox"/>	Buenas <input type="checkbox"/>	Regulares <input type="checkbox"/>	Malas <input type="checkbox"/>
6. ¿La organización incentiva el aprendizaje de sus miembros?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿de que manera lo hace?	
	Ofreciendo capacitaciones regularmente <input type="checkbox"/>	Mediante incentivos económicos <input type="checkbox"/>	Mediante incentivos no económicos (reconocimiento, Bienestar) <input type="checkbox"/>	Permitiendo su participación en la solución de problemas <input type="checkbox"/>
	Mediante la formación de grupos autónomos <input type="checkbox"/>	Mediante la formación de grupos multidisciplinarios <input type="checkbox"/>	Otra cual? _____ _____	
7. ¿La organización posee algún mecanismo para identificar y evaluar las capacidades de sus empleados?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿por favor indique?	
	Consultas Sicológicas <input type="checkbox"/>	Autoevaluación <input type="checkbox"/>	Referencias pasadas <input type="checkbox"/>	Otra, cual? _____
8. La empresa considera que posee un Good – Will  <i>GOOD WILL: Se refiere al prestigio alcanzado por una empresa por distintos conceptos. Prestigio que tiene, naturalmente, un valor, que es difícil de establecer.</i>	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿cómo lo mantiene y construye?	
	Mediante la fidelización de los clientes <input type="checkbox"/>	A partir de la innovación <input type="checkbox"/>	Por medio de las buenas relaciones con los proveedores y clientes <input type="checkbox"/>	Mediante la incursión en nuevos mercados <input type="checkbox"/>
	Otra ¿cuál? _____			
9. ¿La empresa aplica algún modelo de valoración o medición de capital intelectual?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿cómo métodos utiliza?	
	Balance score Card <input type="checkbox"/>	Technology Broker <input type="checkbox"/>	Skandia Navigator <input type="checkbox"/>	IC – Index <input type="checkbox"/>
	Intangible Asset Monitor <input type="checkbox"/>	Market- to – Book Value <input type="checkbox"/>	Value Explorer <input type="checkbox"/>	Otro, cual _____
10. ¿Existe motivación por parte de la organización hacia sus empleados?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿cómo los motiva?	
	Incentivos en el sueldo <input type="checkbox"/>	Reuniones informativas (integraciones) <input type="checkbox"/>	Meta de Ventas <input type="checkbox"/>	Otras Cuál? _____



11. ¿Existe algún método de evaluación de lo aprendido después de realizadas las capacitaciones para sus empleados?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿cómo la mide?		
	Algún nivel de producción o ventas <input type="checkbox"/>		Reunión retroalimentación con el personal <input type="checkbox"/>	de <input type="checkbox"/> Formato de evaluación <input type="checkbox"/>	Otra cual <input type="text"/>
12. ¿En el proceso de selección de sus empleados que aspectos tiene en cuenta?	Calidad de vida de la persona <input type="checkbox"/>		Habilidades y Destrezas <input type="checkbox"/>	Currículo <input type="checkbox"/>	Otro cual. <input type="text"/>
13. ¿La dirección se compromete a asegurar la disponibilidad de los recursos?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿Cómo se compromete? <input type="text"/>		
14. Se destinan recursos para la formación del personal	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿que mecanismos utiliza?		
			Capacitaciones <input type="checkbox"/>	Seminarios <input type="checkbox"/>	Cursos <input type="checkbox"/>
15. Frente una nueva propuesta de trabajo. ¿Como evalúa la empresa su capacidad de respuesta?			Por número de empleados <input type="checkbox"/>	Por habilidades y destrezas de los empleados <input type="checkbox"/>	Considera la posibilidad de trabajar con terceros <input type="checkbox"/>
			Considera la posibilidad de adquirir nueva maquinaria <input type="checkbox"/>	Otra ¿cuál? <input type="text"/>	
16. ¿Qué tan reconocidos y valorados son el conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes, y destrezas de las personas que componen la organización?	Mucho <input type="radio"/>		Poco <input type="radio"/>		Nada <input type="radio"/>
17. ¿Que capacidad tiene la organización para aprender y adaptarse a las nuevas tendencias de la economía de los mercados?	Mucho <input type="radio"/>		Poco <input type="radio"/>		Nada <input type="radio"/>



### VII. PERSPECTIVA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Conjunto de indicadores del cumplimiento de las responsabilidades sociales tanto internas como externas.  
**¿Cómo cumplimos nuestras responsabilidades ante los grupos de referencia internos y externos?**

1. ¿Tienen algún tipo de convenio o colaboran de alguna manera con instituciones de carácter social?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, por favor indique ¿Cual? _____		
2. ¿Utiliza los recursos de investigación, prácticas y asesorías que prestan las universidades del país?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, que tipo de recurso utiliza? _____		
3. ¿Tienen programa de recreación y esparcimiento para las familias de los trabajadores?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿Cada cuanto los hace?		
	Trimestral <input type="checkbox"/>		Semestral <input type="checkbox"/>	Anual <input type="checkbox"/>	Mas de un año <input type="checkbox"/>
4. ¿Es importante para la empresa que las familias de los empleados estén familiarizadas con el tipo de trabajo que realiza su allegado dentro de la empresa? (si tienen programas de visita empresarial para los familiares, si tienen programas como mi casa es su casa)	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿Cada cuanto los hace?		
	Trimestral <input type="checkbox"/>		Semestral <input type="checkbox"/>	Anual <input type="checkbox"/>	Mas de un año <input type="checkbox"/>
5. ¿Tienen programa de recreación y esparcimiento para las familias de los trabajadores?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿Cada cuanto los hace?		
			Una vez al año <input type="checkbox"/>	2 veces <input type="checkbox"/>	O mas <input type="checkbox"/>
6. ¿Tienen políticas de ayuda como obras y proyectos de apoyo a la comunidad?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿Qué tipo de ayuda ofrece?		
7. ¿Tiene en cuenta el impacto ecológico de sus procesos en el medio ambiente en el que se desarrollan?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	8. ¿Maneja y aplica las políticas planteadas por el ministerio de medio ambiente?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>
9. ¿Al interior de la organización tiene políticas reciclaje y/o reutilización de sus desechos?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, enuncie cuáles		
10. ¿ Otorga incentivos a sus empleados?	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿Cada cuánto lo hace?		
	Semanal <input type="checkbox"/>		Mensual <input type="checkbox"/>	Trimestral <input type="checkbox"/>	Semestral <input type="checkbox"/>
	Otra, cual?				
11. ¿ Los incentivos que le otorga a sus empleados se ven reflejados en lo:	Económico <input type="checkbox"/>		Tiempo Laboral <input type="checkbox"/>	Otro ¿cuál?	
12. Los empleados de la organización tienen acceso a actividades y eventos de sensibilización, información y capacitación, que permitan afianzar la cultura de la competitividad, negociación y cooperación.	Si <input type="radio"/>	No <input type="radio"/>	Si responde afirmativamente, ¿Cada cuánto lo hace?		
	Foros <input type="checkbox"/>		Ferías nacionales <input type="checkbox"/>	Ferías Internacionales <input type="checkbox"/>	Exposiciones <input type="checkbox"/>
	Ruedas de negocios <input type="checkbox"/>		Misiones industriales <input type="checkbox"/>	Otra, ¿Cuál? _____	
12ª. si responde afirmativamente mencione cada cuanto las realiza:			Trimestral <input type="radio"/>	Semestral <input type="radio"/>	Anual <input type="radio"/>





